



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL EN TINDER:**

**ESTUDIO DE CASO EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y MADRID**

**T E S I S**

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
**MAESTRO EN COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A**

**RODRIGO ALONSO CARDOSO GONZÁLEZ**

**TUTOR**

**DR. RAÚL TREJO DELARBRE**

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

CIUDAD DE MÉXICO. OCTUBRE, 2018



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# **MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL EN TINDER**

**Estudio de caso en la Ciudad de México y Madrid**

## AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Raúl Trejo Delarbre, por haber confiado en mí y en el proyecto desde el primer momento, por alentarme a ir más allá, por su buen humor, por su siempre atenta lectura y agudas observaciones y, sobre todo, por mostrar siempre un genuino interés y disposición para ayudar y conversar en cualquier momento.

A la Dra. Karina Bárcenas Barajas, por involucrarme en el fascinante mundo de la etnografía digital, por sus clases y conversaciones tan fructuosas que fueron fundamentales para estructurar el trabajo de campo y en el diseño de los instrumentos, por los ánimos para ir más lejos, así como por su siempre atenta y rigurosa lectura.

Al Dr. César Augusto Rodríguez Cano, por su lectura y observaciones que me llevaron a ser más crítico conmigo mismo, por las discusiones en su clase que me condujeron a seguir explorando nuevas herramientas y aproximaciones a la investigación en entornos digitales, y por las valiosas charlas dentro y fuera del aula.

Al Dr. José Alberto Sánchez Martínez por su confianza e invaluable apoyo en tantas etapas de la vida académica, siempre crítico, siempre alentándome a ver más allá de lo aparente, y por haberme apoyado en el inicio y en la conclusión de la maestría.

A la Dra. Verónica Mondragón García, por su atenta lectura, por sus observaciones y por su apoyo a lo largo de la maestría.

A la Dra. Eva Aladro Vico, por su entusiasmo y su disposición para ayudarme a desarrollar la parte de la investigación en España en la Universidad Complutense de Madrid y por aquellas conversaciones siempre tan asertivas y propositivas.

A la Dra. Rosalía Winocur Iparraguirre, por haberme ayudado en mi crecimiento académico en el ámbito de la investigación sociodigital y por los aprendizajes que significaron para mí, tanto en lo teórico como en la experiencia de campo, factores muy importantes que influyeron positivamente en la propuesta y desarrollo de esta tesis.

A las Dras. Carmen Millé Moyano y Lorena Margarita Umaña Reyes, por compartir su conocimiento en sus clases y por darme la oportunidad para conversar y tener un mejor

entendimiento del uso de las teorías de las representaciones sociales, sus limitaciones y alcance, para analizar el fenómeno de Tinder. También a la Dra. Alma Rosa Alva de la Selva, por su asesoramiento en la estructura metodológica de la tesis.

A la Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM] por darme la oportunidad de ingresar a la maestría y desarrollar este proyecto, así como por todo el apoyo para realizar actividades académicas y de participación en congresos que retribuyeron positivamente en la investigación.

A todas las personas que siempre con buena voluntad me ayudaron en las oficinas del Posgrado, en administración y servicios escolares.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología [CONACYT] por el financiamiento otorgado durante el periodo de la maestría tanto para cursar los estudios en México como para llevar a cabo el análisis comparativo en España.

A Sonia, Fabián, Raúl, Ivette, Karen, Alex, Yanin, André, Alan, Areli, Áyda, Efrén y Marilyn en la Ciudad de México, y a Xiao, Rick, Ana, Yolanda, Sara A., David, Irene, Sofía, Gramenauer, AlexZ y Mariana en Madrid, a todos y todas muchas gracias por la confianza en este proyecto y por compartir sus experiencias, por la charla tan agradable sobre lo que han vivido en Tinder, como también por las entrevistas mediadas por correo electrónico, el tiempo que se tomaron para escribir y el empeño que pusieron en compartir de la mejor manera lo que ha significado para ustedes ser usuarias y usuarios de la aplicación.

A quienes participaron en esta investigación respondiendo cuestionarios, por haberme ayudado a construir un primer mapa de algunos de los usos y representaciones más comunes en Tinder y, por supuesto, por darme un like, ya que sin match no habría tesis. También gracias a quienes no utilizan Tinder y me ayudaron respondiendo los cuestionarios para no-usuarios y exusuarios a través de Facebook y Twitter. Gracias a ustedes podemos tener una primera impresión de cómo es percibido Tinder fuera de la aplicación.

A quienes me ayudaron a difundir los cuestionarios para lograr que más personas conocieran el proyecto y pudieran participar.

A mis amigos y amigas que de tantas maneras estuvieron presentes: por esas pláticas que aclararon dudas académico-existenciales, por cuestionarme, por esas carreras terapéuticas en el Bosque de Tlalpan y en la UNAM; por esas tardes de cafés y tesis, de cafés y reflexiones, de cafés

y más cafés; por escucharme y por leerme; por compartirme artículos, noticias y hasta memes de Tinder; por lo vivido y compartido en la universidad, coloquios y congresos. A todos, tantos, gracias.

Con mucho cariño, a toda mi familia, en particular a Catalina, Raúl y Sebastián por su apoyo realmente incondicional e invaluable, por escucharme hablar sobre Tinder tanto tiempo y por estar ahí, siempre, en las buenas y en las malas; a Eleane, mi compañera y cómplice de aventuras, de vida y de tesis durante poco más de 600 páginas, muchas desveladas y ojeras irreparables, por haber sacrificado su perfil de Tinder –denunciado– intentándome ayudar en la aplicación de cuestionarios, y sobre todo, por ser un gran apoyo y porque cada día me motivó a ser mejor. Por último, un gran agradecimiento a mi tío Antonio porque siempre estuvo al pendiente, por sus buenas vibras y compañía, por los buenos recuerdos, enseñanzas y, en especial, por haber creído en mí.

A todas y todos, gracias.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>CONTEXTO Y DESARROLLO DE TINDER</b>	12
1.1 Antecedentes de Tinder	26
1.1.1 Las páginas para citas y encuentros online	27
1.2 La revolución de las relaciones online en Tinder	45
1.3 Análisis de las principales características de Tinder, su estructura y alcance social	54
1.4 La algoritmización de las relaciones en Tinder	60
1.5 Globalización de Tinder: usos y alcances	66
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>APROXIMACIONES TEÓRICAS PARA LA COMPRESIÓN DE TINDER DESDE LA MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL</b>	74
2.1 Comunicación y relaciones mediadas por tecnología	74
2.1.1 Entre actores y actantes. Reflexiones sobre Tinder y el uso del teléfono desde la Teoría del Actor-Red	75
2.1.2 Ciber amor y ciber relaciones: Tú, yo y el teléfono inteligente	
2.2 Comprender la influencia de Tinder como fenómeno social desde la teoría de las representaciones sociales	92
2.2.1 ¿Una o muchas representaciones sociales en Tinder?	98
2.3 La virtualización del self y el self digital: del proceso de digitalización del cuerpo y de la identidad al performance de la comunicación	105
2.3.1 La realidad digital de Tinder	106
2.3.2 La virtualización del self	108
2.3.2.1 ¿En qué consiste la virtualización del self?	110
2.3.3 La creación de un self digital	115
2.4 Ni Eros ni Cupido: Tinder y las relaciones de pareja mediadas por dispositivos	

Electrónicos	127
2.5 Entre imaginarios y representaciones: el estigma en Tinder	131

### **CAPÍTULO 3**

<b>METODOLOGÍA DE UNA INVESTIGACIÓN SOCIODIGITAL PARA ANALIZAR TINDER: ETNOGRAFÍA DIGITAL, DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS Y REFLEXIONES SOBRE EL QUEHACER DE INVESTIGACIÓN EN UN CAMPO DIGITAL</b>	137
3.1 Construcción de una investigación sobre Tinder	137
3.1.1 ¿Por qué es importante investigar Tinder?	138
3.1.2 Pregunta, objetivos e hipótesis	139
3.1.3 Justificación metodológica	142
3.2 La Etnografía Digital como estrategia exploratoria y transversal en la investigación sobre Tinder	149
3.3 La creación del perfil de investigación en Tinder	155
3.3.1 Consideraciones éticas	155
3.3.2 Características del perfil	156
3.3.3 Cambios en el perfil de investigación	158
3.3.4 Interacción con los demás usuarios y la invitación para participar en la Investigación	164
3.4 Identificación de los usos de Tinder: una aproximación cuantitativa	165
3.4.1 Aplicación y descripción de los cinco tipos de cuestionarios	166
3.4.2 Consideraciones para la lectura e interpretación de los resultados: limitaciones y oportunidades	174
3.5 El sentido de la experiencia: realización de entrevistas presenciales y entrevistas mediadas por correo electrónico	177
3.5.1 Construcción de la guía de entrevista	177
3.5.2 Modalidad de la entrevista	178
3.5.3 Entrevistados	182
3.6 Descripción de la población de usuarios participantes en la investigación sobre Tinder	184



<b>CAPÍTULO 4</b>		
<b>LA VIRTUALIZACIÓN DEL SELF PARA EL USO DE TINDER</b>		<b>186</b>
4.1	La creación del perfil de Tinder	188
4.1.1	Autopresentación en Tinder: la construcción del perfil en relación con los otros	191
4.1.2	Análisis de los principales motivos de uso de Tinder	226
4.1.2.1	Motivos de uso de Tinder en la Ciudad de México	230
4.2	Uso de Tinder e interacción con los demás usuarios	257
4.2.1	El self digital: entre la autenticidad y el performance	259
4.2.2	El uso de Tinder: prácticas y significados	268
4.2.2.1	Primeros días en Tinder: el rol de los amigos	269
4.2.2.2	Limitaciones de plan básico de Tinder	276
4.2.2.3	Usos y significados del like y del super like	277
4.2.2.4	Diferencias en la experiencia de Tinder entre hombres y mujeres	288
4.3	El otro imaginado	294
4.3.1	Las características más valoradas en el perfil del otro usuario	294
4.3.2	Análisis de las características específicas que buscan en el perfil del otro usuario	299
4.3.3	Filtros y estrategias de uso de Tinder	328
<b>CAPÍTULO 5</b>		
<b>MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL EN TINDER. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LA CIUDAD DE MÉXICO Y MADRID</b>		<b>343</b>
5.1	La mediación tecnológica en Tinder	343
5.1.1	Usos e implicaciones de la comunicación mediada	344
5.1.1.1	¿Comunicación presencial o a través del teléfono con la persona que le atrae?	345
5.1.1.2	¿Se comporta de manera distinta a través de Tinder?	351
5.1.1.3	Ventajas de la comunicación mediada	356
5.1.1.4	Preferencia por las interacciones presenciales	359
5.1.2	Conversaciones mediadas	362
5.1.2.1	El inicio de una conversación y los problemas del “Hola, ¿qué tal?”	368
5.1.2.2	Estrategias para el inicio de una conversación	370
5.1.2.3	Estrategias para dirigir la conversación	372
5.1.2.4	Compatibilidad y confianza	377
5.1.3	Citas a semi-ciegas 2.0: La cita Tinder	381

5.2	Análisis comparativo de las representaciones sociales de Tinder en la Ciudad de México y Madrid	393
5.2.1	Motivos de uso de Tinder en la Ciudad de México y en Madrid	393
	5.2.1.1 Comparación de los cuestionarios 1 y 2 de la Ciudad de México	394
	5.2.1.2 Motivos de uso de Tinder en Madrid	398
	5.2.1.3 Análisis comparativo de los motivos de uso de usuarios de la Ciudad de la Ciudad de México y de Madrid	402
5.2.2	Percepción del riesgo y estrategias de seguridad	408
	5.2.2.1 Percepción de discriminación	411
	5.2.2.2 Situaciones de riesgo de agresión o de violencia	413
5.2.3	Tinder y la analogía del mercado	422
5.2.4	Percepción del sexo sin compromiso en Tinder	424
5.2.5	Análisis de las representaciones sociales de Tinder en la Ciudad de México y en Madrid	435
	5.2.5.1 ¿Es posible encontrar una pareja formal a través de Tinder?	435
	5.2.5.2 ¿Qué pareja tiene más posibilidades de ser feliz?	440
	5.2.5.3 Representación social de la cita Tinder	444
	5.2.5.4 Autopercepciones del self digital	448
	5.2.5.5 Representación social del [otro] usuario de Tinder	452
5.3	Representación social del estigma en Tinder	462
5.3.1	El estigma de Tinder en la Ciudad de México	469
5.3.2	El estigma de Tinder en Madrid	476
5.3.3	Ciudad de México y Madrid: similitudes y diferencias respecto al estigma	481
5.4	Análisis comparativo entre usuarios y no-usuarios de Tinder en la Ciudad de México	483
5.4.1	¿Qué significados están asociados con Tinder fuera de Tinder?	484
5.4.2	Motivos de uso de Tinder: comparación de usuarios, exusuarios y no-usuarios	492
5.4.3	Análisis comparativo del rol de la mediación tecnológica	494
5.4.4	Análisis del estigma dentro y fuera de Tinder	495
5.5	Reflexiones finales: La Mediación Tecnológica Social en Tinder	499
5.5.1	El rol actante de Tinder: Discusión de la influencia de Tinder desde la objetivación y el anclaje como representación social	500
	5.5.1.1 La experiencia en Tinder: cambios en el usuario	504
	5.5.1.2 La experiencia en Tinder: cambios y consecuencias en la persona	511
5.5.2	La experiencia Tinder: cambios y consecuencias para la representación de la pareja, la estabilidad y el compromiso	519
	5.5.2.1 El compromiso de las parejas en la era de Internet: Formas distintas y nuevos miedos en las relaciones mediadas	522

5.5.2.2 Cambios en la estabilidad y en la manera de mantener una relación con su pareja	525
5.5.2.3 Percepción de cambios que produce Tinder sobre el compromiso y las relaciones	527
5.5.3 La autopercepción en Tinder	531
<b>CONCLUSIONES</b>	541
Investigación en retrospectiva	544
Dificultades y adversidades en el desarrollo de la investigación	552
Qué falta por investigar	554
Reflexiones finales	555
<b>REFERENCIAS</b>	560
Referencias bibliográficas	560
Referencias electrónicas y notas periodísticas digitales	573
<b>GLOSARIO</b>	586
<b>APÉNDICES</b>	588
Cuestionarios	588
Primer cuestionario de la Ciudad de México	588
Segundo cuestionario de la Ciudad de México	591
Cuestionario de Madrid	594
Cuestionario para exusuarios de Tinder en la Ciudad de México	598
Cuestionario para no-usuarios de Tinder en la Ciudad de México	600
Guía de entrevista	602
Experiencias de los usuarios	605
Mejores citas con parejas de Tinder	606
Peores citas con parejas de Tinder	609
Motivos por los que ocultan el uso de Tinder	613

## ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS, GRÁFICAS Y TABLAS

Gráfica 1. <i>Promedio edad de usuarios de Match.com</i>	33
Cuadro 1. <i>Comparación de características de las principales páginas para citas online</i>	38-40
Cuadro 2. <i>Comparación entre aplicaciones para citas</i>	42-44
Gráfica 2. <i>The Demographics of Tinder Users</i>	67
Gráfica 3. <i>Forbes España</i>	68
Tabla 1. <i>Estadísticas sociodemográficas de Tinder</i>	69
Gráfica 4. <i>Preferencias de aplicaciones y páginas para citas</i>	72
Gráfica 5. <i>Use of online dating sites or mobile apps by Young adults</i>	87
Figura 1. <i>Knowledge in context. Extracto de Jovchelovitch</i>	95
Figura 2. <i>La arquitectura de las representaciones</i>	96
Cuadro 3. <i>Esquema metodológico. Operacionalización de objetivos.</i>	146
Cuadro 4. <i>Descripción operacional de los instrumentos: cuestionarios y entrevistas</i>	148
Figura 3. <i>Imagen de perfil 1</i>	158
Figura 4. <i>Imagen de perfil 2</i>	159
Figura 5. <i>Imagen de perfil 3</i>	159
Figura 6. <i>Imagen de perfil 4</i>	160
Figuras 7, 8 y 9. <i>Imágenes de perfil para Madrid, España</i>	161
Tabla 2. <i>Características de los usuarios residentes en Madrid</i>	170
Tabla 3. <i>Distribución de la población de participantes en todos los tipos de cuestionarios</i>	172
Tabla 4. <i>Datos socioculturales de la población de usuarios de los cuestionarios</i>	173
Tabla 5. <i>Entrevistados de la Ciudad de México</i>	182
Tabla 6. <i>Entrevistados de Madrid</i>	183
Tabla 7. <i>Comparativa Cara y Perfil Digital</i>	188
Tabla 8. <i>Características principales de la apariencia física y de los intereses</i>	192
Tabla 9. <i>Uso de filtros en las fotos</i>	194
Tabla 10. <i>Utiliza selfies</i>	196
Tabla 11. <i>Los ojos están descubiertos</i>	198
Tabla 12. <i>Está sonriendo en su foto</i>	201
Tabla 13. <i>Fotografía con amigos</i>	203
Tabla 14. <i>Está haciendo una pose o una duck fase</i>	205
Tabla 15. <i>Aparece fumando o bebiendo</i>	207
Tabla 16. <i>Se encuentra en una fiesta, un bar o un antro</i>	209
Tabla 17. <i>La fotografía remite a algún viaje</i>	210
Tabla 18. <i>Aparece junto a su mascota u otro animal</i>	213
Tabla 19. <i>Tiene el torso / pecho / abdomen descubierto</i>	217
Tabla 20. <i>Aparece en la fotografía en relación con un coche</i>	219
Cuadro 5. <i>Comparativa de motivos de uso de Tinder</i>	227
Cuadro 6. <i>Descripción de los motivos de uso de Tinder</i>	229
Tabla 21. <i>Promedio de importancia de motivos de uso de Tinder</i>	231

