

## Conocé 5 rasgos de la personalidad del consumidor a través Facebook

Publicado en: [Comunicación](#)

El popular botón 'Me gusta' genera una atracción irresistible para el entorno empresarial, porque es donde las marcas encuentran la información clave, y la puerta de acceso hacia el rincón más oculto de la mente de un consumidor de contenido digital: sus preferencias, sus gustos y, ahora también, su personalidad.

Aunque, a primera vista, parece que la expresión manifiesta de los 'likes' está detrás de todo el proceso de interpretación del comportamiento de los usuarios, se ve que la tendencia es a excavar aún más a fondo en los datos, para llegar a los rasgos básicos de la personalidad.

Esto es justo lo que ha intentado hacer un grupo de expertos en computación de la universidad de Cambridge y Stanford. **Su conclusión fue que las computadoras pueden descifrar el carácter de una persona mejor, o al menos igual de bien, que sus amigos íntimos o familiares.**

El estudio, publicado en el último número de la revista Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS), consiste en el desarrollo de un **modelo informático capaz de predecir los cinco grandes rasgos psicológicos de la personalidad, a partir de las interacciones en Facebook**. Estos rasgos son:

- Extraversión
- Apertura al cambio
- Responsabilidad
- Amabilidad
- Inestabilidad emocional o neuroticismo.

Los investigadores invitaron a 86.220 voluntarios para completar un cuestionario relacionado con las características de su personalidad, compuesto por un total de 100 preguntas. La información adquirida fue analizada posteriormente por el círculo íntimo de amigos y familiares de cada voluntario, y, en paralelo la información fue sometida a un análisis por medio de un algoritmo.

Los resultados demostraron un mayor nivel de predicción por parte de la inteligencia artificial. Asimismo, se ha constatado que, después de analizar los 'likes' suficientes, el modelo informático se ha acercado mucho más a la identificación del tipo de personalidad que los propios familiares de cada sujeto analizado.

Para los autores del estudio, el uso de esta tecnología presenta tanto pros como contras.

### ¿Lo bueno?

**La información podría ayudar a las empresas a tomar mejores decisiones**, ya que “los reclutadores podrían adaptar mejor los puestos de trabajo en función del perfil psicológico de cada persona; **los productos y los servicios podrían adecuarse al carácter y a los estados de ánimo cambiantes de los consumidores**”. Pero además resultaría útil para los usuarios, ya que “la gente podría elegir aumentar sus intuiciones y juicios con este tipo de análisis de datos, al tomar decisiones de vida importantes tales como planes de carrera, selección de actividades o incluso de parejas. Este tipo de decisiones, basadas en los datos, podrían mejorar las vidas de las personas”, declaró Wu Youyou, una de las autoras principales del estudio.

### ¿Lo malo?

La liberación de datos tan íntimos como los rasgos de personalidad, a través de los canales de comunicación de Internet, y su puesta a disposición de sistemas informáticos capaces de aumentar su nivel de inteligencia a un ritmo mucho más rápido que los humanos, **podría entrar en conflicto con las normas que defienden la seguridad y privacidad** de las identidades online de los usuarios.

---

Fuentes: pnas.org y ticbeat.com