



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2025,
Volumen 9, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5

AUTOESTIMA CONSCIENTE Y NARCISISMO: DISTINGUIENDO ADMIRATION Y RIVALRY COMO PREDICTORES DE BIENESTAR Y PROSOCIALIDAD

**CONSCIOUS SELF-ESTEEM AND NARCISSISM:
DISTINGUISHING ADMIRATION AND RIVALRY AS
PREDICTORS OF WELL-BEING AND PROSOCIALITY**

Aimee Alva Martínez

PACAL, Programa de Aseguramiento de la Calidad

Uzziel Japhet Vega Cadena

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, México

Erika Yolanda Garibay Cavazos

PACAL, Programa de Aseguramiento de la Calidad

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5.20533

Autoestima consciente y narcisismo: distinguiendo *Admiration* y *Rivalry* como predictores de bienestar y prosocialidad

Aimee Alva Martínez¹aimeealva@yahoo.com<https://orcid.org/0009-0000-1417-2952>PACAL, Programa de Aseguramiento de la
Calidad

Ciudad de México – México

Uzziel Japhet Vega Cadenauzzielvc@uqroo.edu.mx<https://orcid.org/0009-0008-2732-6437>Universidad Autónoma del Estado de Quintana
Roo, México

Quintana Roo - México

Erika Yolanda Garibay Cavazoserikagc@pacal.org<https://orcid.org/0009-0008-4769-5774>PACAL, Programa de Aseguramiento de la
Calidad

Ciudad de México – México

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación entre la autoestima consciente y las dimensiones del narcisismo —*Admiration* y *Rivalry*— como predictores del bienestar psicológico y la prosocialidad. Se desarrolló un estudio cuantitativo, correlacional y transversal con una muestra de 347 adultos jóvenes universitarios de Paraguay y Argentina. Los instrumentos utilizados incluyeron la Escala de Autoestima Consciente (adaptación de Neff, 2003), el *Narcissistic Admiration and Rivalry Questionnaire* (Back et al., 2013), la Escala de Bienestar Psicológico de Ryff (1989) y el Cuestionario de Conductas Prosociales de Caprara et al. (2012). Los resultados evidenciaron correlaciones positivas significativas entre la autoestima consciente y el bienestar ($r = .61, p < .001$), así como entre *Admiration* y bienestar ($r = .39, p < .001$), mientras que *Rivalry* mostró correlaciones negativas con ambas variables. Los modelos de regresión y ecuaciones estructurales confirmaron que la autoestima consciente actúa como mediador entre las dimensiones del narcisismo y los resultados adaptativos, potenciando los efectos de *Admiration* y atenuando los de *Rivalry*. Se concluye que la autoestima consciente constituye un mecanismo regulador que integra autocompasión, autenticidad y empatía, promoviendo el bienestar psicológico y la conducta prosocial. Se discuten las implicaciones para la educación emocional, la psicoterapia y el liderazgo consciente.

Palabras clave: autoestima consciente, narcisismo, *Admiration*, *Rivalry*, bienestar psicológico, prosocialidad.

¹ Autor principal

Correspondencia: aimeealva@yahoo.com

Conscious Self-Esteem and Narcissism: Distinguishing *Admiration* and *Rivalry* as Predictors of Well-Being and Prosociality

ABSTRACT

This research analyzes the relationship between conscious self-esteem and the dimensions of narcissism—*Admiration* and *Rivalry*—as predictors of psychological well-being and prosociality. A quantitative, correlational, and cross-sectional study was conducted with a sample of 347 young adult university students from Paraguay and Argentina. The instruments used included the Conscious Self-Esteem Scale (adapted from Neff, 2003), the *Narcissistic Admiration and Rivalry Questionnaire* (Back et al., 2013), Ryff's Psychological Well-Being Scale (1989), and Caprara et al.'s Prosocial Behavior Questionnaire (2012). Results showed significant positive correlations between conscious self-esteem and well-being ($r = .61, p < .001$), as well as between *Admiration* and well-being ($r = .39, p < .001$), while *Rivalry* displayed negative correlations with both variables. Regression and structural equation models confirmed that conscious self-esteem mediates the relationship between narcissism dimensions and adaptive outcomes, enhancing the positive effects of *Admiration* and buffering the negative effects of *Rivalry*. The study concludes that conscious self-esteem functions as a regulatory mechanism integrating self-compassion, authenticity, and empathy, fostering psychological well-being and prosocial behavior. Implications for emotional education, psychotherapy, and conscious leadership are discussed.

Keywords: conscious self-esteem, narcissism, *Admiration*, *Rivalry*, psychological well-being, prosociality.

Artículo recibido 09 agosto 2025

Aceptado para publicación: 13 septiembre 2025



INTRODUCCIÓN

En la última década, el estudio de la autoestima y el narcisismo ha adquirido una renovada relevancia dentro de la psicología de la personalidad y el bienestar. Las transformaciones socioculturales impulsadas por la digitalización, la exposición permanente en redes sociales y la búsqueda de validación externa han modificado profundamente la manera en que los individuos construyen y sostienen su autoconcepto (Twenge & Campbell, 2018). En este contexto, distinguir entre una autoestima consciente, basada en la aceptación y la autocompasión, y un narcisismo reactivo, sustentado en la comparación y la necesidad de admiración, se vuelve fundamental para comprender las nuevas dinámicas de bienestar y prosocialidad (Neff, 2011; Ryan & Deci, 2017).

Tradicionalmente, la autoestima se definió como la valoración positiva o negativa que una persona realiza de sí misma (Rosenberg, 1965). Sin embargo, investigaciones contemporáneas han evidenciado que una alta autoestima no siempre predice bienestar ni relaciones saludables; por el contrario, puede ocultar mecanismos compensatorios de fragilidad del yo o actitudes defensivas (Baumeister et al., 2003). Esta ambigüedad teórica motivó el desarrollo de modelos más matizados, como el de la autoestima auténtica o consciente, que integra componentes de autocompasión, autorregulación emocional y reconocimiento de la interdependencia humana (Brown & Ryan, 2003; Neff, 2011).

El concepto de *autoestima consciente* se articula con la psicología humanista y la corriente de mindfulness, destacando que la verdadera autovaloración surge del autoconocimiento, la aceptación de las propias limitaciones y la coherencia entre valores internos y comportamiento observable (Kabat-Zinn, 2015). En este sentido, difiere del narcisismo, cuyo foco está en la autoimagen y en la percepción social de superioridad. Mientras la autoestima consciente promueve el bienestar intrínseco y la conexión con otros, el narcisismo busca reforzar la identidad mediante la admiración y el poder (Campbell & Foster, 2007).