Tabla 22. <i>Busca una relación formal – por género</i>	233
Tabla 23. <i>Busca una relación formal – por orientación sexual</i>	234
Tabla 24. <i>Usuarios homosexuales que buscan una relación formal</i>	234
Tabla 25. <i>Busca una relación formal – por edad</i>	234
Tabla 26. <i>Busca pareja formal – por edad, heterosexuales</i>	236
Tabla 27. <i>Busca sexo sin compromiso – por género</i>	238
Tabla 28. <i>Busca sexo sin compromiso – por orientación sexual</i>	239
Tabla 29. <i>Busca sexo sin compromiso – por edad</i>	240
Tabla 30. <i>Busca conversar – por género y orientación sexual</i>	244
Tabla 31. <i>Busca conversar – por edad</i>	244
Tabla 32. <i>Busca el reconocimiento de otros</i>	246
Tabla 33. <i>Busca el reconocimiento de otros – por orientación sexual y género</i>	246
Tabla 34. <i>Busca el reconocimiento de otros – por edad y género</i>	247
Tabla 35. <i>Busca una nueva amistad</i>	251
Tabla 36. <i>Aprender de otras personas</i>	255
Tabla 37. <i>Importancia general de motivos de uso de Tinder</i>	257
Tabla 38. <i>General de fotos de perfil de Tinder</i>	262
Tabla 39. <i>Autenticidad</i>	265
Figura 10. <i>Super Like</i>	280
Tabla 40. <i>Likes y Super Likes</i>	280
Tabla 41. <i>Frecuencia de likes y super likes por género y orientación sexual</i>	289
Gráfica 6. <i>¿Qué características aprecia en el perfil de los otros usuarios de Tinder?</i>	295
Tabla 42. <i>Características que buscan en el otro usuario</i>	299
Gráfica 7. <i>¿Qué tanto le importa la apariencia?</i>	300
Tabla 43. <i>Apariencia por género, edad y orientación sexual</i>	300
Tabla 44. <i>Busca sexo sin compromiso por apariencia</i>	301
Tabla 45. <i>Busca una pareja formal por apariencia</i>	301
Gráfica 8. <i>¿Qué tanto le importa que muestre muchas fotos</i>	304
Tabla 46. <i>Muestra muchas fotos – por edad, género y orientación</i>	304
Gráfica 9. <i>Sonríe en su foto de perfil</i>	305
Tabla 47. <i>Sonríe en su foto de perfil</i>	306
Gráfica 10. <i>Profesión</i>	307
Tabla 48. <i>Profesión</i>	308
Tabla 49. <i>Aprender de otros usuarios por profesión</i>	308
Tabla 50. <i>Pareja formal por profesión</i>	309
Figura 11. <i>Profesiones más buscadas en Tinder</i>	310
Gráfica 11. <i>Estudios</i>	311
Tabla 51. <i>Estudios por género, orientación y edad</i>	312
Gráfica 12. <i>Descripción</i>	313
Tabla 52. <i>Descripción por género, orientación y edad</i>	314
Gráfica 13. <i>Likes de Facebook en común</i>	316
Gráfica 14. <i>Spotify</i>	316

Gráfica 15. <i>Amigos de Facebook en común</i>	317
Tabla 53. <i>Amigos en común por género, edad y orientación sexual</i>	318
Gráfica 16. <i>¿Qué tanto importa que viva cerca?</i>	319
Tabla 54. <i>Vive a menos de 6 kilómetros</i>	320
Tabla 55. <i>Vive cerca combinado con que busca relación formal</i>	320
Tabla 56. <i>Vive cerca combinado con que busca una relación sexual</i>	321
Gráfica 17. <i>Misma edad o menor</i>	321
Tabla 57. <i>Misma edad o menor</i>	322
Gráfica 18. <i>Mayores por 3 o más años</i>	322
Tabla 58. <i>Mayor por 3 o más años</i>	323
Gráfica 19. <i>Medio para comunicarse. Ciudad de México</i>	346
Tabla 59. <i>Preferencias conversación en Ciudad de México</i>	347
Gráfica 20. <i>Medio para comunicarse. Madrid</i>	348
Tabla 60. <i>Preferencias conversación en Madrid</i>	349
Gráfica 21. <i>Se comporta de manera diferente en Tinder – Ciudad de México</i>	352
Tabla 61. <i>Usuarios se comportan de manera diferente en Tinder CDMX por género, edad y orientación</i>	353
Gráfica 22. <i>Se comporta de manera diferente en Tinder – Madrid</i>	354
Tabla 62. <i>Usuarios que se comportan de manera distinta en Tinder – Madrid</i>	355
Gráfica 23. <i>Cuántos matches tiene – hombre – CDMX</i>	363
Gráfica 24. <i>Cuántos matches tiene – mujer – CDMX</i>	363
Gráfica 25. <i>¿Cuántos matches tiene? Hombre – Madrid</i>	364
Gráfica 26. <i>¿Cuántos matches tiene? Mujer – Madrid</i>	364
Gráfica 27. <i>Con cuántos conversa – hombre CDMX</i>	366
Gráfica 28. <i>¿Con cuántos conversa? Mujer CDMX</i>	366
Gráfica 29. <i>Con cuántos conversa – hombre Madrid</i>	367
Gráfica 30. <i>Con cuántos conversa – mujer Madrid</i>	368
Tabla 63. <i>La cita Tinder. A cuántos han conocido</i>	381
Gráficas 31 y 32. <i>¿Apariencia física coincidía? CDMX</i>	385
Gráficas 33 y 34. <i>¿Apariencia física coincidía? Madrid</i>	385
Gráficas 35 y 36. <i>¿Comportamiento coincidía? CDMX</i>	386
Gráficas 37 y 38. <i>¿Comportamiento coincidía? Madrid</i>	387
Gráficas 39 y 40. <i>¿La información era verídica? CDMX</i>	388
Gráficas 41 y 42. <i>¿La información era verdadera? Madrid</i>	388
Tabla 64. <i>Comparación motivos de uso CDMX 1 CDMX 2</i>	394
Tabla 65. <i>Olvidar a su expareja</i>	396
Tabla 66. <i>Personas de la misma orientación sexual</i>	397
Tabla 67. <i>Motivos de uso por género y orientación sexual – Madrid</i>	399
Tabla 68. <i>Comparación motivos de uso CDMX Madrid</i>	402
Tabla 69. <i>Mujeres Madrid buscar amigos</i>	405
Tabla 70. <i>Mujeres Madrid relación formal por edad</i>	405
Gráfica 43. <i>¿Qué tanto importa la apariencia en CDMX?</i>	406
Gráfica 44. <i>¿Qué tanto importa la apariencia en Madrid?</i>	407

Tabla 71. <i>Percepción de riesgo y de violencia en CDMX</i>	410
Gráfica 45. <i>Relaciones sexuales Tinder CDMX</i>	426
Gráfica 46. <i>Relaciones sexuales Tinder Madrid</i>	426
Tabla 72. <i>Sexo con usuarios de Tinder por género CDMX y Madrid</i>	426
Gráficas 47 y 48. <i>¿Cree que los otros usuarios buscan principalmente relaciones sexuales en Tinder</i>	428
Tabla 73. <i>Buscan sexo en Tinder. CDMX y Madrid por género</i>	428
Tabla 74. <i>Percepción de usuarios que buscan sexo en mujeres de CDMX y Madrid</i>	429
Gráficas 49 y 50. <i>Solicitudes de encuentros sexuales en CDMX y Madrid</i>	430
Tabla 75. <i>Frecuencia con la que le piden sexo en CDMX y Madrid por género</i>	431
Tabla 76. <i>Frecuencia con la que le piden sexo por orientación sexual en Madrid y CDMX</i>	431
Figura 12 y 13. <i>Búsquedas de Tinder en Google español</i>	433
Figuras 14 y 15. <i>Búsquedas de Tinder en Google inglés</i>	434
Gráficas 51 y 52. <i>¿Es posible conocer pareja formal en Tinder? CDMX y Madrid</i>	436
Tabla 77. <i>¿Se puede encontrar una pareja formal en Tinder? Por género, CDMX y Madrid</i>	438
Tabla 78. <i>¿Se puede encontrar pareja formal en Tinder? Por orientación sexual CDMX y Madrid</i>	439
Tabla 79. <i>Es posible encontrar pareja formal en Tinder – entre quienes buscan pareja formal</i>	439
Gráficas 53 y 54. <i>¿Qué pareja tiene mejores posibilidades de ser feliz? CDMX y Madrid</i>	442
Tabla 80. <i>Pareja con más posibilidades de ser feliz por género</i>	443
Tabla 81. <i>¿Qué pareja tiene más posibilidades de ser feliz * creen que está cambiando el compromiso</i>	444
Figura 16. <i>Mejores citas CDMX nube palabras</i>	445
Figura 17. <i>Mejores citas Madrid nube palabras</i>	445
Figura 18. <i>Peores citas CDMX nube palabras</i>	446
Figura 19. <i>Peores citas Madrid nube de palabras</i>	446
Figura 20. <i>Self digital México</i>	449
Figura 21. <i>Self digital en Madrid</i>	450
Figura 22. <i>El otro usuario CDMX</i>	453
Figura 23. <i>El otro usuario Madrid</i>	454
Gráficas 55 y 56. <i>Estigma en Tinder en usuarios de CDMX y de Madrid</i>	464
Tabla 82. <i>A quiénes ha ocultado su uso de Tinder en CDMX y Madrid por género</i>	466
Tabla 83. <i>¿A quiénes ha ocultado su uso de Tinder por orientación sexual?</i>	467
Tabla 84. <i>¿A quiénes ha ocultado su uso de Tinder por edad</i>	469
Figura 24. <i>Nube de estigma en CDMX</i>	470
Figura 25. <i>Nube de estigma en Madrid</i>	476
Tabla 85. <i>Resultados relevantes generales de la investigación</i>	482
Gráfica 57. <i>No-usuarios conocen a alguien que haya utilizado Tinder</i>	484
Gráfica 58. <i>Exusuarios de Tinder: ¿hace cuánto conocieron la app?</i>	489
Tabla 86. <i>Comparación de motivos de Tinder entre usuarios, exusuarios y no-usuarios</i>	492
Tabla 87. <i>Se puede conocer pareja formal usuarios, exusuarios y no-usuarios</i>	494
Tabla 88. <i>Representaciones sociales de Tinder</i>	496
Figura 26. <i>Representaciones e imaginarios de relaciones de Tinder</i>	503
Figura 27. <i>RS Tinder, propia y de terceros</i>	504
Gráficas 59 y 60. <i>Tinder los ha cambiado – Madrid</i>	512

Gráfica 61. <i>Está cambiando el compromiso México 1</i>	520
Gráficas 62 y 63. <i>Está cambiando el compromiso México 2, Madrid</i>	521
Gráfica 64. <i>Autopercepción usuarios de CDMX</i>	532
Gráfica 65. <i>Autopercepción usuarios de Madrid</i>	533
Tabla 89. <i>Percepción del atractivo propio CDMX y Madrid</i>	534
Tabla 91. <i>¿Con cuántos matches conversa a la vez Madrid?</i>	535
Tabla 92. <i>Relación con otros usuarios dependiendo de la autopercepción</i>	537
Tabla 93. <i>Relación con otros usuarios dependiendo del promedio</i>	537



## INTRODUCCIÓN

Tinder es la aplicación móvil para citas y encuentros más famosa. Parte de su éxito se debe a un diseño sencillo, práctico y atractivo que le permite lograr su objetivo, conectar personas. Normalmente se piensa que se trata de una aplicación utilizada para buscar relaciones sexuales o para encontrar una pareja, aunque puede tener otros fines, pero todos convergen en que se trata de ayudar a presentar a dos personas que de otra manera quizás no se podrían conocer y, todavía más importante, hacer visible la presencia de cada usuario frente a los demás. Esta visibilidad adquiere un sentido distinto en Tinder del que podría tener en redes sociodigitales como Facebook, Twitter o Instagram, ya que en Tinder significa, además, atracción, y en general de manera más específica: atracción física.

Evidentemente, es una aplicación que genera interés y curiosidad porque atiende a un deseo humano del deseo de comunicarse y del reconocimiento, pero además es muy sencillo: al encontrarse frente al perfil digital de una persona, con un deslíz hacia la izquierda la puede descartar definitivamente y no volverá a aparecer, mientras que con un deslíz hacia la derecha le indica que le atrae; si la otra persona también indica que tiene interés, algo que de antemano no sabe que la otra persona ha indicado, entonces se hace un match<sup>1</sup>, esto es, Tinder les avisa que ambos han reportado una atracción mutua y se abre un canal de interacción en el chat de la aplicación donde pueden iniciar una conversación y empezar a conocerse.

Las aplicaciones para citas pueden ser consideradas como un juego, incluso entre los usuarios, pero son mucho más que eso. A través de ellas se materializan relaciones y emociones reales, sean para un encuentro casual de una noche, para encontrar una amistad muy valiosa y/o para encontrar a la persona con la que iniciará una nueva vida en común, entre muchas otras relaciones que se pueden producir a través de estos encuentros. Y aquí es preciso enfatizar que cualquiera que sea el motivo o la relación que se construya, no es definitiva, sino que puede crecer: una amistad en una relación formal o sexual, una relación que iniciaba como algo

---

<sup>1</sup> Al final del documento, en el glosario, se explican con mayor detalle los conceptos propios de la práctica de Tinder como el like y el match, entre otros (Ver p. 586).

exclusivamente sexual puede convertirse en una amistad duradera o en su próxima pareja, entre otros. Los motivos originales no siempre son los definitivos.

Conocer a una persona a través de un dispositivo electrónico no es algo nuevo. De hecho, Tinder es producto de la evolución de las páginas para citas que se crearon desde 1995, y todavía más lejos, es producto de la evolución de los anuncios para buscar pareja que se publicaban en la prensa. Los medios se reinventan y se resignifican (McLuhan & McLuhan, 2009). Lo que distingue a Tinder es el acceso inmediato a un número tan grande de personas que se encuentran a una distancia cercana del usuario y que agrega nuevas reglas y modalidades al proceso de ligue y enamoramiento debido a que ocurre a distancia y mediado por un dispositivo electrónico, limitando la interacción a un intercambio de información entre perfiles digitales, pero también aumentando el alcance de la performatividad que esta mediación permite (Serrano-Puche, 2012; Goffman, 2001). Por otra parte, también puede generar nuevas formas de representación del propio self, de la identidad de uno mismo y de la manera en la que se inician relaciones con otras personas y con su entorno (Caro-Castaño, 2012).

En los espacios comunicativos que se construyen a través de medios digitales se crea una distancia entre el usuario emisor y el usuario receptor. Se trata de una comunicación mediada y esto tiene implicaciones importantes. La distancia, producto del uso de una interfaz de un dispositivo electrónico, puede ofrecer al usuario una pausa para reflexionar sobre lo que quiere decir y de qué manera quiere decirlo. Las respuestas no son necesariamente inmediatas, algo que en una comunicación cara a cara resultaría más difícil de justificar. Asimismo, la posibilidad de utilizar recursos visuales adquiere una nueva relevancia en la comunicación mediada, sobre todo para expresar emociones que son imperceptibles cuando no hay una interacción cara a cara. Estos espacios de comunicación digital implican nuevas oportunidades, pero también suponen algunas carencias que los usuarios tienen que considerar para efectuar una comunicación efectiva.

