

Raúl Santos Morales
Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
raul.santos@anahuac.mxFrancisco Xavier Sánchez Hernández
Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
xavierx@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Una red sociodigital como Facebook es usada por el 98% de los internautas mexicanos, lo que representa alrededor de 83'300,000 de personas[2]. En general, las redes sociodigitales se han convertido en espacios de representación, de sentido y de modos de ser[3]. Así, los contenidos que publica una persona en Facebook pueden servir como parámetro para descubrir los rasgos de personalidad[4]: extraversión, neuroticismo, apertura a la experiencia, amabilidad o concientización[5] (cuadro 1). Facebook es una herramienta de información a través de la difusión o publicación de mensajes, comentarios o noticias, y una herramienta de comunicación a través del diálogo a partir de un mensaje, comentario o noticia; pero también se ha convertido, junto con otros espacios de la web y otras redes sociodigitales, en un terreno propicio para experimentar y diseñar nuevas subjetividades o novedosas formas de ser y estar en el mundo dentro de un escenario globalizado[6].

MATERIAL Y MÉTODO

Para este pequeño estudio se revisaron sólo las publicaciones de agosto de 2018 que aparecen en los muros públicos de los perfiles de Facebook de dos varones de 28 años que radican en Irapuato y que tienen más de 2,000 contactos digitales. A partir de los cinco modelos de personalidad, se realizó un análisis de los rasgos más relevantes de cada sujeto para categorizar las publicaciones en Facebook.

RESULTADOS

Ambos sujetos de investigación mostraron rasgos extrovertidos de manera predominante en sus publicaciones de Facebook, las cuales tienen como característica informar sobre temas divertidos o temas de entretenimiento como música o cine, y sólo un par de invitaciones públicas hacia sus contactos para asistir a un concierto o a un evento deportivo que pueden ser consideradas como actividades de socialización. Además, ambos sujetos mostraron rasgos amables y conscientes en menor porcentaje. Sin embargo, el sujeto 1 utilizó un tono irónico y sarcástico en sus publicaciones extrovertidas y presentó un pequeño porcentaje de neurosis (11%) así como poca apertura a la experiencia (0.5%). En lo que respecta a la amabilidad, 29 publicaciones de 44 fueron dedicadas a criticar a otras personas y el resto mostró relaciones significativas principalmente con sus amigos. El sujeto 2 no mostró ningún tipo de ironía, sarcasmo o neurosis, ni habló mal de nadie pero aumentó un poco la apertura a la experiencia al alcanzar un 6.5% a través de sus publicaciones en Facebook (cuadro 2).

DISCUSIÓN

A pesar de ser una muestra muy pequeña y de analizar únicamente las publicaciones de los muros públicos de Facebook, podemos observar que la función que más predomina en estos dos casos es la de informar, por encima de comunicar y socializar. Una investigación con una muestra más amplia permitirá describir mucho mejor la función que ha adquirido Facebook dentro de nuestro país durante este nuevo siglo.

CUADRO 1. MODELOS DE PERSONALIDAD

1) EXTRAVERSIÓN	Personas sociables, comunicativas y alegres, realizan constantes actualizaciones de estatus y/o publicaciones sobre actividades o temas para informar algo o entablar diálogo con otras personas.
2) NEUROTICISMO	Personas ansiosas y sensibles a la amenaza, constantes actualizaciones de estatus sobre revelaciones emocionales, dramas y/o relaciones personales (pareja y/o hijos) para buscar la atención y el apoyo social que no tienen en la vida real.
3) APERTURA A LA EXPERIENCIA	Personas creativas, intelectuales y curiosas, realizan constantes actualizaciones de estatus y/o publicaciones sobre temas intelectuales para compartir información pero no les gusta dialogar virtualmente.
4) AMABILIDAD	Personas cooperativas y de buen trato, realizan constantes actualizaciones de estatus y/o publicaciones sobre relaciones significativas e incluso para hablar bien o mal de otros o llamar la atención de una manera negativa, para dialogar y conectarse con otras personas.
5) CONCIENTIZACIÓN	Personas organizadas, responsables, trabajadoras, respetuosas y discretas, realizan pocas actualizaciones de estatus y/o publicaciones sobre actividades sociales y vida cotidiana para dialogar y conectarse con otras personas.

CUADRO 2. ANÁLISIS DE PUBLICACIONES EN FACEBOOK (AGOSTO 2018)

SUJETO/NÚMERO DE CONTACTOS Y PUBLICACIONES	MODELO DE PERSONALIDAD	NÚMERO DE PUBLICACIONES	PORCENTAJE
SUJETO 1 28 años Soltero sin pareja Licenciatura en universidad privada Radica en Irapuato, Gto. Coordinador dentro de una universidad pública 4,986 contactos en Facebook 206 publicaciones en Facebook durante el mes de agosto	a) Extraversión	112	54.0%
	b) Neuroticismo	23	11.0%
	c) Apertura a la experiencia	1	0.5%
	d) Amabilidad	44	21.0%
	e) Concientización	28	13.5%
SUJETO 2 28 años Soltero sin pareja Licenciatura en universidad privada Radica en Irapuato, Gto. Coordinador dentro de una universidad privada 2,639 contactos en Facebook 80 publicaciones en Facebook durante el mes de agosto	a) Extraversión	43	53.8%
	b) Neuroticismo	0	0.0%
	c) Apertura a la experiencia	5	6.2%
	d) Amabilidad	18	22.5%
	e) Concientización	14	17.5%

REFERENCIAS

- Asociación de Internet. México: 14 estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2018 [citado 29/08/2018]. Disponible en <https://bit.ly/2wNxhrK>
- Internet World Stats. Bogotá: Internet usage statistics for all the Americas [citado 29/08/2018]. Disponible en: <https://bit.ly/2M3UOm1>
- García PR. Sócrates en la nube. ¿Pueden las redes sociales ser un ámbito de desarrollo moral? En. Del Prado FR, coord. Ética y redes sociales. México: Tirant Lo Blanch-Universidad Anáhuac México. p. 117-147.
- Marshall TC, Lefringhausen K, Ferenczi N. The big five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Pers and Ind Diff.* 2015;85:35-40.
- Costa PT, McCrae RR. Four ways five factors are basic. *Pers and Ind Diff.* 1992;13:653-665.
- Sibilia P. La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: FCE; 2003.