No obstante, el narcisismo no es un constructo monolítico. Los avances teóricos recientes, especialmente el Modelo de Admiration y Rivalry (NARQ) propuesto por Back et al. (2013), han permitido disociar sus componentes funcionales. *Admiration* representa la búsqueda de validación y la afirmación del yo a través de logros, encanto o carisma, con una carga más adaptativa y socialmente deseable. En cambio, *Rivalry* refleja la tendencia a la comparación, la agresión interpersonal y la



devaluación de los demás para sostener una autoimagen grandiosa. Esta distinción ha transformado la comprensión del narcisismo, permitiendo analizar sus consecuencias diferenciales sobre el bienestar subjetivo y la conducta prosocial (Geukes et al., 2017; Wetzel et al., 2020).

Desde la perspectiva de la psicología positiva, la pregunta central no es solo por qué algunas personas se sienten valiosas, sino cómo gestionan esa valía en sus relaciones y proyectos vitales (Ryff, 1989; Diener et al., 2000). La autoestima consciente opera como un sistema regulador de la motivación y la empatía: promueve la autocomprensión sin depender del aplauso externo y genera comportamientos cooperativos al reducir la amenaza percibida del otro (Deci & Ryan, 2000). En contraste, la *Rivalry* narcisista suele acompañarse de sentimientos de envidia, ira o desprecio, que erosionan la empatía y deterioran los vínculos (Morf & Rhodewalt, 2001).

El impacto de estas dinámicas no se limita al plano individual. En contextos organizacionales, educativos y familiares, las diferencias entre *Admiration* y *Rivalry* pueden determinar la calidad del clima social, la cooperación y el liderazgo. Estudios recientes muestran que líderes con alta *Admiration* pero baja *Rivalry* tienden a inspirar y motivar, mientras que aquellos con predominio de *Rivalry* generan entornos tóxicos, competitivos y emocionalmente desgastantes (Grijalva & Harms, 2014). Del mismo modo, en el ámbito educativo, la promoción de una autoestima consciente correlaciona con mayor empatía, ayuda altruista y disposición prosocial entre los estudiantes (Caprara et al., 2012).

La presente investigación parte de la premisa de que la autoestima consciente y las dimensiones del narcisismo predicen de manera diferenciada el bienestar psicológico y la prosocialidad, proponiendo un modelo integrador de regulación del yo. En este marco, la *Admiration* se conceptualiza como un componente socialmente funcional que, moderado por la autoconciencia, puede reforzar la autoestima y el bienestar, mientras que la *Rivalry* actúa como un factor de riesgo asociado a la ansiedad, el aislamiento y la disminución de la empatía (Back et al., 2013; Zajenkowski et al., 2016).

Asimismo, la noción de autoestima consciente introduce una dimensión ética al estudio del self: no basta con sentirse valioso, sino que es necesario hacerlo desde la autenticidad y la compasión. En sociedades donde el reconocimiento social se mide por la exposición, la competencia o el consumo, promover una autoestima basada en la conciencia plena constituye un acto de resistencia cultural (Fromm, 1976; Brown, 2012). Esta forma de autoestima favorece el bienestar eudaimónico, entendido

como el desarrollo pleno del potencial humano, más allá del placer o la aprobación externa (Ryan & Deci, 2017).

Desde el punto de vista teórico, este trabajo busca integrar tres tradiciones psicológicas:

1. La psicología humanista-existencial, que enfatiza la autenticidad y el crecimiento personal.
2. La psicología positiva, que centra su interés en los factores que facilitan el bienestar sostenible.
3. La psicología social contemporánea, que explica cómo las estructuras narcisistas influyen en la conducta interpersonal y el capital social.

El desafío radica en comprender cómo se entrelazan estos sistemas motivacionales: el deseo de ser reconocido (*Admiration*), el miedo a la inferioridad (*Rivalry*) y la capacidad de aceptarse con conciencia (*Self-compassion*). Las investigaciones recientes sugieren que la autocompasión actúa como un antídoto frente a la *Rivalry*, reduciendo la agresión y promoviendo la cooperación (Neff & Germer, 2018). Por ello, la autoestima consciente podría funcionar como variable mediadora entre las dos dimensiones del narcisismo y los indicadores de bienestar subjetivo y prosocialidad.

La relevancia social de este estudio se acentúa en la era digital. Las plataformas virtuales han amplificado las conductas narcisistas mediante la cuantificación del reconocimiento —“likes”, seguidores o visualizaciones—, lo cual refuerza circuitos de validación extrínseca (Vater et al., 2018). Sin embargo, también ofrecen oportunidades para el autodescubrimiento y la conexión auténtica si el individuo posee recursos de autorregulación emocional y conciencia crítica. Analizar la autoestima consciente y el narcisismo en este nuevo ecosistema simbólico permite comprender las tensiones entre el deseo de visibilidad y la necesidad de pertenencia.

En términos empíricos, se ha observado que el bienestar psicológico mantiene correlaciones positivas con la *Admiration* moderada y con la autocompasión, pero negativas con la *Rivalry* elevada (Jauk et al., 2017). Asimismo, los comportamientos prosociales tienden a disminuir cuando la autoestima depende excesivamente del reconocimiento externo, mientras que aumentan cuando el individuo experimenta aceptación interna y propósito vital (Krauss & Orth, 2021). Estas evidencias apoyan la idea de que el desarrollo de una autoestima consciente puede servir como plataforma para el florecimiento individual y colectivo.

Por tanto, la presente investigación persigue tres objetivos principales:



1. Analizar la relación entre autoestima consciente, *Admiration* y *Rivalry*.
2. Evaluar su capacidad predictiva sobre el bienestar psicológico general.
3. Examinar la influencia de estas variables sobre las conductas prosociales.

A partir de estos propósitos, se formulan las siguientes hipótesis:

- H1: La autoestima consciente y la *Admiration* correlacionan positivamente con el bienestar psicológico.
- H2: La *Rivalry* correlaciona negativamente con el bienestar y con las conductas prosociales.
- H3: La autoestima consciente media la relación entre las dimensiones del narcisismo y el bienestar subjetivo.

El enfoque metodológico adoptado será cuantitativo y correlacional, utilizando instrumentos validados internacionalmente, como la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), el NARQ (Back et al., 2013), la Escala de Bienestar Psicológico de Ryff (1989) y el Cuestionario de Conductas Prosociales de Caprara et al. (2012). Los análisis estadísticos incluirán correlaciones bivariadas, regresiones múltiples y modelos de ecuaciones estructurales (SEM) para explorar los efectos directos e indirectos de las variables.

Desde una perspectiva práctica, comprender la distinción entre autoestima consciente y narcisismo ofrece implicaciones cruciales para la educación emocional, la psicoterapia y el liderazgo organizacional. Promover la autocompasión y la autoconciencia puede prevenir conductas egocéntricas, mejorar la convivencia y fortalecer los lazos comunitarios (Gilbert, 2010). En última instancia, el bienestar personal y la prosocialidad se revelan como dos caras de una misma moneda: el desarrollo del yo no debe implicar la exclusión del otro, sino su reconocimiento como parte esencial del crecimiento humano.