La comunicación a través de medios digitales implica diferencias evidentes en relación con aquella la presencial. Una de las más importantes es que, a pesar de que se reconozca que la otra persona también es real, no se puede corroborar inmediatamente su identidad, esto es, no solo su apariencia, sino toda la información sobre quién dice ser. Además, incluso cuando se verifica

su identidad, existen elementos que no se pueden captar en la mediación como el tono de voz, el lenguaje corporal y la espontaneidad.

Esta distancia también supone una ventaja ya que puede facilitar que personas que tengan dificultades para expresarse en situaciones sociales presenciales lo hagan con mayor facilidad desde un espacio donde puede existir una mayor sensación de control de la situación. Por ello, una consecuencia de esto es que, aunque no necesariamente se haga con una intención de engaño, se genera un performance de la comunicación, esto es, existe un mayor control sobre las interacciones, el tipo de interacciones y los tiempos de la conversación dependiendo de la dirección que se desee que tenga, esto es, de las motivaciones que tenga cada individuo. A pesar de que en una conversación presencial las personas tampoco suelen ser completamente transparentes, es decir, que pueden dirigir su lenguaje corporal, tono y los propios diálogos en función de un objetivo, en el caso de una conversación mediada por computadora o dispositivos digitales existen todavía más recursos para llevar a cabo estas estrategias con un alcance que puede ser más amplio. La posibilidad de elegir las mejores fotografías de uno mismo, una descripción que le sea favorable de acuerdo con una impresión<sup>2</sup> particular que se desea provocar y una conversación mediada que genere una distancia y tiempo que permitan establecer los plazos para que se logre la interacción como es deseada, son elementos que nos llevan a replantear esta actividad desde entornos digitales.

Pareciera que las relaciones están cambiando, que ahora predomina una incapacidad para “pararse y mucho menos de estar quietos. Nos movemos y tenemos que seguirnos moviendo no tanto por la idea de la satisfacción, como sugirió Max Weber, sino por la imposibilidad de obtener satisfacción” (Bauman, 2001: 120), una idea que permite situar al individuo, usuario de Tinder, en una lógica en la que el “horizonte de satisfacción, el fin del esfuerzo y la descansada satisfacción con uno mismo se van más deprisa que el corredor más veloz. La satisfacción está siempre en el futuro; los logros pierden su atractivo y su potencial satisfactorio una vez conquistados” (Bauman, 2001: 120). Por esto, se cree que las relaciones que se producen en Tinder suelen ser de corta duración, a veces de una noche, sin intención de profundizar en la relación con la otra persona (Ver pp. 492-498), pero no siempre es así; de hecho, los resultados

---

<sup>2</sup> A lo largo de este trabajo, por *impresiones* se va a referir a la intención de provocar una manera específica en la que quiere ser vista una persona en relación con las otras (Goffman, 2001, 1967).

de esta investigación sugieren que, si bien es uno de los usos de Tinder, está lejos de ser una de las principales motivaciones que tienen los usuarios (Ver p. 237).

A pesar de que Tinder genera un vínculo entre personas que físicamente no son cercanas o con quienes no se tiene justificada una primera interacción —sobre todo si existe una atracción—, también es posible que genere una sensación aparente de mercantilización de los otros, de un catálogo del que se forma parte y que se rige por la superficialidad de la primera fotografía, un nuevo *amor a primera vista*, pero que en paralelamente mientras se observa y se evalúan, se saben también parte del catálogo, observados y evaluados. Esta idea es analizada en los primeros capítulos de la tesis y a través de los cuestionarios y entrevistas realizadas, pero es importante tener presentes estos cambios porque ayudan a comprender el éxito de Tinder y las relaciones que produce en su uso.

Es necesario precisar que Tinder, al haber heredado algunas de las funciones de las páginas para citas que le precedieron, también se llevó consigo los tabúes que estaban asociados a ellas acerca de lo que significa conocer personas a distancia a través de un intermediario tecnológico, todavía más si es con la intención de encontrar una pareja formal o de buscar sexo sin compromiso. De hecho, las relaciones casuales se han asociado directamente con el uso de este tipo de aplicaciones, sobre todo Badoo y Grindr (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014). Por este motivo, se ha estigmatizado su uso ya que al considerarla una aplicación principalmente sexual —que no necesariamente lo es—, y por las implicaciones sociales que puede tener conocer personas a través de un intermediario tecnológico y no cara a cara, muchos usuarios se lo ocultan a amigos, familiares, pareja y colegas por temor a ser juzgados al sentirse relacionados con las connotaciones negativas que asocian con el uso de Tinder y otras aplicaciones similares.

Esta investigación es sobre el caso de Tinder y en específico acerca de las relaciones personales mediadas por un dispositivo electrónico que además está inmerso en representaciones sociales<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> En el segundo capítulo (Ver p. 98) se desarrolla de manera amplia el significado y uso de la teoría de las representaciones sociales, mientras que en el cuarto se analiza (Ver p. 462). Su función es poder conocer los elementos asociados con el significado de un objeto social en cuestión. Se trata de la construcción de un sentido común en torno a dicho objeto de manera que se naturaliza y se apropia en el discurso y acciones de la vida cotidiana. Por ello, la representación social ayuda tanto a comprender la organización de los elementos relacionados con un objeto social, como también identificar de qué manera afectan -muchas veces inconscientemente- las acciones de los individuos.

que pueden influir en su uso y en las interacciones que produce. No se puede negar que la tendencia de relacionarse a través de dispositivos electrónicos ha crecido considerablemente en las últimas dos décadas y que seguirá en aumento, tanto en su alcance, como en el modo y uso cada vez más inmersivo. El desarrollo tecnológico genera diferentes formas de relacionarse que producen interacciones distintas como consecuencia de las características propias de la tecnología utilizada. En el caso de Tinder, empodera al usuario ya que es éste quien decide lo efímera o sustanciosa que puede ser la interacción que se va a producir. Tinder magnifica representaciones sociales propias de una población en general o individuos en particular y se hacen visibles a partir de la mediación tecnológica. En esta investigación se parte del supuesto de que cuando una persona empieza a utilizar la aplicación y a analizar perfiles de otros usuarios, todavía antes de tratar primero con la persona, se entra en relación con un conjunto de saberes e imaginarios que tiene el usuario acerca de lo que significa estar en Tinder y de lo que significa ser usuario.

Las relaciones en Tinder están mediadas tanto por las características tecnológicas de la aplicación como por representaciones sociales desde donde actúa el individuo. Es importante tener presentes estos dos puntos de partida porque al empezar a utilizarlo la persona no sabe absolutamente nada de la otra, tan sólo observa una fotografía o imagen selecta. Si esta fotografía capta su atención, entonces puede encontrar datos personales como su nombre y su edad y su profesión, si es que se decide compartirla. Si sigue interesada la persona, puede dar clic y entonces ver las otras fotografías que muestra –máximo 6– y la descripción que tiene en su biografía, que es completamente libre: puede ser utilizada para contar un poco más sobre sus intereses, sobre lo que hace o sobre lo que busca en Tinder, así como también puede agregar emojis, un fragmento de una canción o de un poema, o codificar la conversación para enviar un mensaje disfrazado. Tinder como instrumento ofrece la posibilidad de conectar con otras personas, pero es el usuario quien decidirá de qué manera y por qué motivos hacerlo.

Los usos de Tinder pueden variar de acuerdo con el género, la orientación sexual, la edad y el lugar donde vive la persona, variables que son analizadas en esta investigación. A través de estos patrones se pueden identificar diferencias socioculturales acerca de lo que significa Tinder y los diferentes usos que se hacen. El análisis está dirigido a comprender la influencia que pueda tener Tinder en el comportamiento de los usuarios. Para explicarlo, se indaga cómo interviene desde lo tecnológico y desde lo social. Se invita a que esta intervención o influencia se considere a partir

de la identificación de tendencias, no como un efecto condicionante. Se anticipan variaciones muy diversas: por género, por edad, por orientación sexual y por ciudad o región desde donde utiliza, pero encontrar los elementos comunes puede ayudar a reconocer cuál es el valor que se asigna a Tinder como un reflejo de la propia subjetividad de las personas o de una sociedad.

El aspecto tecnológico de Tinder se analiza desde la mediación tecnológica<sup>4</sup> como aplicación y como dispositivo electrónico –sea el teléfono, tableta o computadora–. Para llevarlo a cabo, se utilizan las premisas de la Teoría del Actor-Red para comprender a Tinder como un actor social más, un actante<sup>5</sup>, y a partir de ello reconocer qué rol desempeña y si su esencia tecnológica –las características de la aplicación– influye en la manera en la que el individuo construye su perfil y la relación con las otras personas. Dentro de este aspecto, se analiza el rol de la mediación tecnológica en la interacción con las otras personas, en particular el significado que pueda tener para los usuarios conversar a distancia con otra persona, y antes que con otra persona, con el perfil digital de la otra persona, sin poder corroborar su identidad, pero al mismo tiempo ofreciéndoles a ellos mismos ese mismo recurso que les permite hacer un personaje de sí mismos, sea con la intención de mostrarse como son o exagerando cualidades que consideren deseables.

El aspecto social de Tinder es analizado a partir de la Teoría de las Representaciones Sociales porque se desea conocer cuáles son los significados asociados con Tinder y, en segundo lugar, identificar si su experiencia en Tinder, lo que creen que es la aplicación y lo que anticipan de los otros usuarios afecta su comportamiento, su autopercepción, la creación de su perfil y la relación que tienen con los otros usuarios. Incluso, puede tener una influencia más allá de la aplicación, esto es, en las relaciones que tengan cara a cara, también con aquellas personas que no conocieron en Tinder producto de que la aplicación puede utilizarse como un ejercicio de

---

<sup>4</sup> El concepto de mediación tecnológica se plantea a partir del de mediación técnica que propone Bruno Latour (Latour, 2005). Lo define como “traducción de metas, composición, cajanegrización o delegación” (Correa, 2011), pero en concreto, se debe de entender como un proceso de negociación entre dos partes que modifican el resultado de su interacción debido a la naturaleza de cada uno de los involucrados. Lo que caracteriza y da importancia a la mediación que plantea Latour es que no está limitada a que ocurra entre personas, sino que pueden ser actores y actantes, esto es, humanos y no-humanos. Por otra parte, en este trabajo se maneja como mediación tecnológica con intenciones prácticas y objetivas para referirse exclusivamente al uso de dispositivos digitales que actúan como intermediarios en la comunicación entre personas.

<sup>5</sup> La Teoría del Actor-Red reconoce que lo social no sólo se construye entre actores sociales, es decir, personas, sino que lo no-humano con lo que se interactúa también puede tener una influencia en la acción de los individuos, como puede ser un animal, un virus o un objeto, en este caso una tecnología, entre muchos otros ejemplos.

habilidades sociales. A partir de la realización de entrevistas y de cuestionarios, se descubrieron cuáles son las representaciones sociales que tienen los usuarios acerca de Tinder y de qué manera éstas afectan su uso.

Para comprender si se manifiesta una influencia tanto social como tecnológica, se hace un intento por descubrir si el individuo como usuario –o también como persona– cambia o se adapta. Para hacer este análisis, se exponen diversas reflexiones acerca de la figura del self y de cómo se construye en un entorno digital. La naturaleza de este escenario, y en particular las características específicas de Tinder, puede afectar las decisiones que tome sobre cómo recrearse a sí mismo.

Es posible que por la ausencia de materialidad al relacionarse con la otra persona se genere una percepción de que lo que ocurre en Tinder no es real o que es menos real<sup>6</sup>. A pesar de que las interacciones se generan en una realidad digital, no por ello carecen de *realidad*, sino todo lo contrario, “lo virtual replica lo real, pero a la vez da respuesta a sus más caros anhelos” (Hopenhayn, 2003: 280); es decir, se trata de una realidad que adquiere un sentido distinto porque se mezcla con lo social en un entorno tecnológico que le puede ayudar a alcanzar una forma deseada.

Toda relación social es un juego en el que hay que saber reconocer cuál es el rol de uno mismo y de las otras personas en función del escenario o situación social en que se encuentren (Goffman, 2001), pero en Tinder adquiere un sentido distinto ya que aparte de las reglas de la aplicación, también están las que hacen los usuarios, reglas implícitas, sobre cómo deben ser los perfiles para generar una impresión positiva o cómo debe de ser una conversación para que sea sustanciosa, entre otros casos.

La estigmatización del uso de recursos tecnológicos para conocer personas y mantener relaciones suele estar asociada con un fracaso en la vida *real* y presencial, producto de la oposición ontológica entre lo real y lo virtual, entre lo presencial y lo digital. Aun así, estos opuestos son

---

<sup>6</sup> Durante el periodo de entrevistas, una constante, sin que fuera intencional, fue que los entrevistados distinguían en su imaginario a Tinder de la *vida real*, en esas palabras generalmente. Es importante hacer esta anotación porque, cuando menos, era común pensar que las interacciones que ocurrían dentro de la aplicación eran menos reales que aquellas que ocurrían fuera por la imposibilidad inmediata de verificar la presencia de la otra persona. A lo largo de este trabajo se discute que a pesar de esta percepción, las acciones mediadas por Tinder tienen consecuencias reales en la relación con las otras personas, pero que la consideración de que no es real o es menos real llega a influir en el uso que hacen los usuarios.

parte de un imaginario antes que de una realidad: cada vez con mayor frecuencia se evidencia que lo digital complementa lo presencial, que genera un alcance mayor en el acceso a la información y comunicación para conectar personas, sin que esto signifique restarle importancia al ámbito presencial. El proceso ha sido largo y con turbulencias, así como ha tenido particularidades con respecto a algunas poblaciones específicas que se encuentran en mayor vulnerabilidad (Giddens, 1995) al hacer uso de estos recursos por lo que significa en algunos sectores de la sociedad, como ocurre con mujeres y con homosexuales (Pheterson, 2009; Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014; Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016).

México es uno de los 10 países con más usuarios de Tinder en el mundo (Excelsior, 2017) y cada vez más parejas inician su relación tras haberse conocido en este medio, aunque no siempre lo hacen público. Considerando que el uso de esta aplicación es tan elevado y continúa en aumento tanto en México como en el mundo, así como quizás pueda estar provocando cambios en la manera de relacionarse incluso fuera de la aplicación, es necesario indagar más sobre los usos y representaciones asociados con ella. Por otra parte, el uso de Tinder en España ha aumentado en los últimos años, así como ha habido un buen recibimiento de las aplicaciones para citas en general, pero a pesar de que se comparte un idioma con México, existen diferencias socioculturales que se pueden hacer visibles a partir del uso de esta aplicación y de la relación con los otros usuarios.

Es necesario indagar si varía el uso de Tinder de acuerdo con poblaciones distintas ya que permitiría pensar en la aplicación como un instrumento de análisis capaz de evidenciar diferencias socioculturales que de otra manera son poco perceptibles (Evans, 2017). Para lograrlo, se realiza un análisis comparativo entre las capitales de estos países: la Ciudad de México y Madrid. A partir de esta comparación se investiga si se producen diferentes usos, si las representaciones sociales varían y si existe una percepción distinta del rol de Tinder como mediador. Para tener una comprensión de esto, se analiza la importancia que los usuarios asignan a diferentes motivos de uso de Tinder, ya que a través de ellos se puede empezar a identificar tendencias y significados asociados con la aplicación. A partir de la revisión del estado del arte y de lo identificado en una fase inicial de la investigación, se analizaron los siguientes motivos de uso: buscar una pareja formal, buscar relaciones sexuales sin compromiso, por la facilidad de la comunicación mediada, por el reconocimiento y la satisfacción que produce hacer match con



otras personas, por el deseo de conocer personas y hacer amigos, para encontrar personas de la misma orientación sexual, para olvidar a su anterior pareja y para aprender de otras personas.

