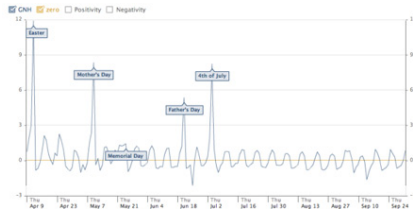


Facebook lo sabe todo, incluso si somos felices

2009-10-14 03:57:47

La popular red social ha ideado un índice para medir el grado de felicidad y asegura que con él puede determinar en qué días los estadounidenses se sintieron más dichosos y cuándo fueron más desdichados.



Facebook se ha vuelto indispensable para cuidar nuestra vida social y mantenernos al día de lo que ocurre en nuestro círculo de amistades, pero ahora aspira a mucho más: saber si somos o no felices.

El sistema es sencillo y utiliza la información personal que millones de usuarios comparten cada día con el resto del mundo: Facebook ha analizado las palabras empleadas por los miembros de la red en su barra de estado y que responde a la pregunta “¿qué estás pensando?”.

“Agrupadas, estas actualizaciones son un indicativo de cómo nos sentimos colectivamente”, escribe en el blog corporativo de Facebook Adam Kramer, estudiante de psicología en la Universidad de Oregón y uno de los responsables del proyecto.

Así, Facebook considera buenos los días en los que palabras como “feliz” o “genial” abundan en la barra de estado de los usuarios de la red social y negativos aquellos en los que muchos miembros emplean términos como “dramático” en la descripción de sus estados de ánimo.

El resultado es un indicador que, parafraseando al PIB, Facebook llama “Felicidad Nacional Bruta” y que demuestra que -como la mayoría de la gente- los estadounidenses tienden a estar más contentos en los días festivos.

“Algunos de los días más felices incluyeron festividades nacionales de EE.UU. como el Día de Acción de Gracias, el 4 de julio y Halloween o fiestas religiosas como la Navidad o Semana Santa”, dice Kramer.

Una excepción fue el 5 de noviembre de 2008, día posterior a la elección de Barack Obama como presidente de Estados Unidos, en el que, según el estudio, los miembros de Facebook se mostraron el doble de felices que en un miércoles cualquiera.

Pero hubo otras jornadas de moral muy baja. El día más pesimista desde que Facebook inició el estudio hace dos años fue el 22 de enero de 2008, fecha de la muerte del actor estadounidense Heath Ledger y del desplome de las bolsas asiáticas.

Le siguió el 25 de junio de este año, cuando el mundo se sobresaltó con la noticia del fallecimiento del rey del pop, Michael Jackson, y las barras de estado de Facebook se llenaron de términos como “trágico”, “triste” o “duda”.

El estudio se ha limitado a los usuarios de Estados Unidos y al idioma inglés, pero Facebook proyecta

ampliarlo a otras lenguas y países, afirma Kramer, quien, según el blog, es un 72 por ciento más feliz que el usuario medio de la red social.

Facebook se ha convertido en una herramienta imprescindible para millones de personas en todo el mundo y muchos no saben ya comenzar el día sin actualizar su estado o comprobar las novedades publicadas por sus contactos.

El ritmo de Facebook, que ya cuenta con casi 300 millones de usuarios, es trepidante: cada usuario tiene una media de 120 amigos y 20 millones de personas actualizan su estatus al menos una vez al día.

Muchas empresas comienzan incluso a estar preocupadas por el impacto en el negocio del excesivo uso de la red entre sus empleados y han decidido imponer límites.

Según una reciente encuesta que hoy se publica en EE.UU., un 54 por ciento de las compañías del país prohíbe a sus trabajadores visitar redes sociales como Facebook, Twitter o MySpace en horas de trabajo.

“El uso de redes sociales en Internet puede distraer la atención de los empleados de otras tareas más prioritarias, así que es comprensible que algunas empresas limiten el acceso”, dijo Dave Willmer, director de Robert Half Technology, responsable del estudio.

Sin embargo, uno de cada cinco empresarios permite su uso con fines laborales, lo que demuestra que Facebook también sirve para hacer negocios...o que algunos han logrado convencer de ello al jefe.

[EFE/Paula Gil | Revista Ñ](#)