2. Marco teórico

2.1. La autoestima consciente: una visión integradora del self

La autoestima ha sido uno de los constructos más investigados dentro de la psicología social y de la personalidad. Tradicionalmente se ha definido como la evaluación global que una persona hace de sí misma (Rosenberg, 1965), constituyendo un indicador central de salud psicológica. Sin embargo, las evidencias contemporáneas han mostrado que la mera posesión de una autoestima elevada no garantiza

un funcionamiento adaptativo; de hecho, algunas formas de alta autoestima pueden estar vinculadas con defensividad, hostilidad o autoengrandecimiento (Kernis, 2003; Baumeister et al., 2003).

Frente a esta paradoja, surge el concepto de autoestima auténtica o consciente, entendido como un sistema de autovaloración basado en la aceptación plena del yo, la autocompasión y la coherencia entre valores internos y acciones (Neff, 2011; Brown & Ryan, 2003). La autoestima consciente integra los aportes del *mindfulness* y la psicología humanista, promoviendo una relación equilibrada con el propio ego. A diferencia de la autoestima defensiva, que depende del juicio externo, la autoestima consciente se apoya en la autoconciencia y el sentido de propósito, funcionando como una fuente estable de bienestar psicológico (Deci & Ryan, 2000; Kabat-Zinn, 2015).

Esta perspectiva plantea que la autovaloración saludable no implica negar los defectos personales, sino reconocerlos sin juicios ni culpa, aprendiendo de ellos (Gilbert, 2010). Desde este enfoque, la autoestima consciente actúa como un mecanismo regulador de la motivación y la empatía, favoreciendo actitudes cooperativas y resilientes. Las personas con alto nivel de autocompasión presentan menor reactividad emocional ante el fracaso, mayor satisfacción vital y mejores relaciones interpersonales (Neff & Germer, 2018). Por tanto, la autoestima consciente se diferencia del narcisismo no solo en su orientación ética, sino también en su estructura motivacional: busca la autorrealización, no la superioridad.

2.2. Narcisismo: del concepto clínico al modelo bifactorial de *Admiration* y *Rivalry*

El narcisismo ha sido históricamente abordado desde la psicología clínica como un patrón de grandiosidad, necesidad de admiración y falta de empatía (American Psychiatric Association, 2013). No obstante, la investigación de las últimas dos décadas ha permitido comprenderlo como un rasgo continuo presente en diferentes grados dentro de la población general (Morf & Rhodewalt, 2001; Campbell & Foster, 2007). En este sentido, no todo narcisismo es patológico: algunos componentes pueden contribuir a la motivación y el rendimiento, mientras que otros generan conflicto interpersonal. El modelo de Back et al. (2013), conocido como *Narcissistic Admiration and Rivalry Concept (NARC)*, constituye una de las aproximaciones más influyentes y precisas. Este modelo propone dos dimensiones funcionales del narcisismo:



1. *Admiration*, caracterizada por estrategias de autoafirmación orientadas a mantener una imagen positiva mediante logros, encanto o carisma. Las personas con alta *Admiration* buscan destacarse, pero de un modo socialmente atractivo y con cierto grado de competencia adaptativa.
2. *Rivalry*, centrada en la autodefensa del ego mediante la devaluación de los demás, la comparación y la hostilidad. Este componente refleja la lucha por la superioridad y la protección ante amenazas percibidas al estatus personal.

La *Admiration* se asocia con autoconfianza, energía social y liderazgo carismático, mientras que la *Rivalry* correlaciona con agresión, baja empatía y menor satisfacción vital (Back et al., 2013; Geukes et al., 2017). Estudios posteriores han demostrado que ambas dimensiones interactúan de forma dinámica: la *Admiration* puede generar éxito social inicial, pero la *Rivalry* tiende a deteriorar los vínculos a largo plazo (Wetzel et al., 2020).

Desde una mirada evolutiva, el narcisismo combina estrategias de aproximación (*Admiration*) y evitación (*Rivalry*), ambas dirigidas a mantener un sentido de valor personal (Gebauer et al., 2012). Sin embargo, mientras la primera puede coexistir con un ego saludable, la segunda refleja un yo frágil que necesita dominar o excluir para sentirse seguro (Campbell & Miller, 2011). Esta distinción es clave para comprender la relación entre narcisismo, bienestar y prosocialidad.

2.3. Bienestar psicológico: perspectivas eudaimónica y hedónica

El bienestar constituye uno de los principales indicadores de salud mental y desarrollo humano. Según Ryff (1989), el bienestar psicológico eudaimónico se define como la autorrealización del potencial humano, expresado en autonomía, propósito vital, crecimiento personal, relaciones positivas y aceptación de uno mismo. En contraste, la perspectiva hedónica —representada por Diener et al. (2000)— concibe el bienestar como satisfacción con la vida y predominio de afecto positivo sobre el negativo.

Ambos enfoques son complementarios: el primero enfatiza el sentido y la virtud, mientras que el segundo aborda la experiencia subjetiva del placer y la felicidad (Keyes et al., 2002). La autoestima consciente se relaciona más estrechamente con el bienestar eudaimónico, al promover una valoración estable e independiente del éxito externo. En cambio, el narcisismo —especialmente la *Rivalry*— se

asocia con un bienestar más superficial, basado en la aprobación social y vulnerable a la frustración (Jauk et al., 2017; Vater et al., 2018).

Diversas investigaciones han confirmado que la autocompasión y la autenticidad predicen niveles elevados de bienestar psicológico, mientras que la autoimagen grandiosa lo hace de forma inconsistente (Neff, 2011; Kernis & Goldman, 2006). La *Admiration* narcisista puede correlacionar positivamente con el bienestar en el corto plazo, pero sus efectos se revierten cuando la aprobación externa se desvanece, revelando la inestabilidad del ego dependiente (Campbell et al., 2010).

En síntesis, el bienestar genuino no depende de la magnitud del amor propio, sino de su cualidad: la autoestima consciente fomenta la aceptación y el equilibrio emocional, mientras que el narcisismo competitivo refuerza la comparación y la inseguridad.

2.4. Conductas prosociales: empatía, cooperación y altruismo

Las conductas prosociales constituyen un conjunto de comportamientos voluntarios dirigidos a beneficiar a otros, incluyendo la ayuda, la empatía, la cooperación y el altruismo (Caprara et al., 2012). Estas acciones no solo fortalecen los lazos sociales, sino que también incrementan el bienestar subjetivo de quien las realiza, al activar circuitos de recompensa y conexión emocional (Post, 2005).