Tinder aparece en un contexto en el que el reconocimiento social de parte de las otras personas, principalmente en su rol como usuarios, es deseable y cada vez más accesible. Su uso todavía está estigmatizado, pero es mucho menor en relación con las primeras páginas para citas como consecuencia de la normalización de las prácticas en las distintas redes sociodigitales, lo que ha propiciado una relación con personas desconocidas cada vez más común, así como una incorporación de los medios digitales en la vida cotidiana. Otro atractivo de esta aplicación es que las personas ganan una visibilidad nunca antes posible, por lo menos no a esta escala, y además pueden ser valoradas –a través de obtener matches–, lo que puede tener repercusiones en su autoestima, aunque no siempre positivas. La intimidad se ha convertido en un espectáculo, como reflexionaba Paula Sibilia (2008). La posibilidad de tener una vida pública transparente -o en realidad aparentemente transparente ya que hay un proceso de selección sobre qué mostrar y de qué manera hacerlo- resulta atractiva para las nuevas audiencias

La velocidad del desarrollo tecnológico ha generado mayor distancia entre personas como usuarios, una brecha generacional y tecnológica –en algunos casos– que es importante investigar para comprender cómo están cambiando los comportamientos de los jóvenes y qué diferencias podrían tener en relación con otras generaciones para poder conocer y ayudar a las que vienen después de éstas. Los niños de ahora serán los futuros usuarios de las aplicaciones que se están creando y evolucionando cada día, aplicaciones que se crean precisamente identificando estos nuevos intereses, comportamientos y posibilidades de relacionarse, y que en su uso diario generarán nuevas representaciones y ampliarán el escenario del espacio público virtual.

La investigación pretende responder a la interrogante de si el uso de Tinder se ve afectado por sus características tecnológicas y por los significados sociales asociados con ella<sup>7</sup>. Consistió en la aplicación de un total de cinco tipos de cuestionarios: dos para usuarios en la Ciudad de México, el primero exploratorio y el segundo en relación con los objetivos concretos de la tesis; un cuestionario en Madrid, que incorporaba las preguntas más importantes de los dos de la Ciudad de México; un cuestionario en la Ciudad de México para quienes nunca han utilizado Tinder,

---

<sup>7</sup> En el tercer capítulo se describe completamente todo el proceso metodológico.

pero lo conocen, y otro para quienes utilizaron Tinder, pero lo abandonaron en un periodo inferior a un mes. Por otra parte, se realizaron 24 entrevistas a usuarios: 13 en la Ciudad de México y 9 en Madrid; algunas fueron presenciales y otras mediadas por correo electrónico, motivando diferencias en los resultados y la posibilidad de llegar a un público más amplio.

Para elaborar los cuestionarios y la guía de la entrevista, en la primera fase de la investigación se inició un proceso de etnografía digital que fue transversal a lo largo de todo el proyecto: en un primer momento consistió en una observación pasiva de los perfiles de otros usuarios de Tinder en diferentes delegaciones de la Ciudad de México y a partir de ellos identificar y anotar tendencias de patrones comunes en sus perfiles –todo de manera anónima, en ningún momento se registraron sus nombres–. Posteriormente, la presencia en Tinder fue constante, aunque se utilizaron diferentes perfiles<sup>8</sup>. No es una práctica etnográfica tradicional porque el contacto con la población no es constante ni siempre es prolongado, sino que adquiere nuevas formas y se construyen diferentes sentidos de relación por la plataforma utilizada. Es transversal porque durante los dos años de la investigación fue constante la presencia en Tinder y la interacción con los usuarios, ya sea para identificar comportamientos, autopresentaciones, cambios y nuevos recursos que va actualizando Tinder en su aplicación, así como el contacto con ellos y la aplicación de cuestionarios y la realización de entrevistas en el ámbito digital.

La tesis está conformada por cinco capítulos. El primero es de carácter contextual y tiene la intención de explicar el proceso de creación de Tinder, la influencia que tiene de las páginas para citas, las características de la aplicación y su funcionamiento tanto a nivel técnico como social, y en paralelo una descripción del desarrollo tecnológico y de la aceptación que han facilitado su creación y su uso. El segundo capítulo describe el marco teórico desde el que se realiza el análisis de la tesis, principalmente en relación con la mediación tecnológica desde la Teoría del Actor-Red, las representaciones sociales, especificando qué enfoques se utilizan, y una discusión sobre el self para comprenderlo en el contexto de Tinder. El tercer capítulo también es de suma importancia porque describe el proceso metodológico que guió el desarrollo de la investigación explicando cuál fue la pregunta de investigación, sus objetivos principales y particulares, las

---

<sup>8</sup> Debido a que algunos usuarios denunciaron la cuenta de investigación en Tinder, fue necesario crear otras cuentas. Meses después, se tuvieron que crear más cuentas debido a que éstas eran bloqueadas por Tinder al considerarlas spam dificultando su aplicación.

hipótesis y justificación desde donde se propuso, así como los métodos para llevarla a cabo; es de carácter mixto, tanto porque es cualitativa como cuantitativa, como porque es digital y presencial, todo esto con la intención de poder tener una comprensión mayor de los usos y significados de Tinder. En el cuarto capítulo se discuten los resultados acerca del proceso de creación del perfil y de la virtualización del self, mientras que en el quinto capítulo, de naturaleza analítico-explicativa, se dirige hacia comprender el significado de la mediación tecnológica en el uso de Tinder y de las representaciones sociales sobre la aplicación.

Finalmente, es necesario recordar que la tesis fue de carácter exploratorio en un principio (capítulo 1 y 3), descriptivo en un segundo momento (capítulo 4) y finalmente analítico (capítulo 5). Con los resultados del primer cuestionario se identificaron tendencias para desarrollar las siguientes etapas, describirlas y así analizar, desde las teorías selectas, de qué manera interviene Tinder desde su aspecto social y el de la mediación tecnológica en la autopresentación y construcción de identidades y en la relación con otras personas, tanto dentro como fuera de la aplicación.

## **CAPÍTULO 1**

### **CONTEXTO Y DESARROLLO DE TINDER**

Estamos en la era de la información y de un desarrollo tecnológico muy acelerado que está redefiniendo las relaciones y está transformando la vida de las personas y de las sociedades, de imaginarios y de la vida cotidiana. Si consideramos a McLuhan (1996), la tecnología tiene como principal característica potenciar o extender algo, como pueden ser facultades del cuerpo e incluso la propia comunicación, y también, en este caso, su desarrollo ha sido tan significativo y, asimismo, irónicamente, tan natural, que ocasionalmente no percibimos estos cambios, sino que simplemente los incorporamos a nuestra vida diaria. Manuel Castells reconoció con anticipación los cambios que se avecinaban y el impacto que podrían tener en la sociedad, la manera en que las redes se podrían integrar en el tejido no sólo de la comunicación, como también describe, sino de la cultura, de la familia del mercado y del Estado, así como de la sociedad en general (2009), reconfigurando el espacio y tiempo en escenarios digitales, lo que denomina como espacio de los flujos y tiempo atemporal, mientras potencia nuevas formas de convivencia e interacción (1997). En relación con la comunicación, estos cambios nos llevan hacia un proceso de desterritorialización: hemos dejado el teléfono fijo que implicaba estar situados en un espacio determinado del hogar mientras se conversaba por medio de una llamada telefónica, así como sucede con la computadora familiar o un cibercafé, por poner ejemplos; hemos abandonado la certeza del lugar de conexión por la incertidumbre y libertad de conexión desde donde se desea iniciar la comunicación gracias al uso de las computadoras portátiles, tabletas, teléfonos móviles y otros dispositivos que ofrecen esta posibilidad. La libertad espacial en la comunicación generó nuevas interacciones y nuevas oportunidades de relacionarse entre los usuarios; un empoderamiento.

En la actualidad se puede observar una tendencia importante en la personalización de todo tipo de servicios con el fin de otorgar mayor control -o percepción de control- a los usuarios para poder elegir qué contenidos les interesan y cómo desean consumirlos desde la telaraña de abundante información, opciones de entretenimiento y de comunicación de diversa índole que se crece día tras día. Se están creando nuevas relaciones con la información como producto de este empoderamiento y el comienzo de un remplazo de algunos de los medios tradicionales o

por lo menos la aparición de alternativas que antes no existían. Se ha pasado de utilizar el teléfono fijo para hacer llamadas a un teléfono móvil -ahora casi siempre *inteligente*- que tiene una oferta tan amplia de utilidades que terminan desplazando su función original; de una televisión abierta o de paga que ofrecía contenidos en determinadas horas a una televisión que pareciera que ha sido remplazada por Netflix y otros medios digitales que operan a través de Internet como servicio personalizado de contenidos de cine y televisión, y, también, siguiendo la lógica del empoderamiento y la personalización, del servicio de taxis en el que la persona dependía de que hubiera alguno libre en el lugar y horario en el que se encontrara al del Uber, por ejemplo, en el que es el usuario quien elige en qué lugar y a qué hora quiere su servicio.

Pero no todo son ventajas y premios al usuario. Este empoderamiento, si bien existe si lo consideramos como que ahora hay una mayor libertad para elegir contenidos y servicios, también tiene otro tipo de consecuencias en las personas. Tener acceso a la información desde cualquier lugar sin saber cómo y cuándo utilizarla puede perjudicar antes que aportar, puede limitar a las personas a encerrarse en una burbuja que reproduzca únicamente sus intereses, amistades y conocidos comunes con sus gustos, así como tener versiones parciales de la información y de las noticias en general desde la postura en que desean verlas. La información y la tecnología avanzan muy rápido, pero no tanto así la reflexión sobre el uso y la manera en la que se incorporan en la vida cotidiana.

La relación a través de la tecnología y con la tecnología es cada vez más normal y esta tendencia continuará en aumento. No podemos quitarle importancia a la desterritorialización de la comunicación que se ha generado en los años recientes con ejemplos como los que se han mencionado. Cuando el individuo no se encuentra atado a un espacio físico para poder establecer una conexión para comunicarse, sea por teléfono, a través de Internet, de la computadora u otro dispositivo, puede tener repercusiones importantes a nivel social en la configuración de las relaciones entre personas, grupos, familias, relación con el trabajo y con los propios trabajadores, entre otros casos. Hay una virtualización<sup>9</sup> de la realidad, pero no por eso deja de ser menos real.

---

<sup>9</sup> El sentido de la virtualización se describe de manera amplia en el capítulo 2 (Ver p. 108), pero debe de entenderse como un proceso de transformación constante de un estado a otro en el que, evidentemente, también se puede incluir la digitalización.

Ahora se tiende a separar tajantemente lo real de lo virtual, lo presencial de lo digital, lo online de lo offline, pero si algo podemos entrever a partir de lo acontecido tanto en el plano de lo tecnológico como de lo social, es que estas divisiones serán cada vez menores hasta, quizás, volverse inútiles (Winocur, 2013). La realidad virtual, en conjunto con la realidad aumentada, es decir, la realidad mixta, es un ejemplo claro de cómo estas separaciones se pueden volver innecesarias ya que lo digital, basado en lo presencial, tendrá una influencia directa e incluso recíproca.

La separación entre lo online y lo offline puede ser útil en términos prácticos, también en cuestiones académicas, pero es posible que en un futuro esto se llegue a considerar innecesario ya que son simplemente dos espacios de construcción de realidad, uno presencial, otro digital, pero ambos con consecuencias reales. Algunas investigaciones parten de una separación entre lo online y lo offline (Ward, 2016a) porque así lo exige el propio objeto de estudio y metodología propuesta, aunque también se propone que la investigación trascienda esta separación y se enfoque en la relación entre estos dos espacios (Rogers, 2013: 20-22); en otros casos también se generan discusiones sobre referirse a los espacios de interacción en Internet como originalmente se les consideraba virtuales o como ahora se tratan de digitales (Hine, 2000; Hine, 2015).

El concepto de lo virtual es complejo porque va más allá de Internet -como señala Deleuze-, se refiere a algo que existe en potencia, pero no en realidad, en lo actual (Lévy, 1999; Ryan, 2015), motivo por el cual podría considerarse que abarca lo digital, aunque también que lo supera. Las interacciones que suceden en entornos digitales, aun si ocasionalmente son exageradas, falsas o erróneas, siguen denotando una realidad del sujeto; por otra parte, tampoco la comunicación que se genera desde la realidad física y presencial está libre de estas acusaciones.

Se está generando una aparente hibridación de la tecnología en la vida cotidiana, en la sociedad y en el individuo en concreto. La tecnología, a su vez, como también se ha dicho, tiene la capacidad de extender aquello en lo que se la utiliza (McLuhan, 1996). Con esta premisa, la tecnología no sólo puede extender el acto comunicativo a través de llamadas y videollamadas a larga distancia, mensajes de texto, envío de documentos y demás contenidos multimedia, todo esto de manera inmediata, sino que además puede extender lo social al abrir un nuevo campo de interacciones, entre ellas, destacando, las relaciones de pareja, de amistad y encuentros con intereses sexuales. En este contexto se creó un interés por crear sitios web, chats y aplicaciones

que permitan conectar a las personas a la distancia con una intención particular como puede ser encontrar pareja, buscar una relación o simplemente conocer nuevas personas.

En la actualidad, Tinder se ha convertido en una aplicación de referencia para conocer personas de manera online, pero no siempre fue así ni tampoco es la única en su tipo. ¿Cómo se creó Tinder? ¿Existían antes otras aplicaciones similares? ¿Qué diferencia tiene una aplicación para citas con las páginas de citas o con los chats en la web? El origen de Tinder ocurre como continuidad de un interés por atender a la necesidad social de encontrar pareja, amistad o incluso la pura satisfacción sexual que se han hecho manifiestas en otros espacios de Internet como consecuencia de un deseo humano que se encuentra fuera de la web, pero que a través de ella se puede lograr un alcance mayor. Por ello, Tinder plantea una continuidad de sus antecesores, pero también trascendencia porque ha superado a las páginas y sitios tradicionales para citas reconociendo la nueva lógica de la web social y los *nuevos*<sup>10</sup> dispositivos electrónicos que median las interacciones. No obstante, para comprender esta transición y su impacto actual y prospectivo, es importante conocer los antecedentes que explican su actualidad.

En 1990 Tim Berners-Lee y su equipo crearon la World Wide Web [WWW / Web], aunque fue hasta 1993 que comenzó a hacerse de uso público (World Wide Web Foundation, sf [sin fecha]) y se abrió un nuevo campo de oportunidades para desarrollar interacciones tanto con la información como con los usuarios. En un comienzo el uso de la Web parecía exclusivo porque las personas no tenían los conocimientos técnicos para utilizarla, pero pronto con el desarrollo de los navegadores y de foros de discusión en la propia web en donde los propios usuarios ayudaban a otros a utilizarla se comenzó a extender y facilitar su acceso. Cuando esto sucede, se comienzan a generar nuevas necesidades entre la población, desde el acceso a la información hasta, como ahora es evidente, necesidades sociales.

En un principio, la estructura de la Web tenía una jerarquía más estricta: los usuarios, en un rol generalmente pasivo, se limitaban, en su mayoría, al consumo de información de periódicos, de noticias y actualidad sobre el mundo, esto es, una relación vertical que no permitía mucha interacción. Los foros de discusión y los primeros blogs comenzaron a generar el primer

---

<sup>10</sup> En la primera década del 2000, e incluso hasta ahora, se utiliza la referencia de nuevos medios para referirse al crecimiento de medios digitales que funcionan a través de Internet, pero es válido cuestionario hasta cuándo podemos seguir utilizando la etiqueta de *nuevos* ya que ahora forman parte de la vida cotidiana.

contacto entre iguales<sup>11</sup>. La creación de Netscape en 1994 y de Internet Explorer un año después significaron el acceso a Internet desde una interfaz más accesible para un usuario que tenía pocos conocimientos técnicos. Como mencionaba anteriormente, el desarrollo de Internet y el mayor acceso de parte de la población genera nuevas necesidades sociales. Quizás no sea sorprendente saber que en 1995 se creó Internet Explorer, hace ya más de dos décadas, pero lo que sí resulta sorprende es saber que en ese mismo año se creó Match.com, la primera página para citas concretadas desde la Web.

Han pasado 23 años desde la creación de la primera página para citas online y los cambios han sido muy significativos en algunas facetas. A pesar de que la lógica en general sigue siendo la misma –aparece un perfil potencialmente deseable y conocible para el usuario–, los cambios han sido importantes en relación con la construcción del perfil y la percepción y relación con el otro a través de diferentes herramientas de comunicación. Si bien la diversidad de páginas y chats es considerable y cada vez mayor, también guardan un parecido entre sí e incluso la mayoría forman parte de una misma gran compañía, Match Group.

Algunas de las páginas de citas más reconocidas son Match.com, eHarmony, OkCupid, Badoo, Ashley Madison y PlentyOfFish -aunque cada una con particularidades que las distinguen entre sí-. Por otra parte, en este contexto también se deben de considerar los chats por lo que representaron para el desarrollo de las relaciones a distancia, tanto entre conocidos como entre desconocidos, ya sea comprendiendo su origen, como la evolución como medios digitales para conectar personas.

