

Título Sociables, chismosos, opinadores y selfies

Tipo de Producto Divulgación

Autores La Nación

Código del Proyecto y Título del Proyecto

C18S14 - Redes Sociales y Ansiedad Interpersonal

Responsable del Proyecto

López Salazar, Patricio

Línea

Psicología Clínica

Área Temática

Psicología

Fecha

Diciembre 2017

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

Sociables, chismosos, opinadores y selfies

<https://www.lanacion.com.ar/2087568-sociables-chismosos-opinadores-y-selfies>

Esas son las personalidades que habitan Facebook, según un estudio

Débora Slotnisky

La Nación 2 de diciembre de 2017

Más de 26 millones de argentinos usamos Facebook y, en promedio, navegamos por esta plataforma unos 150 minutos diarios, según datos provistos a la nación por la consultora ComScore. Si bien con semejante cifra es lógico que en esta red social, la más grande del mundo, coexistan todo tipo de personalidades, un estudio realizado en Estados Unidos señala que es posible resumirlas en cuatro categorías.

Para realizar esta investigación, llamada I love FB: A Q-Methodology Analysis of Why People Like Facebook (Un análisis por medio del Método Q de por qué a la gente le gusta Facebook; la Q se refiere al análisis factorial de esta metodología) y realizada por profesionales de la Brigham Young University, los participantes debieron responder 48 preguntas para medir las posibles razones por las que ingresan a la plataforma. En primer lugar, se les pidió que ordenaran tarjetas con distintas afirmaciones de acuerdo con su nivel de identificación con cada una de ellas. Como segunda instancia, los investigadores realizaron entrevistas personales.

Tras analizar las respuestas se concluyó que los usuarios de Facebook se identifican con una de las siguientes cuatro personalidades: sociable, chismoso, opinador y selfie. Estas categorías son una primera aproximación al fenómeno, pero tienen valor, ya que hacen sintonía con la experiencia que todos tenemos al usar la red social. De hecho, es fácil observar cómo la personalidad de los sujetos se exporta a la plataforma. Lejos de que la vida offline y online sean universos separados, este estudio demuestra que lo que hacemos en Facebook es un reflejo de nuestra personalidad, nuestros valores al relacionarnos con otros y de cómo nos comportamos en la vida real, explica Patricio López Salazar, terapeuta que se desempeña como profesor investigador de la Licenciatura en Psicología de la Fundación UADE.



Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, en abril del año último, durante la Conferencia F8 que organiza la compañía Crédito: REUTERS

Según el estudio, el usuario sociable es el que construye relaciones y utiliza la plataforma para fortalecerlas, de forma tal que la red social es una suerte de extensión de lo que vive en su día a día.

Básicamente, esta persona tiende a realizar peticiones de amistades a usuarios que conoce en la vida real, pero que no ve desde hace mucho tiempo, como ex compañeros de colegio. Además, tiene por costumbre comentar las publicaciones que sus amigos hacen en la red social.

En el otro extremo se encuentran los chismosos, y su característica es que están conectados porque sienten que tienen que hacerlo. En líneas generales, se trata de personas que no comparten información personal ni interactúan con las publicaciones de otros usuarios, pero les gusta estar enteradas de las novedades de los demás.

Es mi opinión

En tanto, a los opinadores no les preocupa el nivel de interacciones que causen sus publicaciones. Para ellos la clave es tener la posibilidad de expresarse sobre cualquier tema público, como las noticias vinculadas con la política y el mundo del espectáculo, pero no hablan sobre su vida privada. Si bien en todo el mundo hay personas con comportamientos similares en esta red social, creo que

en nuestro país abunda este perfil, ya que Facebook se ha convertido en una herramienta de campaña y debate político, opina María José Pandullo, directora general de la consultoría Hill+Knowlton Strategies de Argentina.

Para verificar esta apreciación, la nación consultó la filial local de Facebook, pero la firma prefirió no dar detalles sobre el comportamiento de los argentinos en su plataforma.

Por último, están los selfies. De acuerdo con el estudio, se trata de personas que comparten con frecuencia imágenes y videos de sí mismas o con amigos. Si bien es una personalidad similar a la del sociable por el nivel de interacción, la diferencia está en que a estos individuos están siempre publicando información sobre sí y pendientes de los comentarios y Me gusta que reciben sus publicaciones.

Según López Salazar este perfil es más común en adolescentes y jóvenes menores de 35 años. Para ellos las redes sociales son una parte esencial de su mundo y una manera importante de expresarse. No obstante, si bien no contamos con datos en el nivel nacional, se puede observar en las mujeres una tendencia mayor a subir selfies que destacan aspectos como el atractivo físico, sin ningún contexto significativo o completamente anecdótico. En los varones esto también está presente, pero de manera menos pronunciada. Además, ellos difunden con más frecuencia fotos grupales con amigos o realizando actividades, observa.

Para reflexionar

En estas categorías no hay algunas que sean mejores que otras, puesto que los usuarios no somos ni buenos ni malos, siempre y cuando no cometamos un delito o utilicemos las redes para hacer daño, explica Pandullo, y agrega que lo importante es utilizar esta plataforma de la forma en que uno se sienta cómodo, y que respete al resto.

Sin embargo, determinar en cuál de estas categorías nos encontramos podría ser útil para saber qué tipo de personalidad tenemos: Si algo sabemos acerca del conocimiento científico acumulado sobre el uso de estas redes sociales es que la personalidad de cada individuo no sufre una transformación radical al interactuar con las redes sociales. Por el contrario, Facebook refleja la identidad, valores y personalidad de sus usuarios. En algún sentido, estos perfiles capturan aspectos centrales de la personalidad de cada persona, concluye López Salazar.

Por: [Débora Slotnisky](#)