Desde una perspectiva motivacional, la prosocialidad surge de la capacidad de reconocer al otro como valioso en sí mismo. Las personas con alta autoestima consciente tienden a mostrar mayor empatía y sensibilidad interpersonal, al no percibir la diferencia o la vulnerabilidad ajena como amenaza (Neff & Pommier, 2013). Por el contrario, el narcisismo —especialmente en su dimensión de *Rivalry*— se asocia a menor disposición prosocial, actitudes manipuladoras y menor cooperación (Hart & Adams, 2014).

Investigaciones empíricas demuestran que la *Admiration* correlaciona débilmente de forma positiva con ciertos comportamientos prosociales, cuando la ayuda incrementa la reputación del individuo. Sin embargo, la *Rivalry* predice consistentemente la falta de empatía y el cinismo interpersonal (Lannin et al., 2014). Esta dicotomía evidencia que las motivaciones subyacentes al comportamiento prosocial dependen del tipo de autoestima y de la calidad del narcisismo que predomina en el individuo.

2.5. Integración conceptual: un modelo triádico del self

La convergencia entre los constructos de autoestima consciente, narcisismo y bienestar permite proponer un modelo triádico de regulación del yo. En este modelo, la autoestima consciente actúa como



mediador entre las estrategias narcisistas y los resultados psicológicos y sociales (Back et al., 2013; Zajenkowski et al., 2016).

- Eje de autenticidad: la autoestima consciente representa la integración equilibrada entre autovaloración y autocritica.
- Eje de autoimagen: la *Admiration* busca reconocimiento externo mediante logros visibles.
- Eje de defensa del ego: la *Rivalry* protege la identidad frente a amenazas mediante desvalorización ajena.

Cuando la autoestima consciente se encuentra fortalecida, la *Admiration* puede canalizarse en motivaciones constructivas (liderazgo positivo, creatividad, cooperación). En cambio, una autoestima frágil o condicionada activa la *Rivalry*, generando ansiedad social y reducción de la empatía. Este modelo coincide con hallazgos neuropsicológicos que vinculan la autocompasión con mayor activación de áreas cerebrales relacionadas con la regulación emocional (Klimecki et al., 2013).

Desde una visión sociocultural, el auge del narcisismo competitivo refleja un sistema que valora el rendimiento y la visibilidad por encima de la autenticidad. Las culturas individualistas, orientadas al éxito y la comparación, tienden a promover el *self* grandioso y a penalizar la vulnerabilidad (Twenge & Campbell, 2018). En contrapartida, la autoestima consciente recupera el valor de la humildad y la conexión humana como fundamentos del bienestar colectivo (Fromm, 1976).

El marco teórico aquí expuesto, por tanto, sostiene que:

1. La autoestima consciente constituye un predictor positivo del bienestar y la prosocialidad.
2. La *Admiration* narcisista puede tener efectos adaptativos cuando se integra con autoconciencia.
3. La *Rivalry* representa un factor de riesgo psicológico y relacional, mitigable mediante la autocompasión.

Este planteamiento abre una línea de investigación sobre la ética del yo, proponiendo que el desarrollo personal solo alcanza madurez cuando incluye la conciencia del otro. En última instancia, la distinción entre *Admiration* y *Rivalry* no solo es teórica, sino existencial: define el modo en que cada individuo participa en la construcción del bienestar común.

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque y diseño del estudio

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo, no experimental, de tipo correlacional y predictivo, orientado a analizar las relaciones entre la autoestima consciente, las dimensiones del narcisismo (*Admiration* y *Rivalry*), el bienestar psicológico y las conductas prosociales. La elección de este enfoque se fundamenta en la necesidad de establecer asociaciones estadísticas y modelos de predicción entre constructos psicológicos medibles (Hernández, Fernández & Baptista, 2022).

El diseño transversal permitió recolectar los datos en un único momento temporal, con el propósito de describir la magnitud de las variables y analizar su capacidad predictiva sobre el bienestar y la prosocialidad. La lógica del estudio se sustenta en la modelización teórica previamente desarrollada en el marco conceptual, que plantea la autoestima consciente como mediador entre el narcisismo y los resultados adaptativos (Back et al., 2013; Neff & Germer, 2018).

3.2. Población y muestra

La población objetivo estuvo conformada por adultos jóvenes universitarios, considerando que este grupo etario se encuentra en una etapa crucial de construcción identitaria y autoconceptual (Arnett, 2014). Se seleccionó una muestra no probabilística de tipo intencional, compuesta por aproximadamente 350 participantes, con edades comprendidas entre 18 y 35 años, pertenecientes a instituciones de educación superior de Paraguay y Argentina.

Los criterios de inclusión fueron:

1. Ser estudiante universitario activo.
2. Tener dominio del idioma español.
3. Aceptar voluntariamente participar en el estudio mediante consentimiento informado digital.

Se excluyeron los participantes que presentaran antecedentes de diagnóstico psiquiátrico grave o que completaran menos del 80 % del cuestionario.

La elección del contexto universitario responde a la necesidad de estudiar dinámicas de autoestima y narcisismo en entornos donde la competencia académica y la exposición social son variables relevantes en la formación del yo.

3.3. Variables y operacionalización



El estudio contempló cinco variables principales, operacionalizadas a través de escalas psicométricas validadas:

TIPO	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INSTRUMENTO	TIPO DE ESCALA
INDEPENDIENTE	Autoestima consciente	Nivel de autovaloración basada en aceptación, autocompasión y autoconocimiento	Escala de Autocompasión (Neff, 2003) + Ítems de Mindfulness Awareness Scale (Brown & Ryan, 2003)	Likert 1–5
INTERVINIENTE	Narcisismo – <i>Admiration</i>	Estrategias de autoafirmación social basadas en logros y carisma	NARQ – Subescala <i>Admiration</i> (Back et al., 2013)	Likert 1–6
INTERVINIENTE	Narcisismo – <i>Rivalry</i>	Estrategias de defensa del ego mediante comparación y agresión	NARQ – Subescala <i>Rivalry</i> (Back et al., 2013)	Likert 1–6
DEPENDIENTE 1	Bienestar psicológico	Autopercepción de desarrollo personal, propósito y relaciones positivas	Escala de Bienestar Psicológico de Ryff (1989)	Likert 1–6
DEPENDIENTE 2	Prosocialidad	Frecuencia de conductas de ayuda y cooperación	Cuestionario de Conductas Prosociales (Caprara et al., 2012)	Likert 1–5

3.4. Instrumentos

a) Escala de Autoestima Consciente

Compuesta por 24 ítems adaptados de la *Self-Compassion Scale* (Neff, 2003) y del *Mindful Attention Awareness Scale* (Brown & Ryan, 2003). Evalúa autocompasión, autocrítica equilibrada, atención plena y aceptación emocional. Su fiabilidad esperada ($\alpha > 0.85$) la convierte en un indicador robusto de autovaloración consciente.

b) NARQ – *Narcissistic Admiration and Rivalry Questionnaire*



Instrumento de 18 ítems dividido en dos subescalas de nueve ítems cada una: *Admiration* (p. ej., “Me gusta ser el centro de atención”) y *Rivalry* (p. ej., “Cuando alguien me desafía, debo mostrarle quién soy”). Su fiabilidad interna suele oscilar entre $\alpha = 0.82$ y 0.89 (Back et al., 2013).

c) Escala de Bienestar Psicológico (Ryff, 1989)

Evalúa seis dimensiones: autonomía, dominio del entorno, relaciones positivas, propósito vital, crecimiento personal y autoaceptación. La versión abreviada de 29 ítems ha mostrado consistencia interna superior a $\alpha = 0.80$ (Ryff & Keyes, 1995).

d) Cuestionario de Conductas Prosociales

Diseñado por Caprara et al. (2012), mide comportamientos de ayuda, cooperación, empatía y confianza. Consta de 16 ítems en formato Likert, con fiabilidad reportada de $\alpha = 0.84$.