Se están generando nuevas formas de relacionarse, nuevas oportunidades para establecer contacto con personas que probablemente de otra manera difícilmente serían contactadas y, sobre todo, justificada la interacción. Esto presenta un “potencial utópico que Internet ofrece para nuestras relaciones” (Baym, 2010: 99). En esta tesis, las relaciones mediadas se analizan en el segundo capítulo como una herramienta para liberarse de las ataduras físicas del espacio en el que se encuentren, de las personas que comparten una rutina similar a la del individuo e incluso

---

<sup>11</sup> Aunque hay que cuestionar hasta qué punto son *iguales*: en los foros de discusión hay un moderador que tiene más facultades que una persona que lo visita y publica de manera independiente, así como entre los propios usuarios hay jerarquías con base en el número de publicaciones que ha hecho, la calidad de la misma y el reconocimiento en esa comunidad.



de temas tabús o polémicos que son más visibles en ciertos sectores de la sociedad, ya sea desde la afición por un hobby muy particular hasta la posibilidad de conocer gente que tenga la misma orientación sexual.

El interés por desarrollar investigaciones sobre relaciones afectivas online está en aumento y también está motivado por la intención de comprender la dinámica a través de la cual operan y lo que esto significa para las relaciones mediadas y la concepción de lo que es una pareja entre los jóvenes. La mayoría se refieren a analizar las plataformas a través de las cuales se generan las interacciones, quienes determinan su funcionamiento, pero se está omitiendo el sentido que los propios usuarios le dan a las mismas, la representación social que se construye inconscientemente alrededor de ellas y que define las prácticas que se van a crear.

Se suele pensar que por ser digitales, las relaciones, comunicación o acciones de los usuarios no tenían presencia y efecto real, pero, como Castells indica con cierto dramatismo, *la muerte del ciberespacio* como un escenario intangible libre de materialidad y de un territorio específico sucedió cuando se incorporó la geolocalización al uso de la web y demás aplicaciones, así como la politización de los espacios de conexión (Rogers, 2013: 23). En el caso de Tinder, opera bajo los criterios de la geolocalización y también estos lo restringen, pero aun dentro de este marco los usuarios tienen libertades para expresarse y relacionarse. El ciberespacio no muere, pero se restringe; el ciberamor potencia el alcance de las relaciones mediadas, pero condicionadas por los límites de Tinder y por condiciones políticas y socioculturales de cada región<sup>12</sup>. Aun así, la geolocalización es un elemento fundamental para comprender de qué manera se distingue Tinder de las páginas para citas y el aumento en la percepción de veracidad de las relaciones que esto propicia cuando se interactúa con otros perfiles y usuarios.

El romance online lleva más de dos décadas, pero su forma y su construcción han cambiado, se ha adaptado a nuevos intereses y nuevos recursos que ofrecen las tecnologías. Las páginas de citas en Internet pueden significar una revolución en lo social, en la manera de interactuar y conocer parejas potenciales desde escenarios digitales (Illouz, 2007).

---

<sup>12</sup> Si bien Tinder se encuentra disponible en casi todo el mundo, todavía hay países en los que no se puede utilizar. Como se anticipará, por ejemplo, Corea del Norte es uno de ellos. Es un ejemplo de que condiciones políticas todavía imperan sobre medios digitales y tecnologías para la información y la comunicación en general.

En el siguiente apartado se discute el desarrollo de los chats y el significado que tienen considerándolo como una digitalización de la conversación que implica una nueva temporalidad y territorio de las interacciones. Es importante tener presentes estos elementos cuando se piensa en Tinder, sobre todo con la intención de analizar la influencia tecnológica de la aplicación, debido a que las nuevas plataformas de la conversación pueden facilitar o motivar comportamientos distintos o facilitar relaciones que de otra manera quizás no serían posibles.

### **El chat y las conversaciones desterritorializadas**

Las tecnologías tienden a imitar acciones que suceden en lo presencial, pero agregando características propias de los recursos que las componen. Los chats, también conocidos como Internet Relay Chat [IRC], fueron creados en 1988 por Jarkko Oikarinen de la Universidad de Oulu en Finlandia con el objetivo de poder comunicar a distancia y tener discusiones en tiempo real (Arango Pinto, 2009: 10). Al igual que sucedió con Internet y otras tecnologías que hoy en día son parte de la vida cotidiana, con el tiempo los chats se fueron haciendo de uso público y transformando de acuerdo con las necesidades de los usuarios.

En la primera década de los noventa, la importancia del chat radicaba en poder comunicar a personas de diferentes regiones de una ciudad, país o incluso de diferentes países, indistintamente de acuerdo con las características deseadas. Esta personalización del chat no era tan importante en el caso del propio usuario, sino que lo era más en la relación de la delimitación de quién le gustaría que fuera el otro. Por una parte, el usuario podía elegir edad y sexo, así como mantener su nombre bajo el anonimato al utilizar un pseudónimo; por otra parte, en la mayoría de los chats podía elegir entre distintos grupos de personas potenciales con las cuales quisiera chatear: por regiones, por hobbies e intereses, por edades, por sexo y por intenciones sexuales también. Los datos proporcionados por el usuario que ingresa tanto como los de aquellos con quienes desea conversar no están garantizados ni corroborados como reales. Fue la primera gran función aplicada del anonimato en redes.

El anonimato es uno de los recursos de comunicación más importantes cuando se trata de una comunicación mediada por computadora [CMC]. Permite actuar al individuo con mayor libertad

de la que posee en una conversación presencial. Esta libertad no sólo se refiere a la construcción del personaje, sino también al tiempo que tiene para elaborar y mandar respuestas a la persona con quien se comunica. Esto es muy significativo porque en los noventa fue la primera vez en que esto se hizo posible para un público amplio y presentó una serie de cambios en la manera de establecer la comunicación que generarían respuestas y nuevas transformaciones tanto en la estrategia comunicativa de las personas como en las aplicaciones y herramientas para comunicar que las empresas desarrollarían.

Es conveniente separar a la persona del personaje en un contexto de anonimato como el de los chats. No quiere decir que siempre mientan, que exageren o que tergiversen la comunicación, pero sí que tienen más recursos para orientarla como sea conveniente. Esto tampoco quiere decir que las personas posean o desarrollen una personalidad dividida, pero sí que la identidad se manifiesta de maneras distintas de acuerdo con la situación en la que se presente (Goffman, 2001). En el caso concreto de los chats, Arango Pinto (2009) reflexiona sobre el rol que tienen en la desinhibición.

(...) En el caso del *chat*, éste es uno de los campos diferenciados de interacción que muestra cómo la identidad puede ser más abierta y múltiple. Por ejemplo, cuando un individuo se comporta desinhibido en el *chat* y más tímido en el mundo presencial, ahí están dos dimensiones de una sola identidad que posee ese participante. Lo que sucede es que el contexto o campo de interacción determina una de esas dimensiones específicas (Arango Pinto, 2009).

Los chats, como las tecnologías y los usuarios, continuaron transformándose y reinventándose. La necesidad por generar una sensación de realidad de la otra persona hizo que se implementaran nuevos recursos para facilitar esta percepción. En un primer momento, el uso de los emoticones significó una manera de expresar emociones en una conversación textual plana que limitaba la expresión de los involucrados. Estas expresiones variaban y adquirían nuevas formas dependiendo de los usos que les dieran (Kelly & Watts, 2015), como se verá en la discusión sobre el lenguaje visual y emocional en las próximas páginas (Miller, et.al., 2016). A pesar de esta inclusión, las personas necesitaban más porque se acostumbraban a tener más a través de otras interfaces, ya sean blogs, páginas informativas o después páginas de video como YouTube, aplicaciones móviles, redes sociales y más, motivando una nueva transformación en estos espacios: los videochats.

Las videoconferencias se desarrollaron desde los primeros años de Internet en la década de los noventa, aunque con ciertas limitaciones. Su desarrollo ha sido muy acelerado y la mejoría en la calidad y alcance es evidente. A pesar de que en un principio no eran perfectas, eran funcionales. Los chats, por su parte, continuaban con una interfaz plana que ofrecía pocas herramientas para la conversación. En noviembre del 2009, Andrey Ternovskiy lanzó su creación, ChatRoulette, una página en Internet que permite a las personas conversar a través de chat, pero también facilitando la posibilidad de verse en tiempo real a través del uso de una webcam. Es importante analizar los detalles detrás de este invento: su creador, ruso, tenía apenas 17 años cuando hizo público ChatRoulette. La competencia principal de este sitio era Omegle, un chat que ofrece conversaciones textuales, pero también por video. Omegle fue creado en el año 2008 y, también, su creador era muy joven: el estadounidense Leif Brooks de 18 años. Estas páginas son un ejemplo de una nueva generación de jóvenes que busca innovar en las maneras de comunicarse, pero también que las necesita, una generación que está acostumbrada a relaciones mediadas que generen cada vez una mayor percepción de realidad, una tendencia hacia la sincronía y lo multimedia (Arango Pinto, 2009: 122). El problema que han enfrentado estos dos sitios, como los que se crearon posteriormente, es la dificultad por regular acciones y contenidos, sobre todo sexuales, que se vuelven comunes en la página (Kreps, 2010).

### **La ilusión de emoción en el lenguaje visual digital**

*Una imagen dice más que mil palabras*, relata un famoso dicho popular. En una primera impresión se puede pensar que este dicho adquiere más significado en la actualidad, en una realidad mediada por dispositivos tecnológicos que presentan al mundo como a las personas a través de imágenes que se hacen visibles en los teléfonos móviles, tabletas, publicidad móvil en la calle, etc., conformando una construcción multimedia de la percepción del mundo. No se trata exclusivamente de imágenes, sino que estos dispositivos facilitan una recreación multimodal de la misma a través de las mencionadas imágenes, pero también diversos recursos de audio y video, así como una interacción táctil con los mismos (Pardo, 2014), una aproximación transmedia (Jenkins, 2003).

Esta interacción multimedia -a veces transmedia- que enriquece el acceso y consumo de los contenidos y las diferentes formas de relacionarse es más compleja de lo que aparenta en una primera instancia. La interacción se produce a través de una relación de contenidos visuales como textuales, aumentando la influencia que éstos puedan provocar. Un ejemplo de esto se puede observar en el uso cotidiano de los memes, por lo menos hasta 2018, que, en contraste con el uso que tenían en los primeros años de la década, los contenidos visuales, e incluso también ahora los audiovisuales, son ahora acompañados con mayor frecuencia por un texto que sugiere la lectura e interpretación que se debe de hacer. Es preciso tener esto presente porque el lenguaje visual puede canalizar emociones con las cuales se identifiquen los usuarios, pero asimismo el texto que las acompaña puede dirigir las reacciones hacia una motivación particular evitando una lectura completa e imparcial del contenido mismo.

La digitalización de la información permitió en un primer momento compartir noticias, diversos canales de comunicación y acceso a la información sobre acontecimientos que sucedían en todo el mundo, aunque la tendencia era meramente la exposición de textos sobre los diversos sucesos implicando una lectura plana y poca interacción de parte del usuario, pero ahora, con la evolución de las herramientas y dispositivos tecnológicos, aunque también con la evolución de los propios usuarios que cada vez adquieren un rol más activo y buscan interfaces que les permitan interactuar de maneras más diversas con los contenidos, la visualización de la información ha cambiado notablemente; la lectura de los contenidos ya no es necesariamente lineal, como se acostumbraba con los libros impresos, por ejemplo, sino que ahora adquiere diferentes direcciones de acuerdo con los intereses del usuario.

Esto no es nuevo, sino que remite a una intencionalidad detrás de la lógica que primó durante los orígenes de Internet cuando Vannevar Bush creó el boceto y la idea del memex<sup>13</sup>, una máquina imaginada que permitiría organizar contenidos de manera no lineal sino simulando la manera en la que piensa el ser humano, con ideas que remiten en diferentes direcciones a diferentes temas, yendo adelante y atrás, saltando entre temas y creando nuevas conexiones, lo que posteriormente se convirtió en hipertexto (Lamarca, 2006); asimismo, esta nueva dirección

---

<sup>13</sup> Memex era una propuesta desarrollada por Vannevar Bush que, a grandes rasgos, se podría imaginar como un escritorio inteligente que permita organizar la información de manera no lineal. La importancia del memex es que fue precursor de un concepto que permitiría desarrollar el hipertexto. La tesis doctoral de María Jesús Lamarca explica este tema detalladamente. Se puede consultar en: <http://www.hipertexto.info/>

de los contenidos es una práctica común entre los usuarios ya que las lecturas no están condicionadas de izquierda a derecha, sino que pueden ser de arriba a abajo, saltando entre hipervínculos o entre imágenes, creando nuevas conexiones y significados entre los contenidos y los usuarios, así como potencialmente cambiando la manera en la que perciben y se relacionan con la información (Carr, 2011).

Las personas tienen una mayor capacidad de apropiarse de un conocimiento o información nueva cuando ésta es visual, aparte de textual, y de alguna manera interactiva o inmersiva (Dale, 1969). Las estrategias transmedia, tanto en la elaboración de contenidos de entretenimiento, como de educación o de mercadotecnia, ayuda a lograr este objetivo a partir del uso de diversas plataformas para complementar una historia o contenido (Jenkins, 2008). Esta tendencia no sólo es construida desde arriba, desde las empresas que venden dispositivos electrónicos para comunicarse o las que generan los contenidos, sino que los propios usuarios exigen prácticas más favorables de acuerdo con sus necesidades.

Desde los primeros chats famosos en México como Latinchat y Esmas que agregaron limitados emoticones que podían utilizarse en la conversación, hasta el exitoso desarrollo del MSN Messenger y de Yahoo Messenger que implicaron una diversidad mayor para comunicarse (Arango Pinto, 2009: 121), el final de la década de los noventa estuvo caracterizado por la intención de inclusión de emoticones en los servicios de chat y de mensajería instantánea. El emoticón es utilizado como una herramienta para expresar emociones en las conversaciones que están limitadas a texto. La posibilidad de expresar emociones atendió a una necesidad social de poder manifestar aquello que se perdía en una conversación mediada pero que estaba presente en la conversación cara a cara, aun si no siempre era necesariamente verídico. La década de 1990 fue un periodo de transición para los usuarios, de adaptación a un nuevo entorno y herramientas, pero también de éstas a los usuarios.

La diferencia entre emoticones y emojis no es ni circunstancial ni poco significativa. Un estudio dirigido por Kelly y Watts en la universidad de Bath reveló la importancia del uso del emoji y su distinción del emoticón como estrategias de los usuarios para comunicar emociones en contextos específicos en espacios mediados. Mientras que el emoticón se limita a expresar una emoción dada por su propio significado, los emojis, pequeñas representaciones de objetos y distintos elementos, logran resignificar la manera de contar historias a través de dispositivos móviles de

comunicación, pueden ayudar a controlar un ambiente de comportamiento orientado hacia un fin determinado o crear un escenario de juego entre los involucrados (Kelly & Watts, 2015:3).

La importancia del emoji como sucesor del emoticón es evidente en el uso: en Twitter el 2% de tuits contiene un emoji, así como también ocurre en el 50% de las publicaciones en Instagram (Miller, et.al., 2016:2). En la investigación de Kelly & Watts encontraron que los entrevistados utilizaban los emojis para mantener la conversación con vida aun cuando ya no quedaba nada que decir o cuando querían elevar o bajar el *tono* de lo que se estaba diciendo, así como para ilustrar o crear escenarios que motiven la propia conversación (Kelly & Watts, 2015: 7).

Por otra parte, el equipo dirigido por Hannah Miller aplicó cuestionarios para identificar qué significado asignaban las personas a los emojis que utilizaban dependiendo de la plataforma que utilizaban. Encontraron que de acuerdo con el medio que utilicen, en este caso el sistema operativo, el uso de los emojis varía ya que su representación es distinta aún si son las mismas combinaciones; por ejemplo, el uso de un emoji sonriente, triste, riendo o sorprendido varía de acuerdo con el medio que use el usuario, ya sea iPhone, Google, Microsoft, Samsung o LG porque las representaciones son distintas así como los códigos que se crean entre quienes usan estos medios para comunicarse (Miller, et.al., 2016: 5), aunque puede resultar confuso cuando la relación es entre personas que tienen un teléfono o dispositivo distinto por la diferente representación de los emojis y la consecuente malinterpretación que implica:

(...) los emojis tienen un significado distinto en diferentes plataformas, así que una persona puede interpretarlos de una manera en una plataforma e interpretarlos de otra distinta en otra plataforma. La teoría psicolingüística sugiere que la interpretación debe de ser consistente entre las dos personas para poder evitar obstáculos en la comunicación. En esta investigación nosotros exploramos si un emoji puede ser consistentemente interpretado así como si esta interpretación puede permanecer en diferentes plataformas sin alterarse. Se analizaron 5 plataformas y 22 emojis y encontramos desacuerdos en términos tanto de sentimiento como de semánticas, y esto aumenta cuando se utilizan a través de distintas plataformas [Traducción al español] (Miller, et al, 2016: 10).

