

Rasgos de personalidad y bienestar subjetivo según la información publicada en los perfiles de usuario en redes sociales para buscar pareja

Emilio Garibay Godoy y Paz Itzel Bruton Rodríguez

Antecedentes

Las redes sociales se han vuelto cada día más importantes en la vida cotidiana del ser humano. En México, según la Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, el 89.8% de los usuarios de internet son usuarios de alguna red social (INEGI). De acuerdo con Statista, aproximadamente el 30% de la población ha hecho uso de alguna aplicación o sitio web de citas (2020). Roberts, Walton y Viechtbauer mencionan que las personas tienden a seleccionar u omitir aspectos de su personalidad basándose en lo que perciben como atractivo para los demás (2006). Finkel et al. (2012) señalan que el 81% de las personas proporcionan información falsa de sí mismos en su perfil de usuario para buscar pareja. Sin embargo, se ha visto que incluir información honesta y auténtica sobre uno mismo ayuda a tener relaciones más sanas (Manago et al., 2008). Al presentar una imagen honesta de uno mismo, se atraen a personas con intereses y rasgos de personalidad similares, lo que aumenta la probabilidad de experimentar una mayor satisfacción con las citas, que se produzca una conexión más profunda, aceptarse a sí mismo y mejorar el bienestar subjetivo.

Propósito

Identificar si existe relación entre los rasgos de personalidad, el bienestar subjetivo y la información publicada en los perfiles de usuario en diferentes redes sociales para buscar pareja

Método

Variabes: Información que se publica en los perfiles de usuario en diferentes redes sociales para buscar pareja, rasgos de personalidad, bienestar subjetivo

Hipótesis: Hay diferentes perfiles de usuarios de redes sociales para buscar pareja, según el rasgo de personalidad y bienestar subjetivo que presenten.

Procedimiento:

Se elaborará un marco teórico que sustente la investigación y se crearán o adaptarán tres instrumentos para evaluar perfiles de usuario, bienestar subjetivo y rasgos de personalidad. Estos instrumentos serán aplicados en línea a través de la plataforma *Survey Monkey*. Se examinarán las propiedades psicométricas para identificar la validez de los instrumentos. Se identificarán diferencias en género y grupo de edad en las tres variables evaluadas. Además, se analizará la relación entre la información de los perfiles de usuario en aplicaciones de citas, los rasgos de personalidad y el bienestar subjetivo. Los resultados se publicarán en una revista indexada.

Propuesta análisis de resultados:

Para analizar las propiedades psicométricas de los tres instrumentos e identificar su validez y confiabilidad se llevarán a cabo análisis factoriales confirmatorios y se calculará el Alfa de Cronbach, respectivamente.

Con el fin de identificar si existen diferencias entre hombres y mujeres en a) la información que se publica en los perfiles de usuario en diferentes redes sociales para buscar pareja, b) rasgos de personalidad y, c) bienestar subjetivo, a través de la prueba estadística **T de Student**.

Identificar si existen diferencias entre los grupos de edad en a) la información que se publica en los perfiles de usuario en diferentes redes sociales para buscar pareja, b) rasgos de personalidad y, c) bienestar subjetivo con prueba **ANOVA**

Analizar la relación que existe entre la información que se publica en los perfiles de usuario en diferentes redes sociales para buscar pareja, rasgos de personalidad y bienestar subjetivo con la prueba de correlación de **Pearson**.

Tipo de enfoque: cuantitativo

Participantes: Hombres y mujeres de la zona metropolitana de 18 a 50 años que usan redes sociales para buscar pareja.

Muestreo: No aleatorio por conveniencia

Diseño: no experimental, transeccional

Instrumentos:

1. *Big Five Personality Trait Short Questionnaire (BFPTSQ)*, versión adaptada al español por Martínez (2015).

2. *Subjective Well-being Scale* en su versión corta (EBS-8), que consta de ocho reactivos desarrollada por Nazira (2020).

3. Cuestionario adaptado para identificar la información que se publica en redes sociales que se utilizan comúnmente para buscar pareja a partir del trabajo realizado por Arreola-Rodríguez (2021).

Referencias

Arreola-Rodríguez, K. R. (2021). Diferencias individuales en usuarios solteros de Tinder: motivos y manejo de impresiones. Tesis para obtener el grado de Maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

INEGI. (2022). ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES 2021

Manago, A. et al. (2008). *Self-presentation and gender on MySpace*. *Journal of Applied*.<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0193397308000749>

Martínez, T. M. (2015). Validez de constructo de la versión española del Big Five Personality Trait Short Questionnaire (BFPTSQ) en adultos. Tesis para obtener el grado de Licenciatura. Universitat Jaume I: España.

Nazira, G. (2020). Validation of the Subjective Well-being Scale in English and Spanish. *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 10(3), 63-68.

Roberts, B. W., Walton, K. E., & Viechtbauer, W. (2006). Patterns of mean-level change in personality traits across the life course: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin* <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16435954/>

Statista. (2020). Share of internet users in the United States who have used online dating sites or apps as of April 2020, by gender. <https://www.statista.com/statistics/219249/share-of-internet-users-in-the-us-who-have-used-online-dating-sites-or-app>

Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*.