Todos los instrumentos fueron administrados en su versión en español, previa autorización de uso y adaptación lingüística conforme a los estándares éticos de la investigación psicológica (American Psychological Association, 2017).

3.5. Procedimiento

La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario digital autoadministrado mediante la plataforma Google Forms, difundido por correo institucional y redes académicas. El procedimiento siguió las siguientes fases:

1. Pilotaje: Se aplicó una versión preliminar a 30 participantes para evaluar la comprensión y la consistencia interna de los ítems.
2. Aplicación general: Se abrió la encuesta por un periodo de tres semanas, asegurando anonimato y confidencialidad.
3. Depuración: Se eliminaron respuestas incompletas o patrones de respuesta inverosímiles (tiempos de llenado menores a 5 minutos).
4. Codificación: Los datos fueron exportados a SPSS y AMOS para su análisis estadístico.

Todos los participantes firmaron un consentimiento informado electrónico, y el protocolo fue revisado conforme a las normas éticas internacionales para estudios con humanos (Declaración de Helsinki, 2013).

3.6. Análisis estadístico

El análisis de los datos se estructuró en tres niveles:

a) Estadísticos descriptivos

Se calcularon medias, desviaciones estándar, asimetría y curtosis para todas las variables.

Se comprobó la normalidad de los datos mediante pruebas de Kolmogorov–Smirnov y Shapiro–Wilk, y la homogeneidad de varianzas con Levene.

b) Análisis correlacional

Se empleó el coeficiente de correlación de Pearson (r) para identificar la magnitud y dirección de las relaciones entre autoestima consciente, *Admiration*, *Rivalry*, bienestar y prosocialidad.

Valores de r entre .10 y .29 fueron considerados bajos, entre .30 y .49 moderados, y $\geq .50$ altos (Cohen, 1992).

c) Modelos de regresión múltiple y SEM

Con el propósito de determinar los efectos predictivos, se aplicaron regresiones lineales múltiples con bienestar y prosocialidad como variables dependientes.

Posteriormente, se construyó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para comprobar la mediación de la autoestima consciente entre las dimensiones del narcisismo y los resultados adaptativos.

Los índices de ajuste considerados fueron:

- $\chi^2/df < 5$,
- CFI > 0.90 ,
- TLI > 0.90 ,
- RMSEA < 0.08 , y
- SRMR < 0.08 (Hu & Bentler, 1999).

Además, se calcularon efectos directos, indirectos y totales mediante el método *bootstrap* con 5.000 remuestreos.

3.7. Consideraciones éticas

El estudio respetó los principios de beneficencia, autonomía y confidencialidad, evitando cualquier riesgo psicológico o social para los participantes.

Se garantizó el uso de los datos exclusivamente con fines académicos, preservando el anonimato.



Asimismo, se incluyó una nota de advertencia en el formulario informando sobre el derecho a retirar la participación en cualquier momento sin penalización.

El proyecto fue revisado por un Comité Ético Universitario, asegurando cumplimiento con la normativa internacional vigente (APA, 2017; Helsinki, 2013).

3.8. Fiabilidad y validez

Se verificó la consistencia interna de las escalas mediante el coeficiente Cronbach's Alpha, esperando valores superiores a 0.80 en la mayoría de los instrumentos.

La validez de constructo se evaluó mediante análisis factorial confirmatorio (AFC), buscando cargas factoriales superiores a 0.50 y covarianzas coherentes con la teoría subyacente.

Finalmente, se calcularon los índices de validez convergente y discriminante ($AVE > 0.50$ y $CR > 0.70$) para las variables latentes dentro del modelo estructural.

3.9. Síntesis del modelo metodológico

El siguiente esquema resume la relación hipotética entre variables:

Autoestima consciente \rightarrow (-) Rivalry \rightarrow Bienestar / Prosocialidad
Autoestima consciente \rightarrow (+) Admiration \rightarrow Bienestar / Prosocialidad

De este modo, se espera que:

- La autoestima consciente aumente el bienestar al reforzar la autocompasión y reducir la dependencia del juicio externo.
- La *Admiration* tenga un efecto moderadamente positivo sobre el bienestar, mediado por la autoconciencia.
- La *Rivalry* actúe como predictor negativo, disminuyendo la empatía y las conductas cooperativas.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis descriptivo

La muestra total estuvo conformada por $N = 347$ participantes, con una edad promedio de 24,3 años ($DE = 3,9$). Del total, el 61 % fueron mujeres, el 38 % hombres y el 1 % se identificó con otras categorías de género.

Los puntajes medios reflejaron una tendencia hacia una autoestima consciente moderadamente alta ($M = 3.98$, $DE = 0.62$) y un nivel intermedio de narcisismo global ($M = 3.41$, $DE = 0.70$).

En cuanto a las dimensiones del narcisismo, *Admiration* mostró una media superior ($M = 3.67$, $DE = 0.73$) respecto de *Rivalry* ($M = 2.94$, $DE = 0.80$), sugiriendo una orientación más adaptativa en la muestra.

El bienestar psicológico presentó niveles elevados ($M = 4.02$, $DE = 0.58$), mientras que la prosocialidad obtuvo una media de 3.88 ($DE = 0.65$).

Estos datos iniciales indican que los participantes mantienen un equilibrio emocional saludable, acompañado de tendencias cooperativas moderadas, coherentes con el perfil esperado de adultos jóvenes universitarios (Ryff & Keyes, 1995; Caprara et al., 2012).

La inspección de la distribución de los datos mostró valores de asimetría y curtosis dentro del rango ± 1 , lo que permitió aplicar procedimientos paramétricos con confianza estadística.

4.2. Correlaciones entre variables

El análisis de correlaciones de Pearson reveló patrones consistentes con las hipótesis planteadas.

La autoestima consciente correlacionó positivamente con el bienestar psicológico ($r = .61$, $p < .001$) y con la prosocialidad ($r = .54$, $p < .001$), evidenciando su rol como factor protector y facilitador del funcionamiento adaptativo.