Los emojis han cambiado la forma de relacionarse, pero también son consecuencia de un cambio que se fue generando paulatinamente conforme el desarrollo de la tecnología y la relación entre

usuarios e interfaces (Scolari, 2011)<sup>14</sup>. El usuario empoderado es una constante en esta era. Los tiempos y las distancias se cortan. Los servicios son personalizados e inmediatos. El usuario cada vez tiene que pasar por menos intermediarios para realizar una acción. Las compañías reconocen estos patrones y los usuarios se apropian de la oferta tecnológica para darle un sentido propio a las interacciones que produce. En esta era de la comunicación digitalizada cada vez hay más herramientas para relacionarse con el otro y para definirse uno mismo, así como cada vez son solicitadas como un requisito al formar parte de la vida cotidiana. Un servicio de chat o de mensajería sin emojis se vuelve inútil y no tendría éxito. Los gifs desaparecieron por un tiempo durante el apogeo de las redes sociodigitales hasta que desde hace poco más de un año regresaron resignificados como un elemento ahora casi *vital* de la comunicación via chat y social media en general. Como los gifs, otros elementos de la web que parecerían formar parte de su pasado (Rogers, 2013), están regresando como recursos adaptados a nuevas necesidades de comunicación social, como lo anticipaba McLuhan (McLuhan & McLuhan, 2009).

¿Qué ocurre en el caso de Tinder y las aplicaciones y páginas para citas? La relación con los otros usuarios es primero con la imagen que presentan en su foto principal y ya después con la persona con quien desean interactuar. Su construcción integra un conjunto de fotografías que adquieren mayor sentido cuando se relacionan con la descripción que incorpora en su biografía y que a puede ayudar a crear una impresión sobre quién es. Como la relación es a distancia, entre desconocidos, las impresiones que se generan deben de ser guiadas y son interpretadas a partir de los pocos elementos que hay disponibles. El uso de gifs y emojis para expresar emociones e ilustrar conversaciones adquiere un sentido mayor ya que también ayudan a construir confianza.

Tinder es parte de esta *nueva*<sup>15</sup> forma de comunicarse. Los chats y servicios de mensajería instantánea ya no sirven sólo para comunicarse, sino también para contar historias. La posibilidad de utilizar medios tecnológicos para incrementar las formas de expresarse marca una tendencia que ahora se ha convertido en una parte fundamental de la comunicación mediada y Tinder no es la excepción debido a que para generar interés, muchas veces los usuarios no tienen que mostrar su perfil únicamente, sino que deben de construir una historia alrededor del mismo

---

<sup>14</sup> Scolari – Interfaces: Desarrollar: <https://hipermediaciones.com/2011/02/20/las-interfaces-no-desaparecen-se-transforman/>

<sup>15</sup> Ahora más que nuevo es habitual, cotidiano y cada vez más común.



a partir de la integración de fotografías y descripción, así como lograr que haya congruencia al momento de la conversación. Estas historias se construyen a través de elementos estáticos como las fotografías y la descripción, como contenidos dinámicos y variables que pueden generar diferentes lecturas dependiendo de su uso como el caso de los emojis y los gifs. El uso de emojis como códigos (boyd, 2014: 65) con un doble sentido o con la intención de referirse a un contexto particular, son estrategias para dirigirse a algunas personas en concreto excluyendo inmediatamente a quienes no entiendan la intención que lo dirige. Un ejemplo, como tantos otros, es el que sucede en Tinder con quienes agregan el código “4.20”<sup>16</sup> en la descripción de su perfil o quienes utilizan los emojis para hacer visual una experiencia o descripción que están contando en su biografía, por ejemplo, bandera, playa y un avión para indicar que se irán de vacaciones a una playa de Colombia.

---

<sup>16</sup> 4.20 es un código utilizado para indicar que fuman marihuana. Se refiere al 20 de abril, día de la marihuana, aunque no es claro su origen.

## 1.1 Antecedentes de Tinder

¿Dónde está la pareja ideal? Tanto libros como medios de comunicación e incluso las propias familias -independiente de su región, sector social o cultura -, han llegado a imaginar una pareja ideal para los hijos o sobrinos favoritos, para el espectador de las telenovelas o consumidor de películas y series de televisión, para el ávido lector de literatura romántica, dramática o de la llamada *literatura para adolescentes*, de cualquiera que sea, para construir la idealización de una pareja que puede estar aguardando a esta persona para un próximo inevitable encuentro fortuito. La reproducción de esta idealización es efectiva en tanto que se ha naturalizado en el discurso. Para comprender el sentido social de este ideal, se puede hacer un análisis del amor romántico como guía que ayuda a entender la construcción y asignación de los roles y expectativas para el hombre y la mujer en una relación (Giddens, 1995; Ver p. 128-135) –ya que generalmente refiere a un amor romántico heterosexual– y, a partir de ello, entender comportamientos que se reproducen en Tinder que quedan inscritos en las fotografías y la descripción, así como en las conversaciones guardadas.

Con frecuencia, las historias de amor que se reproducen en los medios de comunicación tradicionales o digitales ocurren de manera fortuita en situaciones extraordinarias o en los lugares más ordinarios posibles, con la intención de ilusionar al individuo que los consume y que le lleven a pensar que en cualquier momento puede tener una experiencia similar que, aunque muchas veces lo niegue, muchas veces desean vivirla. *Sabe* qué características tiene (Giddens, 1995; Rodríguez Morales, 2006) y *sabe* en qué situaciones la va a conocer, pero no la conoce.

Esta pareja ideal varía de acuerdo con la cultura en la que se está inmerso, pero parte del ideal del amor romántico. Puede estar sujeta a estándares socioeconómicos, intelectuales o de confianza y compatibilidad que tendrán diferente apariencia de acuerdo con el contexto en el que se encuentre, pero en general tienden a ser patrones que pueden ser observados y reproducidos en los diferentes medios de comunicación que ayudan a construir una representación social de la pareja deseada (Giddens, 1995; Rodríguez Morales, 2006).

Si bien existen diferencias entre las historias que conducen hacia la idealización de una pareja desde una construcción que parte del amor romántico (Ver p. 128-135), también se perciben patrones comunes; la mayoría comparten algo en común que resulta pertinente para esta tesis:

es muy raro que los protagonistas de una historia de amor, ya sea de un libro o de una película o serie de televisión, de un poema, de una canción que relata cómo se conocieron, o el caso de unos padres o abuelos que comparten su historia con sus hijos o nietos, independientemente de sus características socioeconómicas y socioculturales, se hayan conocido a través de una página de Internet para citas o desde una aplicación con el mismo objetivo. A pesar de que todavía hay muy poco registro –real o ficticio– de historias de amor que hayan iniciado a través de medios digitales, quizá propiciado por el estigma, es una tendencia que poco a poco comienza a crecer, sobre todo en Estados Unidos donde cada vez más relaciones que iniciaron mediadas por dispositivos electrónicos terminan en matrimonios (página 41).

### **1.1.1 Las páginas para citas y encuentros online**

La primera página de Internet para citas fue Match.com. Tanto este sitio, como sus sucesores y contemporáneos, han enfrentado como mayor obstáculo el estigma en el que se encuentra situada la intención de conocer a una persona a través de Internet.

El creador principal de Match.com fue Gary Kremen, un empresario e ingeniero que podría ser considerado como el creador de los encuentros y citas a través de Internet por su visión y vanguardia al presentar esta propuesta. Kremen también fue el creador del dominio de Internet de sex.com<sup>17</sup>, algo que, sin ser una consecuencia directa, puede indicar que preveía el potencial de los encuentros sexuales para motivar el uso de la página de Match.com más allá de únicamente pretender formalizar relaciones de pareja con la intención de que sean a largo plazo.

Kremen dio a conocer en una entrevista un acontecimiento que puede sonar trivial, aunque no por ello deja de ser importante para la reflexión: indicó que él creó Match.com con la intención de encontrar una pareja –y claro, que otras personas también pudieran hacerlo–, pero lo que

---

<sup>17</sup> El artículo “The prisoner of Sex.com” de Chris O’Brien publicado en Wired en el año 2003 sintetiza los problemas que atravesó Gary Kremen tras perder Match.com previo a que se convirtiera en la empresa multimillonaria que es hoy en día y cómo se recuperó a través del dominio de sex.com. Consulta en: <https://www.wired.com/2003/08/sex-com/>

resulta paradójico es que una vez que ya tenía una pareja, la perdió porque ella, quien en aquel entonces salía con él, encontró a otra persona a través de Match.com<sup>18</sup> y terminó su relación.

Esta anécdota particular se convirtió en uno de los temores generales entre usuarios y no-usuarios de aplicaciones y páginas para buscar pareja: como ocurren en un entorno digital que muchas veces es difícil de registrar, se desconoce si puede utilizarse para engañar a su pareja y conocer a otras personas sin su consentimiento, algo que, más allá de una discusión moral, contribuye a la estigmatización de su uso. Paul Virilio utilizaba el concepto de *accidente* para referirse a toda consecuencia no deseada que tiene el desarrollo de una tecnología nueva: crear aviones implicaba crear la posibilidad de una catástrofe consecuente de ese invento, como la caída de un avión, así como también un tren puede implicar el accidente del descarrilamiento del tren (Virilio & Lotringer, 2002: 146), algo que parece obvio, pero es necesario destacar para poder reflexionar sobre las diversas implicaciones de los medios. Siguiendo esta premisa, crear aplicaciones y páginas para citas y conocer personas pueden ayudar a encontrar pareja, pero también pueden facilitar las infidelidades, o por lo menos eso constituye parte importante de su representación social.

El motivo por el cual Kremen la invitó a inscribirse a este sitio fue porque poca gente tenía acceso a Internet y aún menos tenían interés en experimentar en una página para citas. Quienes se mostraron más resistentes fueron sobre todo las mujeres, así que le pidió a su novia que lo ayudara: si las mujeres ven que otras mujeres usan el sitio, tendrán mayor confianza de utilizarlo al no sentirse juzgadas por ser las únicas.

Comenzando en 1993, Kremen se posicionó desde dos perspectivas distintas previo al desarrollo y lanzamiento de Match.com: como empresario y como usuario. Como empresario, junto con Fran Maier y Pen Ong, investigó otras páginas de Internet para conocer qué estructura tenían y comenzaron con su empresa –Electric Classifieds– a organizar sistemas de publicidad para periódicos y comenzaron a desarrollar la idea de generar un sitio para citas, pero para esto era imprescindible contar con las mujeres. Al respecto, el propio Kremen comenzó a salir a la calle

---

<sup>18</sup> El artículo “Inside Match.com” de David Geller publicado en Financial Times en el año 2011 relata la historia de Kremen y las motivaciones y dificultades que tuvo para crear Match.com. El artículo se puede consultar en: <https://www.ft.com/content/f31cae04-b8ca-11e0-8206-00144feabdc0#axzz2vzPvAbHq>

a preguntar a mujeres, *mujeres exitosas*<sup>19</sup>, mujeres que le gustaría conocer, amigas y más para mostrarles la pantalla con la página que estaba desarrollando, explicarles la idea y valorar si estarían interesadas en suscribirse para conocer hombres desde ahí. En total entrevistó a más de 100 mujeres (De Graaf, 2015). Sobre las entrevistas, Gary Kremen dijo que las reacciones en general eran negativas, que le decían que “*They would go 'ew no I'm not doing that' or 'I don't want them to know my name' or 'make sure you block out my co-workers'*” [Ellas decían algo como ‘ew, no pienso hacer eso’ o ‘yo no quiero que puedan conocer mi nombre’ o ‘asegúrate de bloquear a mis compañeros de trabajo’]<sup>20</sup>. No le importaban tanto los hombres porque sabía que si las mujeres se unían, los hombres lo harían también, una perspectiva que hasta ahora, en Tinder por ejemplo (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016), se hace manifiesta de manera evidente.

En Internet, la desconfianza hacia los otros era común (Goffman, 2006), una representación que dirigía sus prácticas (Jodelet, 1993). No hay un dato exacto, pero antes era más común que las personas se relacionaban únicamente con aquellos que formaban parte de su círculo de amistades y conocidos inmediatos, físicamente cercanos, porque las relaciones a distancia todavía no eran tan comunes como hoy lo facilitan las redes sociales y dispositivos electrónicos para la comunicación inmediata. Y no sólo son ahora más fáciles en cuanto a la accesibilidad, sino que también es posible que esté cambiando la forma de pensar al *otro* como un extraño que ya no es alguien indiferente, ajeno y ocasionalmente peligroso, sino que ahora ese otro desconocido pasa a ser deseable, una posible amistad o persona a la que se pueda incorporar al círculo social, que cada vez es más grande, tanto porque aporta algo, como porque también significa que está reconociendo y validando a uno mismo. Estas premisas son las que ayudaron durante las siguientes dos décadas al desarrollo e implementación de las páginas y aplicaciones para encuentros y conocer gente.

---

<sup>19</sup> Es importante cuestionar a qué podría referirse con “mujeres exitosas”. Este ejemplo, aun cuando data de Match.com en 1995, recuerda la superficialidad que en un primer momento tienen estas aplicaciones.

<sup>20</sup> El artículo “‘I was trying to find the right person to marry’: Match.com co-founder reveals the motivation behind online dating as it goes public” de Mia de Graaf publicado en el DailyMail en 2015 describe el proceso por el que Gary Kremen pasó para crear Match.com, desde situaciones personales hasta estrategias de mercado para llegar a un público de mujeres poco explotado en aquel entonces. Consultado en <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3324447/I-trying-right-person-marry-Match-com-founder-reveals-inspiration-online-dating-site-goes-public.html>

La otra posición que asumió Kremen previo al desarrollo de Match.com fue como usuario puesto que él deseaba encontrar una pareja con la intención de casarse y ése fue uno de los motivos que impulsaron el desarrollo de esta idea (De Graaf, 2015), lo que le permitió empatizar con los potenciales suscriptores e imaginar qué necesitarían de un servicio como el que deseaba ofrecer. En aquel entonces no era sencillo encontrar pareja si el trabajo, los estudios u otras actividades exigían que se permaneciera mucho tiempo en un mismo lugar sin la posibilidad de interactuar con una mayor diversidad de personas, sino sólo con quienes formaban parte de su rutina diaria. Los encuentros fortuitos, si bien existían, como siempre lo han hecho y seguirán haciéndolo, muchas veces se quedaban en eso, en una mirada o en un intercambio de palabras con pocas posibilidades de trascender —una premisa desde la cual se justifica la aplicación de geolocalización para citas de Happn—.

Algunos de los medios más comunes utilizados para buscar pareja, más allá de los conocidos y situaciones presenciales, eran a través de números telefónicos de paga por minuto o a través de *personal advertisements*, el más común, que se refiere a la publicación en la prensa de breves biografías de las personas que buscaban pareja indicando quiénes son, hobbies principales y a qué tipo de persona buscan. El problema con este recurso es que era público y eso podía ahuyentar a potenciales interesados o a las personas que quisieran hacer contacto debido a un temor por evidenciarse. Al respecto, Kremen consideró que crear un sitio como Match.com daría respuesta a una necesidad conservando el anonimato. Su modelo de Match.com era similar al de los *personal advertisements* con el agregado de poder subir fotografías y enviar mensajes (De Graaf, 2015).

En la actualidad, aunque en menor medida, en algunos sitios todavía aún existen los *personal advertisements*, publicidad que hace una persona de sí misma para encontrar pareja. Como se mencionaba, jugando con la dicotomía online-offline, se podría decir que es el equivalente a las páginas para citas en su versión offline. No se pueden ver tantos perfiles y la interacción con éstos es muy poco práctica, pero se pueden consultar. Lo que guarda como común es la construcción del perfil y el hecho de que difiere en los contenidos que se consideran oportunos de decir y de cómo decirlos cuando se hacen públicos en un periódico o revista en contraste con aquella información que sólo se revela a una persona con la que se ha hecho match o con quien se tiene confianza. Ejemplo de esto puede ser que tanto hombres como mujeres temen ser transparentes en señalar que buscan a una persona atractiva con ciertas características o que tengan un trabajo que genere buenos ingresos y que tengan estabilidad en su vida ya que temen que podrían ser

tachados como superficiales, así como hasta hace algunos años —o también en la actualidad aunque ahora en una menor medida— puede ser difícil señalar la orientación sexual de manera pública, son casos que pueden encontrarse detrás de las intenciones de lo que se busca a través de estas páginas, o en este caso de los *personal advertisements*, pero que por el juicio social que se haga de las personas prefieren no hacerlo, aunque sí puedan pensarlo (Manning, 2013).