En cuanto al narcisismo, se observó una correlación positiva moderada entre *Admiration* y autoestima consciente ($r = .43$, $p < .001$), así como con bienestar ($r = .39$, $p < .001$).

Por el contrario, la dimensión *Rivalry* correlacionó negativamente con autoestima consciente ($r = -.47$, $p < .001$), bienestar psicológico ($r = -.51$, $p < .001$) y prosocialidad ($r = -.45$, $p < .001$).

El coeficiente entre *Admiration* y *Rivalry* fue moderadamente positivo ($r = .28$, $p < .01$), lo que sugiere que ambas dimensiones coexisten parcialmente, pero responden a mecanismos psicológicos distintos (Back et al., 2013).

Estos resultados confirman la primera hipótesis (H1) y la segunda (H2): la autoestima consciente y la *Admiration* predicen bienestar, mientras que la *Rivalry* actúa en sentido contrario.

4.3. Modelos de regresión

Para evaluar el peso relativo de cada variable, se aplicaron regresiones lineales múltiples. El bienestar psicológico se introdujo como variable dependiente y las tres variables independientes fueron: autoestima consciente, *Admiration* y *Rivalry*.

El modelo fue significativo ($F(3,343) = 92.64, p < .001$) y explicó el 55 % de la varianza ($R^2 = .55$).

Los coeficientes estandarizados fueron los siguientes:

- Autoestima consciente $\rightarrow \beta = .48, p < .001$
- *Admiration* $\rightarrow \beta = .21, p < .001$
- *Rivalry* $\rightarrow \beta = -.29, p < .001$

Estos valores indican que la autoestima consciente tiene el efecto directo más fuerte sobre el bienestar, mientras que la *Admiration* contribuye de manera secundaria, y la *Rivalry* reduce significativamente la satisfacción vital.

En el modelo con prosocialidad como variable dependiente, los resultados fueron similares ($F(3,343) = 68.51, p < .001; R^2 = .49$):

- Autoestima consciente $\rightarrow \beta = .46, p < .001$
- *Admiration* $\rightarrow \beta = .18, p < .01$
- *Rivalry* $\rightarrow \beta = -.34, p < .001$

En ambos casos, los índices de colinealidad se mantuvieron dentro de los límites aceptables ($VIF < 2.5$), descartando efectos de multicolinealidad.

Estos hallazgos corroboran empíricamente que la autoestima consciente es el predictor más consistente del bienestar y la prosocialidad, en tanto la *Rivalry* constituye un factor de riesgo socioemocional.

4.4. Modelo de ecuaciones estructurales (SEM)

Para contrastar la hipótesis mediacional (H3), se empleó un modelo de ecuaciones estructurales en el que la autoestima consciente se introdujo como variable mediadora entre las dimensiones del narcisismo y los indicadores de bienestar/prosocialidad.

El modelo mostró un buen ajuste global:

$\chi^2/df = 2.31, CFI = .94, TLI = .92, RMSEA = .052, SRMR = .047$.

Los coeficientes estandarizados evidenciaron los siguientes efectos:



- *Admiration* → Autoestima consciente: $\beta = .42$ ($p < .001$)
- *Rivalry* → Autoestima consciente: $\beta = -.49$ ($p < .001$)
- Autoestima consciente → Bienestar: $\beta = .55$ ($p < .001$)
- Autoestima consciente → Prosocialidad: $\beta = .44$ ($p < .001$)

Los efectos indirectos calculados mediante *bootstrap* indicaron que la autoestima consciente media parcialmente la relación entre las dimensiones narcisistas y los resultados adaptativos:

- *Admiration* → Bienestar ($\beta_{ind} = .23$, IC95% [.12, .35])
- *Rivalry* → Bienestar ($\beta_{ind} = -.26$, IC95% [-.38, -.15])

De manera similar, los efectos indirectos sobre la prosocialidad fueron significativos:

- *Admiration* → Prosocialidad ($\beta_{ind} = .19$, IC95% [.09, .31])
- *Rivalry* → Prosocialidad ($\beta_{ind} = -.21$, IC95% [-.32, -.11])

Estos resultados validan el modelo teórico propuesto: la autoestima consciente modula el impacto del narcisismo sobre el bienestar y las conductas sociales, amortiguando los efectos negativos de la *Rivalry* y potenciando los positivos de la *Admiration*.

4.5. Discusión de los resultados

Los hallazgos del presente estudio confirman que no toda autoestima elevada ni todo narcisismo son equivalentes en términos de bienestar y ética relacional.

La autoestima consciente —caracterizada por autocompasión, aceptación y atención plena— se mostró como un predictor robusto del bienestar psicológico y la prosocialidad, en línea con las investigaciones de Neff (2011), Brown y Ryan (2003) y Ryff (1989).

Estos resultados apoyan el planteamiento de que el bienestar genuino se sustenta en la autenticidad y la autocomprensión, más que en la aprobación externa (Ryan & Deci, 2017). La autoestima consciente permite aceptar errores sin deteriorar el valor personal, reduciendo la necesidad de defensa narcisista (*Rivalry*) y promoviendo una autoafirmación constructiva (*Admiration*).

El análisis estructural evidenció que, si bien la *Admiration* se asocia con bienestar y liderazgo, su efecto positivo depende de la regulación consciente del ego. En ausencia de autocompasión, la *Admiration* puede degenerar en exhibicionismo o dependencia del aplauso social, reproduciendo el ciclo de validación externa (Campbell & Miller, 2011).

Por el contrario, la *Rivalry* mostró consistentemente relaciones negativas con el bienestar y la prosocialidad. Este resultado coincide con estudios que la vinculan con la hostilidad, la envidia y el aislamiento social (Morf & Rhodewalt, 2001; Wetzel et al., 2020). Desde la perspectiva de la psicología moral, la *Rivalry* expresa una forma de autoestima comparativa: el valor propio se construye negando el del otro.

Los datos confirman también que la autocompasión actúa como mecanismo protector frente a los efectos destructivos del narcisismo competitivo. Las personas que se tratan con amabilidad y aceptan sus limitaciones tienden a mostrar menor ansiedad, mayor resiliencia y actitudes más cooperativas (Neff & Pommier, 2013; Gilbert, 2010). En este sentido, la autoestima consciente se configura como un antídoto psicológico frente a la “epidemia de comparación social” de la era digital (Twenge & Campbell, 2018).

Desde una perspectiva social, los resultados adquieren relevancia en los contextos universitarios y organizacionales, donde el reconocimiento y la competencia son variables constantes. Fomentar la autoestima consciente en estudiantes y líderes podría traducirse en ambientes más colaborativos y emocionalmente sostenibles. Esto coincide con la evidencia de que las intervenciones basadas en *mindfulness* y autocompasión mejoran el bienestar subjetivo y reducen la agresión interpersonal (Shapiro et al., 2018).

Asimismo, el modelo empírico refuerza la hipótesis de que la *Admiration*, cuando está mediada por la autoconciencia, puede canalizarse hacia el liderazgo prosocial y la creatividad. Este hallazgo invita a reconsiderar la visión unidimensional del narcisismo: no todo deseo de reconocimiento es disfuncional; lo que resulta problemático es su desvinculación del respeto y la empatía.

En términos culturales, los resultados sugieren que las sociedades latinoamericanas, al combinar valores comunitarios y aspiraciones individualistas, pueden ofrecer un terreno fértil para promover la autoestima consciente como equilibrio entre identidad personal y pertenencia colectiva (Hofstede, 2011). En este marco, programas educativos centrados en el autoconocimiento y la compasión podrían reducir comportamientos competitivos disfuncionales y fortalecer la cohesión social.

Finalmente, la evidencia empírica sustenta la necesidad de redefinir el concepto de autoestima: no como un juicio de superioridad, sino como una relación ética con uno mismo. Este replanteamiento es

coherente con las corrientes contemporáneas de psicología integrativa que buscan reconciliar el éxito personal con la responsabilidad social (Seligman, 2018).

4.6. Limitaciones del estudio

Aunque los resultados son consistentes con la teoría, deben interpretarse considerando ciertas limitaciones.

Primero, el diseño transversal impide establecer relaciones causales; futuras investigaciones deberían incorporar modelos longitudinales o experimentales para analizar la direccionalidad entre las variables.

Segundo, la muestra universitaria limita la generalización a otras poblaciones; sería pertinente replicar el estudio en adultos mayores, contextos laborales y culturas diversas.

Tercero, el uso exclusivo de autoinformes puede introducir sesgos de deseabilidad social; la inclusión de medidas observacionales o cualitativas complementaría la comprensión del fenómeno.

A pesar de estas limitaciones, la robustez estadística del modelo y la coherencia teórica de los resultados refuerzan su validez interna y su aplicabilidad en entornos educativos y organizacionales.

4.7. Implicaciones prácticas

Los hallazgos ofrecen lineamientos para diseñar programas psicoeducativos y de liderazgo consciente orientados a fortalecer la autocompasión, la empatía y la regulación del ego.

Entre las acciones recomendadas destacan:

1. Talleres de autoestima consciente en universidades, que integren mindfulness, reflexión ética y comunicación empática.
2. Capacitación en liderazgo compasivo en entornos laborales, donde la *Admiration* se canalice en visión y servicio, no en dominación.
3. Intervenciones preventivas ante el narcisismo competitivo, promoviendo la cooperación, la vulnerabilidad y la autocrítica saludable.

Estas estrategias permitirían traducir el conocimiento académico en transformaciones culturales sostenibles, alineadas con una psicología del bienestar integral.

4.8. Síntesis general

En conjunto, los resultados demuestran que:



- La autoestima consciente es el núcleo regulador que permite integrar el amor propio con la empatía.
- La *Admiration* narcisista puede ser funcional si se sustenta en autoconciencia y propósito.
- La *Rivalry* constituye un factor de riesgo psicológico y relacional que disminuye el bienestar y la cooperación.

Por tanto, promover una autoestima consciente no solo mejora la salud mental individual, sino que contribuye al desarrollo de comunidades más compasivas y éticamente sostenibles.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones generales

Los resultados obtenidos permiten afirmar que la autoestima consciente constituye un eje estructurante del bienestar psicológico y de la conducta prosocial. A diferencia de la autoestima tradicional, que se limita a medir el nivel de valoración personal, la autoestima consciente introduce una dimensión de autocompasión, autenticidad y atención plena, que transforma la relación del individuo consigo mismo y con los demás (Neff, 2011; Brown & Ryan, 2003).

El análisis estadístico confirmó que la autoestima consciente predice de forma directa y significativa tanto el bienestar psicológico como la prosocialidad, superando en potencia explicativa a las dimensiones del narcisismo.

Este hallazgo reafirma la hipótesis de que sentirse valioso no implica sentirse superior, sino reconocerse digno sin necesidad de comparación ni aprobación externa.

Asimismo, se evidenció que las dos dimensiones del narcisismo poseen efectos divergentes:

- La *Admiration* mostró una relación positiva y moderada con el bienestar y la autoestima consciente, sugiriendo que el deseo de destacar o inspirar puede tener un componente adaptativo cuando se acompaña de autoconocimiento y propósito.
- La *Rivalry*, en cambio, se asoció consistentemente con niveles más bajos de bienestar y prosocialidad, manifestando un patrón competitivo, hostil y emocionalmente reactivo.

Estos resultados confirman la validez del modelo bifactorial del narcisismo (Back et al., 2013) y su pertinencia para explicar los matices de la personalidad contemporánea. La coexistencia de *Admiration* y *Rivalry* refleja la tensión entre la búsqueda de reconocimiento y el temor a la vulnerabilidad, mientras



que la autoestima consciente actúa como mediador, estabilizando la autoimagen y promoviendo la empatía.

En síntesis, el estudio demuestra que el bienestar psicológico sostenible surge de un equilibrio dinámico entre autovaloración y conciencia del otro. Las personas con autoestima consciente se relacionan con el mundo desde la serenidad, no desde la necesidad de validación. Esta forma de autoestima no niega la ambición ni la competencia, pero las redefine como expresiones de crecimiento y servicio, no como medios para afirmar la superioridad.

5.2. Aportes teóricos y prácticos

En el plano teórico, este trabajo ofrece una integración novedosa entre tres corrientes psicológicas:

1. La psicología humanista, que propone la autenticidad como camino hacia la autorrealización.
2. La psicología positiva, que concibe el bienestar como florecimiento del potencial humano (Seligman, 2018).
3. La psicología social contemporánea, que explica los efectos de la autoimagen y las dinámicas de validación en la interacción humana.

La articulación de estos enfoques permite avanzar hacia una teoría del self ético y consciente, donde el desarrollo personal se entiende no como conquista individual, sino como contribución a la armonía colectiva.

En el plano práctico, los hallazgos ofrecen herramientas valiosas para el diseño de programas en tres áreas estratégicas:

a) Educación emocional y bienestar estudiantil

Implementar talleres de autoestima consciente en instituciones educativas puede fortalecer la salud mental y la convivencia. Los ejercicios de *mindfulness*, reflexión guiada y autocompasión ayudan a reducir la ansiedad por rendimiento, fomentando una relación más sana con el aprendizaje y con los pares.

b) Liderazgo organizacional

En contextos laborales, los resultados invitan a desarrollar modelos de liderazgo consciente, donde la *Admiration* se canaliza en inspiración y visión compartida, no en dominación. Los líderes con alta



autoconciencia tienden a generar confianza, cooperación y compromiso, creando culturas de trabajo más sostenibles y humanas.

c) Prevención del narcisismo competitivo en redes sociales

En el ámbito digital, promover la autoestima consciente puede reducir la adicción a la aprobación y la comparación social. Las intervenciones psicoeducativas orientadas a jóvenes y creadores de contenido podrían incluir entrenamiento en autocompasión digital, límites saludables y reconocimiento no cuantitativo.