Si es que existe el *amor a primera vista*, éste difícilmente se encontrará a través de textos escritos en periódicos o revistas, o en llamadas por teléfono en donde no hay una interacción presencial ni validación del otro a través de la vista. Las personas, si bien ahora pueden conectar a través de diferentes medios más allá de lo presencial, tienden a ser visuales y el hecho de poder agregar esta opción fue lo que revolucionó la manera de encontrar parejas potenciales a través de Internet. La percepción de realidad aumentó. De ser un medio frío, pasó a convertirse en un medio un poco más caliente, probablemente tibio, siguiendo la idea de Marshall McLuhan (1996), debido a que la persona ya no estaba obligada a imaginar y recrear completamente el personaje de la potencial pareja, sino que ahora ya podía asignarle una apariencia y una personalidad, aun si éstas son las que dicen ser en los perfiles y requieran validación.

Pasaron los años y en 1996 Kremen perdió Match.com quedándose con tan solo 50 mil dólares, una cantidad pequeña considerando que ahora es una empresa multimillonaria (Kauflin, 2015). Desde su inicio hasta la actualidad, la empresa ha continuado con un crecimiento constante hasta convertirse en una multimillonaria de referencia y uno de los sitios más visitados de Internet. Durante 15 años su crecimiento fue continuo (FoxBusiness, 2010), pero en 2012, con la creación de Tinder, encontró una competencia importante porque la estructura sobre la cual funcionaba operaba de manera distinta, por geolocalización, así como a través de una interfaz muy visual y de uso sencillo. A pesar de ello, Match.com siguió asumiendo su posición de liderazgo y de referencia como página de citas.

Además de Match.com, podemos encontrar otras páginas con funciones similares como eHarmony, OKCupid, PlentyOfFish y ahora aplicaciones como Tinder que, en apariencia, compiten por los mismos servicios. Si bien cada una tiene sus diferencias, es importante señalar que todas ellas forman parte de un mismo grupo, Match Group, una compañía de Estados Unidos que es dueña de todas estas marcas desde 2015 para formar una gran empresa que administre los servicios de citas mediadas por Internet. Los ingresos y suscriptores de Match

Group, a través de sus distintas marcas, hacen evidente el gigante en el que se ha convertido, un reflejo del deseo de las personas por encontrar pareja y del estigma que poco a poco va disminuyendo sobre el uso de estos medios para lograrlo.

El acceso a estas páginas suele ser gratuito, pero muy limitado. En algunos casos, el usuario sólo puede mantener una interacción superficial con otros perfiles, pero no enviar mensajes, sino *toques* hasta que pague. En otras páginas, como también en aplicaciones –Happn, por ejemplo–, se da preferencia a las mujeres: ellas tienen liberadas algunas de las funciones principales de estos servicios en el plan básico y gratuito con la intención de motivar su ingreso a la aplicación porque se mantiene la misma justificación que había anticipado Gary Kremen, creador de Match.com, de que el público objetivo más valioso es el de las mujeres y que teniéndolas a ellas, se tendrá al público de hombres. La medida puede acusarse de sexista, pero estratégicamente ha funcionado. Por otra parte, otras aplicaciones intentan empoderar a las mujeres en el uso de las aplicaciones para citas otorgándoles mayor control sobre con quiénes conversar y con quiénes no, como es el caso de Bumble.

La mayoría de la población en estos sitios son hombres y considerando que son servicios que no pueden funcionar sin la contraparte de las mujeres –con excepción de aquellos que sí tienen una apertura a usuarios homosexuales, aunque en la primera década de estos sitios el tabú al respecto era mucho más presente y fuerte–. Por otra parte, las mujeres son quienes han tenido una mayor reserva sobre ingresar por el temor a ser engañadas o a ser estigmatizadas socialmente como *fáciles* debido a los roles de género que socialmente se les asignan –muchas veces propiciados por ideales del amor romántico–. Por estos motivos, no ha sido fácil convencerlas de ingresar a estos sitios ya que pueden sentirse vulneradas ante una posibilidad supuesta de ser juzgadas (Ver p. 496) algo que cabe aclarar que no es exclusivo de las mujeres, pero sí puede ser más frecuente. Esto varía en diferentes países y culturas, pero en general puede revelar un machismo que persiste y se hace visible a través de esta representación.

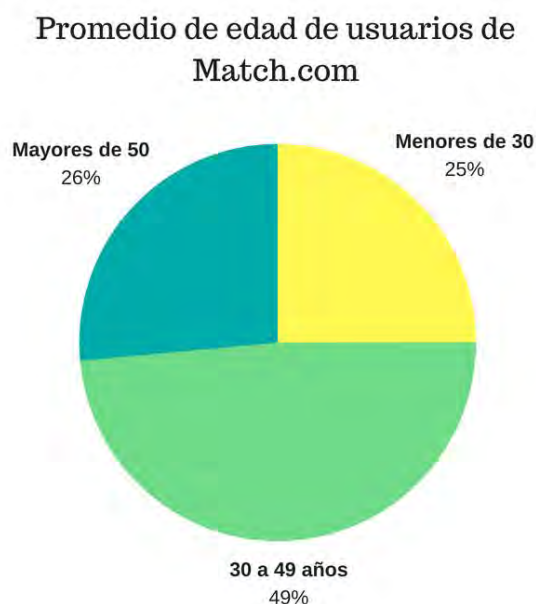
En el caso de Match.com, como la mayoría de las páginas para citas, es gratuito acceder y ver perfiles, así como crear el propio, como el sitio incita, pero para poder interactuar con la pareja potencial deseada, es necesario pagar. El mayor problema no sólo es pagar, que es un gasto importante al mes, sino que al pagar y poder enviar mensajes a la otra persona, no se sabe si la



otra persona ha decidido no contestar por desinterés o porque no tiene el servicio de paga y no puede responder el mensaje.

Para comprender la magnitud del impacto de las páginas Web para citas, podemos observar que de acuerdo con el reporte de las investigaciones de Pew en Estados Unidos, en 2004 consiguieron un total de 470 millones de dólares en comparación con 40 millones obtenidos en 2001 (Madden & Lenhart, 2006). El crecimiento fue exponencial e inesperado, pero a partir de ahí y de observar el éxito que tenían estas páginas y de la normalidad que se empezaba a formalizar alrededor de éstas, anticiparon ingresos mayores. Para 2007 ya eran cerca de 900 millones de dólares (Business Wire, 2007).

Match, como página web, o ahora también como aplicación móvil para citas, puede aparentar haber perdido importancia en la última década frente a su competencia, pero no es así: en realidad se debe a que se dirige a un público de mayor edad, mientras que sus números indican un uso todavía muy elevado. Su trascendencia es destacable ya que marcó un parteaguas en la manera de relacionarse con personas y buscar pareja. La siguiente tabla, creada a partir de datos oficiales publicados por Match.com, muestra a la población de usuarios organizados por rango de edad.



Gráfica 1. Promedio de edad de usuarios de Match.com. Diseño propio (Match.com, 2018)<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Datos extraídos de <http://match.mediaroom.com/index.php?s=30442>

Como se puede observar, casi la mitad de la población de usuarios está entre los 30 y 49 años, una proporción muy alta considerando que se piensa que lo más común es que sean los más jóvenes quienes utilicen aplicaciones para ligar. Se sugiere que una explicación sería que muchos de éstos son usuarios desde la primera década de Match.com, que algunos de ellos iniciaron en sus veintes y ahora están entre los cuarenta y cincuenta años de edad. Match.com, como las otras páginas para citas, reconoció que el futuro estaba en las aplicaciones móviles y no en las páginas web, así que creó una aplicación paralela al uso de la página para llegar a una mayor diversidad de usuarios. De acuerdo con la información proporcionada por la empresa, otros datos relevantes sobre las características sociodemográficas de la población de usuarios es que el 74% está cursando la universidad o ya la terminó, el 67.5% no fuma, el 46% no tiene hijos, pero el 23% los tiene, aunque sólo algunas veces están en su casa y el 21.6% también tiene hijos, pero no viven con ellos (Match, 2018). Otro dato revelador acerca del usuario general de Match.com es que la población que más crece es la de aquellos que son mayores de 50 años (2018), algo que se puede entender también debido a lo grande que es aquella de quienes están en sus cuarentas.

Gran parte de la información disponible sobre parejas que se conocen desde plataformas digitales viene de estudios en Estados Unidos como el de Pew Research Center o investigaciones de universidades, pero en México todavía falta recolectar más información para conocer el estado actual en el que se encuentra este fenómeno. A pesar de que los datos ofrecidos resultan significativos para comprender el imaginario en el cual están insertos los sujetos, es necesario considerar las diferencias culturales que existen, por ejemplo, entre México y Estados Unidos o México y países europeos en relación con el uso de aplicaciones para encontrar pareja, lo que implica tener una pareja que se conoció en estos espacios, la concepción sobre el sexo y el matrimonio –que no sólo varía entre México y estos países sino también dentro del mismo país–. No quiere decir que las estadísticas generadas fuera de México sean inútiles, sino que recuerda la gran diversidad social y cultural que se debe tener presente, así como la importancia de continuar descubriendo qué sucede en países hispanoparlantes donde los estudios todavía son pocos y la mayoría de ellos son de mercado.

El éxito de estas páginas se debe a que muchas personas encontraron ahí la posibilidad de conocer parejas potenciales o encuentros sexuales más allá de las limitaciones de su círculo inmediato, pero también porque cambió la percepción que se tenía sobre las mismas. Si bien el estigma continúa, cada vez es menor. No obstante, esto no implica que las relaciones que inician

en estas páginas terminan en matrimonio: de acuerdo con un estudio de Pew Research Center, en Estados Unidos, el 5% de los matrimonios se conocieron desde alguna plataforma digital a pesar de que 20% de los estadounidenses encuestados indicaron usar estas plataformas para conocer personas, algo que indica que todavía son pocos los casos que terminan formalizando la relación con un matrimonio (Smith & Anderson, 2016). Aun así, a pesar de que el 5% refleje que la gran parte de la población no utiliza estas plataformas para encontrar matrimonio, son datos significativos porque una década atrás era todavía mucho menor e incluso era acusado socialmente como mal visto.

Las estadísticas siempre debemos de tomarlas como indicadores de tendencias y situarlas en el contexto espacio-tiempo social en el que fueron obtenidas. Este 5% es todavía una población pequeña, pero significativa, e indica una realidad. No obstante, existen otras fuentes que presentan datos distintos. Una de ellas es la investigación dirigida por John Cacioppo<sup>22</sup> sobre los matrimonios que comienzan desde plataformas online. En este proyecto, su equipo trabajó con una muestra de 19,131 personas que conocieron a sus parejas tanto vía offline como online – quienes lo hicieron online tenían una edad mayor, en promedio de 30 a 39 años– y que se hayan casado entre 2005 y 2012 (Cacioppo, 2013). Los resultados obtenidos indicaron que el 35% se conoció vía online, un número significativamente superior al del estudio mencionado anteriormente que indicaba que tan sólo el 5% de los matrimonios se conocieron por estos medios (Smith & Anderson, 2016). De quienes se conocieron a través de medios digitales, el 45% lo hizo a través de páginas para citas. Una conclusión interesante, contrastante con la representación social que se tiene sobre este fenómeno, fue que los matrimonios que se conocieron online son más felices y tienen menos divorcios que los presenciales (Cacioppo, 2013).

Estos datos son reveladores para tener una mejor comprensión del fenómeno, pero como señalaba, es necesario situar los resultados en un contexto e interpretación correcta. Los resultados están también condicionados por el método utilizado (Snee, et.al., 2016; Rogers, 2013), que en este caso fue enviar un e-mail a una muestra de más de 471 mil personas en uSamp. De ese total, participaron 19,131 personas. También se debe de considerar que se realizó

---

<sup>22</sup> Psicólogo y director del Center for Cognitive and Social Neuroscience en la Universidad de Chicago.

exclusivamente a través de cuestionarios online y hubo muy poca interacción con los encuestados. Asimismo, el estudio de Cacioppo fue acusado de no ser imparcial ya que fue financiado con 130 mil dólares por eHarmony, una de las páginas de citas online más famosas, así como también señalar que un investigador de esta compañía es uno de los autores del proyecto dirigido por Cacioppo. Se acusa que se tergiversaron los resultados para favorecer a eHarmony (Jayson, 2013), pero el sociólogo de la Universidad de Stanford, Michael Rosenfeld, indicó que los resultados le parecen razonables. En un estudio dirigido por él, publicado por la *American Sociological Review*, encontró un 22% de matrimonios que se conocen vía online – señalando que, como es de anticiparse, tan solo desde 1990 y antes de esta fecha el porcentaje era de 0%– y que tienen mayores probabilidades de tener éxito que quienes se conocen de manera presencial (Rosenfeld, 2012). Al respecto, Rosenfeld concuerda con Cacioppo en que el hecho de que los involucrados conozcan de antemano que existe un interés mutuo, que fueron elegidos entre una gran diversidad de personas y que comparten diversos gustos comunes, ayuda a que la relación se consolide.

A pesar de concordar en algunos de los resultados y de señalar que su colega es muy reconocido en el campo, Rosenfeld cuestiona el método usado por Cacioppo y el sesgo que pueden generar los cuestionarios online si no se justifica bien el método (Jayson, 2013). Lo que no se puede cuestionar es que los matrimonios de parejas que se conocieron en páginas y aplicaciones para citas están en aumento. Los datos pueden variar dependiendo de la región y del periodo en que se realicen los estudios, pero una constante que permanece es la tendencia hacia una normalización como representación social manifestada en su uso y en el aumento de parejas que se formalizan a través de estos espacios, independientemente de que terminen en matrimonio o no. Como se revisará en el capítulo 2 con mayor detalle, el estigma estaba presente con mayor notoriedad en la década de 1990 y del 2000, una afirmación relevante si consideramos que aquellos jóvenes y adultos de 25-40 años, por ejemplo, ahora tienen entre 32-47/ 52-67 años. ¿Por qué es esto relevante? Porque la gran mayoría actualmente ya estarán casados y forman parte de una población que no es el público ideal de las páginas y aplicaciones de citas online, a pesar de que el uso en esta población, 55-64 años, se ha duplicado (Smith, 2016). Su verdadero objetivo son los jóvenes de 18 a 35 años, jóvenes y adultos emergentes para quienes ese estigma tiene un significado mucho menor, tal vez fortalecido por sus propios padres, pero que en la práctica cobra un sentido diferente (boyd, 2014). Su relación con y a través de la tecnología fue

distinta. Muchos de ellos la incorporaron desde que eran niños y adolescentes para relacionarse con sus amigos e incluso parejas (Lenhart, Anderson & Smith, 2015).

El crecimiento de estas páginas es notable y continuo desde 1995, aunque ahora se enfrentan a las aplicaciones móviles que ganan terreno en la competencia de servicios para concretar encuentros entre personas online, y aunque la mayoría crearon aplicaciones móviles para competir con ellas, su éxito ha sido moderado, sobre todo en tanto a una intención por llegar a nuevos usuarios jóvenes. Algunas de las más importantes son Match.com, eHarmony, Plenty of Fish y OKCupid. A pesar de ser páginas similares e incluso de que algunas forman parte de una gran empresa, Match Group, existen diferencias importantes en las características del servicio que ofrecen a los usuarios. Es necesario tener en consideración que todas estas páginas para citas ahora ya tienen también una aplicación móvil; no obstante, se presentan y analizan por separado debido a que durante los primeros años fueron estrictamente páginas web para citas.