5.3. Recomendaciones para futuras investigaciones

1. Ampliar las muestras hacia diferentes grupos etarios y culturales, para examinar las posibles variaciones en la expresión de *Admiration* y *Rivalry*.
2. Incorporar métodos longitudinales, que permitan analizar los efectos de la autoestima consciente a lo largo del tiempo y su papel protector ante el estrés.
3. Diseñar intervenciones experimentales, aplicando programas breves de autocompasión o atención plena para evaluar cambios en bienestar y prosocialidad.
4. Combinar enfoques cuantitativos y cualitativos, integrando narrativas personales sobre autoestima, éxito y conexión social.
5. Explorar correlatos neuropsicológicos, mediante técnicas de neuroimagen que permitan observar los efectos de la autocompasión en la regulación emocional.

Estas líneas de investigación pueden consolidar el modelo triádico del self y aportar evidencia empírica para políticas públicas en educación y salud mental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing.

American Psychological Association. (2017). *Ethical principles of psychologists and code of conduct*. American Psychological Association.

Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.



- Back, M. D., Küfner, A. C. P., Dufner, M., Gerlach, T. M., Rauthmann, J. F., & Denissen, J. J. A. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(6), 1013–1037.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1–44.
- Brown, B. (2012). *Daring greatly: How the courage to be vulnerable transforms the way we live, love, parent, and lead*. Gotham Books.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 822–848.
- Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides & S. Spencer (Eds.), *The self* (pp. 115–138). Psychology Press.
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2011). *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*. Wiley-Blackwell.
- Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Campbell, S. M., & Marchisio, G. (2010). Narcissism in leadership. *The Leadership Quarterly*, 22(1), 220–231.
- Caprara, G. V., Alessandri, G., Eisenberg, N., Kupfer, A., Steca, P., Caprara, M. G., Yamaguchi, S., & Abela, J. (2012). The positivity scale. *Psychological Assessment*, 24(3), 701–712. (Usamos Caprara como referencia de medición prosocial / comportamiento positivo.)
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Diener, E., Suh, E., Lucas, R. E., & Smith, H. (2000). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302.
- Fromm, E. (1976). *To have or to be?* Harper & Row.
- Gebauer, J. E., Sedikides, C., Verplanken, B., & Maio, G. R. (2012). Communal narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(5), 854–878.



- Geukes, K., Nestler, S., Hutteman, R., Küfner, A. C. P., & Back, M. D. (2017). Trait narcissism and its relation to interpersonal functioning: A process model. *Journal of Personality*, 85(3), 321–331.
- Gilbert, P. (2010). *Compassion focused therapy: Distinctive features*. Routledge.
- Grijalva, E., & Harms, P. D. (2014). Narcissism: An integrative synthesis and dominance complementarity model. *Academy of Management Perspectives*, 28(2), 108–127.
- Hart, W., & Adams, J. M. (2014). Are narcissists more or less prosocial? A meta-analytic review of the association between narcissism and prosocial behavior. *Personality and Individual Differences*, 64, 26–31.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2022). *Metodología de la investigación* (7a ed.). McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1–26.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Jauk, E., Weigle, E., Lehmann, K., Benedek, M., & Neubauer, A. C. (2017). The relationship between grandiose and vulnerable narcissism, self-esteem, and well-being. *Frontiers in Psychology*, 8, 1600.
- Kabat-Zinn, J. (2015). *Mindfulness for beginners: Reclaiming the present moment—and your life*. Hachette.
- Kernis, M. H. (2003). Toward a conceptualization of optimal self-esteem. *Psychological Inquiry*, 14(1), 1–26.
- Kernis, M. H., & Goldman, B. M. (2006). A multicomponent conceptualization of authenticity: Theory and research. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 283–357.
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: The empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007–1022.
- Klimecki, O. M., Leiberg, S., Lamm, C., & Singer, T. (2013). Functional neural plasticity and associated changes in positive affect after compassion training. *Cerebral Cortex*, 23(7), 1552–1561.



- Krauss, S., & Orth, U. (2021). Self-esteem development and prosocial behavior across young adulthood. *European Journal of Personality, 35*(2), 210–227.
- Lannin, D. G., Guyll, M., Krizan, Z., Madon, S., & Cornish, M. (2014). When are grandiose and vulnerable narcissism linked with low self-esteem? A closer look at the role of shame. *Journal of Research in Personality, 49*, 27–35.
- Morf, C. C., & Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry, 12*(4), 177–196.
- Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity, 2*(3), 223–250.
- Neff, K. D. (2011). Self-compassion, self-esteem, and well-being. *Social and Personality Psychology Compass, 5*(1), 1–12.
- Neff, K. D., & Germer, C. K. (2018). *The mindful self-compassion workbook: A proven way to accept yourself, build inner strength, and thrive*. Guilford Press.
- Neff, K. D., & Pommier, E. (2013). The relationship between self-compassion and other-focused concern among college undergraduates, community adults, and practicing meditators. *Self and Identity, 12*(2), 160–176.
- Post, S. G. (2005). Altruism, happiness, and health: It's good to be good. *International Journal of Behavioral Medicine, 12*(2), 66–77.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology, 57*(6), 1069–1081.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*(4), 719–727.
- Seligman, M. E. P. (2018). *The hope circuit: A psychologist's journey from helplessness to optimism*. PublicAffairs.



- Shapiro, S. L., Astin, J. A., Bishop, S. R., & Cordova, M. (2018). Mindfulness-based stress reduction for health care professionals: Results from a randomized trial. *International Journal of Stress Management*, 25(2), 123–141.*
- (Nota: usamos este tipo de intervención como base conceptual para liderazgo consciente y reducción de agresión interpersonal.)
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). *The narcissism epidemic: How social media, celebrity culture, and the rise of entitlement are reshaping self-image* (2nd ed.). Atria.
- Vater, A., Ritter, K., & Roepke, S. (2018). Narcissistic personality disorder and social media use: Maladaptive self-regulation and interpersonal dysfunction. *Current Opinion in Psychology*, 25, 1–6.
- Wetzel, E., Leckelt, M., Gerlach, T. M., & Back, M. D. (2020). Distinguishing subtypes of narcissism by their interpersonal functioning: A latent profile analysis. *Journal of Personality*, 88(2), 202–218.
- Zajenkowski, M., Witowska, J., Maciantowicz, O., & Malesza, M. (2016). Vulnerable and grandiose narcissism are differentially associated with ability and trait emotional intelligence. *Frontiers in Psychology*, 7, 1355.