	Match.com	eHarmony	Plenty of Fish	OkCupid
<b>Página para citas</b>	Match.com <sup>23</sup>	eHarmony.com	Pof.com	Okcupid.com
<b>Origen</b>	Estados Unidos 1995	Estados Unidos 2000	Canadá 2003	Estados Unidos 2004
<b>Empresa</b>	Match Group	Privada. Principales inversores: Sequoia Capital y Technology Cross Ventures	Comprado por Match Group en 2015 por 575 millones de dólares	Comprado por Match Group en 2011 por 50 millones en efectivo más los futuros bonos <sup>24</sup> .
<b>Estadísticas relevantes</b>	Más de 92 millones de usuarios en 2013  275 empleados  38 idiomas  Crecimiento de 22% de 2015 a 2016 (Datingsitesreview.com, 2016)	En promedio, 438 personas se casan por día en Estados Unidos tras haberse conocido en eHarmony.  Esto representaría al 4% de los nuevos matrimonios <sup>25</sup> .  Más de 20 millones de usuarios registrados y responsable por 565 mil matrimonios, de acuerdo con estadísticas del sitio.	Más de 3 millones de usuarios al día.  Dice ser el sitio para citas más grande ( <a href="http://www.POF.com">www.POF.com</a> )  2.5 millones de usuarios mantienen conversaciones a diario, pero en la aplicación móvil, no en la página web.	10 millones de usuarios desde 2012, sólo 1 millón está activo <sup>26</sup>  Más de 1 millón de descargas de la aplicación por semana  7.3 millones de mensajes por día  Aumentaron mujeres en un 20% en la app de OkCupid (DatingSitesReview, 2018)
	Match.com	eHarmony	Plenty of Fish	OkCupid

<sup>23</sup> Match.com, a diferencia de otras páginas y aplicaciones, hizo algunos de sus datos de acceso público, sobre todo en relación con algunas características de la población de usuarios en <http://match.mediaroom.com/index.php?s=30442>

<sup>24</sup> Match lo compró por el público joven al que se acerca y al que no llega con Match.com. Nota consultada el 3 de abril del 2017 en TechCrunch en: <https://techcrunch.com/2011/02/02/match-com-acquires-online-dating-site-okcupid-for-50-million-in-cash/>

<sup>25</sup> Estadísticas proporcionadas por eHarmony. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en la página oficial del sitio: <http://www.eharmony.com/>

<sup>26</sup> De acuerdo con Dating Sites Review en <https://www.datingsitesreviews.com/staticpages/index.php?page=OkCupid-Statistics-Facts-History>

<b>Público al que se dirige</b>	<p>25% menores de 30 años 48.6% entre 30-49 años 26.5% mayores de 50 años</p> <p>Su principal público no son los más jóvenes a diferencia de otras páginas y aplicaciones para citas.</p>	<p>Público diverso, pero hace énfasis en que también se dirige a formar parejas homosexuales, sean hombres o mujeres.</p>	<p>Todo público, pero especial atención a los jóvenes.</p> <p>A pesar de ello, el promedio de edad de los usuarios es de 30 a 40 años<sup>27</sup>.</p>	<p>A pesar de que no está restringida, su público objetivo son los jóvenes.</p>
	<p>Su intención principal es lograr que los usuarios encuentren a su pareja perfecta de acuerdo con sus intereses con la posibilidad de formalizar relaciones que terminen en matrimonios.</p>	<p>Conocer personas de todas las edades, razas y religiones.</p> <p>En un principio no permitía con personas del mismo sexo, hasta que recibieron amenazas de denuncias y se aliaron con Compatible Partners para ser un servicio inclusivo.</p>	<p>Lograr que el usuario encuentre “una relación estable y duradera” (Plenty of Fish, 2017).</p> <p>Te indica cuáles son tus necesidades emocionales.</p>	<p>Llevar al usuario bajo la superficie de otras apps para mostrar al <i>verdadero tú</i> y conectarle con personas similares.</p>
	<p>“Tú próximo encuentro empieza aquí”.</p>	<p>“<i>Beat the odds, bet on love</i>” [Vence las expectativas, apuesta por el amor].</p>	<p>“Tiene más citas, más relaciones, más visitas que ningún otro sitio de citas en línea”.</p>	<p>“<i>Substance, not just selfies</i>” [Sustancia, no sólo selfies]</p> <p>Propuesta: Contra la aparente superficialidad de otras páginas.</p>
<b>Objetivo</b>				
<b>Eslogan</b>				

<sup>27</sup> De acuerdo con Dating Sites Reviews: <https://www.datingsitesreviews.com/article.php?story=plenty-of-fish-launches--conversation-powers--to-keep-users-talking>

Costo	<p>Gratis, aunque esta versión restringe hacer cualquier contacto.</p> <p>El pago más corto es por tres meses y tiene un precio de 27.99 dólares al mes.</p>	<p>Gratis, pero limitado. 26.95 dólares al mes (2017).</p>	<p>Gratis, pero limitado. 9.80 dólares al mes, uno de los más accesibles (2017).</p>	<p>Gratis, aunque hacer un uso completo de la página o aplicación tiene un costo:</p> <p>19.95 dólares al mes (2017).</p>
	Match.com	eHarmony	Plenty of Fish	OkCupid
Características distintivas	<p>Primero define ampliamente el perfil del usuario, gustos, intereses y las características de la persona ideal que desea conocer antes de presentarlos.</p> <p>De acuerdo con Match Media Room, más de 20 millones de niños han nacido a partir de que sus padres se conocieron a través del sitio en los últimos 20 años.</p>	<p>Utiliza un modelo de 29 dimensiones para juntar a las personas con base en compatibilidad</p> <p>Especial atención en remarcar la protección por la privacidad de sus usuarios</p> <p>Permite ver el grado de compatibilidad con la otra persona.</p>	<p>Funciona a través de un “Test de Química” para encontrar a la persona adecuada. Mide cinco dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Auto-confianza</li> <li>b) Orientación familiar</li> <li>c) Auto-control</li> <li>d) Dependencia social/apertura</li> <li>e) Fácil de llevar</li> </ul> <p>Asegura generar más conversaciones que su competencia.</p> <p>Poco control sobre los contenidos de los perfiles, algo que puede ser negativo.</p>	<p>A diferencia de otros, como Match.com, el contacto con los otros es más directo y con menos trámites, menos personalizado, que también podría comprenderse como menos comprometido.</p>

Cuadro 1. *Comparación de características de las principales páginas para citas online.* Elaboración propia.

La tabla anterior muestra algunas de las características que comparten y distinguen a algunas de las páginas para citas más importantes. Es destacable el esfuerzo de Match Group por comprar a la competencia, así como la necesidad de ser más inclusivos con la diversidad de género y de preferencias sexuales, como fue el caso de eHarmony que no ofrecía la posibilidad y ahora, tras



la presión, lo ha incluido, así como un intento continuo por ser más amigables con las mujeres (DatingSitesReview, 2018), uno de los públicos que generan mayor influencia si desean tener éxito.

Estos sitios para citas fueron creados desde hace 23 años –el más reciente hace 14–; por ello, la población a la que se dirigían originalmente es distinta de la actual. En un principio estos usuarios podrían denominarse como inmigrantes digitales<sup>28</sup>, aunque un tanto forzados, como lo eran la mayoría de los usuarios de Internet, porque recién comenzaba a desarrollarse la Web 2.0 y las redes sociodigitales que abrieron una puerta hacia nuevos escenarios de interacción. La primera generación de usuarios ya es mayor de 40 años y por ello en algunos casos puede haber contrastes con la población de los más jóvenes de las aplicaciones móviles para citas con mayor reconocimiento. Muchos de los jóvenes a los que se dirigen estas páginas, como OkCupid, o aplicaciones, como Tinder y Happn, son nativos digitales<sup>29</sup> (Prensky, 2001; boyd, 2014), aquellos que nacieron durante el auge de las redes sociodigitales y su extensión hacia diferentes ámbitos de la vida social cotidiana.

Match.com y las otras páginas para citas online han tenido que adaptarse a un público más joven, o comprar a la competencia que se dirige a ellos –como ocurrió con varias empresas que fueron adquiridas por Match Group–. Como lo indica la tabla, algunas de estas páginas se quedaron con un público objetivo mayor a 30 años ya que no pudieron cautivar a los más jóvenes a pesar de haberse adaptado a las aplicaciones móviles, mientras que éstas dominan el mercado de los jóvenes de 18 a 30.

---

<sup>28</sup> El término *inmigrantes digitales* se utiliza para referirse a las personas que nacieron antes de la década de los 90 y del acelerado desarrollo de las TIC y que tuvieron que incorporar y adaptarse al uso de los medios digitales. En contraste, los *nativos digitales* son quienes nacieron durante y después de este episodio.

<sup>29</sup> A pesar de que la denominación de “nativos digitales” se refiere a los jóvenes que nacieron en un periodo de auge tecnológico, es imprescindible recordar que el acceso a estos recursos, así como su experticia es muy desigual en algunos países, México uno de ellos.

	Tinder	Happn	Badoo	Bumble	Grindr
Creación	Septiembre 2012 Estados Unidos	Enero 2014 Francia	Noviembre 2006 Rusia	Diciembre 2014 Estados Unidos	Marzo 2009 Estados Unidos
Fundadores	Sean Rad, Jonathan Badeen, Justin Mateen, Joe Munoz, Dinesh Moorjani y Whitney Wolfe*.	Didier Rappaport, Fabien Cohen y Antony Cohen.	Andrey Andreev**.	Whitney Wolfe* <sup>30</sup> y Andrey Andreev**.	Nearby Buddy Finder
Usuarios	(Aproximado) Más del 50% tiene entre 18 y 24 años, mientras que el 85% tiene entre 18 y 34 años <sup>31</sup> .  En total se estiman 50 millones de usuarios de los cuales 10 millones están activos diario.	La mayoría de los usuarios son de Europa, aunque tiene descargas en todo el mundo.  Ése es su problema más importante en algunos países: al funcionar obligatoriamente por geolocalización y con la cercanía	Más de 394 millones de usuarios (Badoo, 2018).	30 millones de usuarios registrados (Crook, 2018).  El 72% de usuarios son menores de 35 años (Sola, 2017).  Hasta 2018, cuenta con un promedio de 3.6 millones de usuarios activos	3 millones de usuarios activos diarios.  27 millones de usuarios totales hasta 2017 (Dating Sites Reviews, 2017).  De acuerdo con Grindr.com, el 75% son de la <i>generación</i> Z o millenials.

<sup>30</sup> Whitney Wolfe fue cofundadora de Tinder, pero en 2014 abandonó Tinder y demandó a la empresa por discriminación y acoso sexual (Frankel, 2015). A partir de esto, y con el apoyo de su colega y fundador de Badoo, Andreev, quien ayudó a financiar y crear la aplicación, lanzaron la aplicación que se caracterizó por empoderar a las mujeres al momento de decidir con quién emparejarse e iniciar una conversación, motivo por el cual se le suele denominar el *Tinder feminista*.

<sup>31</sup> Tinder no revela datos oficiales, pero un representante de la empresa respondió con estos datos a un estudio que aseguraba que, tras encuestar a 47,000 personas, la población de Tinder estaba repartida de la siguiente manera: 38% - 16-24 años, 45% de 25 a 34 años, 13% de 35 a 44 años, 3% de 45 a 54 años y 1% de 55 a 64 años. Hay una diferencia, aunque no es tan grande. Asimismo, este mismo estudio de GlobalWebIndex indicó que el 30% de los usuarios que respondieron ya estaban casados (Dredge, 2015).

		con otros usuarios, si hay pocos, no se puede explotar su potencial.		diarios (Kimball, 2018).	
<b>Características distintivas</b>	<p>Con un desliz a la izquierda se descarta a la persona, con uno hacia la derecha se indica interés. Si ambas se atraen, pueden comenzar a chatear.</p> <p>Opera asociado con Facebook, Instagram y Spotify para extender el perfil de cada usuario y la compatibilidad con otras personas.</p> <p>Super Like, Super Likeable y el Passport son algunos de sus más importantes atractivos, aunque algunos son de la versión de paga. (Ver p. 586)</p>	<p>Para quienes creen en el amor a primera vista, Happn da una segunda oportunidad de conocerse a personas que se gustaron de vista, pero no conversaron.<sup>32</sup></p>	<p>Se trata de un híbrido. Una de las páginas para citas más famosas del mundo, pero que ahora ha crecido mucho como aplicación móvil.</p> <p>Uno de sus nuevos recursos de gran atractivo es la función de Lookalike a partir del reconocimiento facial.<sup>33</sup></p>	<p>Bumble funciona de manera casi idéntica a Tinder con una diferencia importante: las mujeres tienen que iniciar la conversación y si no lo hacen en las primeras 24 horas, se pierde el match.</p> <p>85% de sus empleados son mujeres (O'Connor, 2017).</p> <p>Una nueva función permite buscar amigos y conexiones profesionales.</p>	<p>Es la aplicación móvil para citas gay más importante.</p> <p>Es una aplicación con una orientación más sexual que las otras mencionadas.</p> <p>A diferencia de Tinder y otras aplicaciones con restricciones estrictas en las fotografías, en Grindr hay más libertades ya que, además, se pueden enviar fotografías a otros usuarios, muchas veces de índole sexual.</p>

<sup>32</sup> Happn actúa a partir de la geolocalización al igual que las otras apps, pero le da mayor importancia: muestra a las personas con las que se cruzó el usuario, las veces que se han cruzado, el lugar aproximado donde se encontraron y la distancia a la que se encuentra actualmente.

<sup>33</sup> *Lookalike* le permite a los usuarios de Badoo buscar personas que sean físicamente parecidas a celebridades, artistas, deportistas, políticos u otros: <https://badoo.com/lookalikes/>

<b>Estadísticas de uso</b>	24% de los usuarios utilizan un servicio de paga para mejorar sus posibilidades. (Global Web Indez)	En marzo de 2014 tenía 40,000 usuarios (Dillet, 2014) activos y en 2016 alcanzó los 10 millones (Roof, 2016).	La revista <i>Wired</i> destacó que Badoo se había convertido en un fenómeno masivo en 2011 en Brasil con 14.1 millones, México con 9 millones, Francia con 8.2 millones, España con 6.5 millones e Italia con 6 millones de usuarios (Rowan, 2011).	EEUU tiene la población más grande de usuarios con 4,258,056 hasta julio del 2016. 12% de sus usuarios han iniciado una relación formal y 3% se han casado (Rushton, 2012).  Dice ser responsable de 5000 matrimonios (Sola, 2017).	Tiene 2 millones de visitas diarias.  Su mayor popularidad es en Estados Unidos, pero está seguido por Reino Unido, México, Brasil y luego Francia (DatingSitesReview, 2016).

Cuadro 2. *Comparación entre aplicaciones para citas*. Elaboración propia.

Esta tabla permite tener una aproximación general a algunas de las aplicaciones móviles para citas más famosas y poder comparar la relación que tienen entre sí. Algo que tienen en común es que todas han crecido y que, como ellas, hay muchas más, todas operando a partir de una dinámica de simplificación para elegir si una persona le atrae o no. La diversidad de aplicaciones, el uso cotidiano y normalizado de redes sociodigitales y el aumento en el número de usuarios de aplicaciones para citas está provocando una reducción en el estigma hacia este recurso. El contexto ha cambiado y es preciso entender cómo lo ha hecho para comprender el éxito de Tinder y cómo se ha colocado como uno de los medios digitales más famosos en todo el mundo para encontrar pareja.

## 1.2 La revolución de las relaciones online en Tinder

Se están produciendo diferentes formas de comunicarse, ¿pero en qué medida podemos plantear que realmente estamos frente a una nueva forma de comunicación? ¿Realmente se está *revolucionando* la manera de relacionarse con otras personas a través de los medios digitales utilizados? Emplear la palabra *revolución* para referirse a diferentes formas de conocer parejas potenciales a través de medios digitales puede ser polémico, pero quizás justo.

En un primer momento, esta revolución implica un cambio significativo en relación con un estado anterior, que en este caso es el paso de las interacciones exclusivamente presenciales hacia la posibilidad de crear encuentros y relaciones, con la intención que sea, que inician en una mediación conducida por un dispositivo electrónico que acerca lo lejano, reconfigura el sentido del espacio-tiempo en relación con la otra persona y que facilita la relación con desconocidos, posibles parejas.

La segunda y actual revolución que se analiza en esta tesis es la de las aplicaciones móviles para citas, una transformación en la manera de buscar y conocer personas que inició en 2012 con la creación de Tinder. En el primer caso, mencionado anteriormente, es evidente la transformación que implicó el surgimiento de páginas para citas online como una opción complementaria de la presencial, de conocer personas cara a cara en situaciones cotidianas. En cuanto a Tinder y otras aplicaciones móviles para citas que se desarrollaron como Hinge, Bumble, Happn y Grindr, entre otras, también adquieren una connotación de revolucionarias porque reinventaron la manera en la que se contacta a la pareja potencial y agregaron un elemento fundamental que facilitó e incrementó el sentido de realidad a la búsqueda de pareja: la geolocalización que aumenta percepción de realidad, así como la facilidad de su uso para indicar si existe atracción o no con la otra persona a partir de deslizar el dedo hacia la derecha o izquierda sobre los perfiles de los otros usuarios. Asimismo, se les puede etiquetar como partícipes en la revolución sexual debido a que han ayudado a fomentar el desarrollo de subjetividades y libertad sexual.

Esta segunda revolución, y en Tinder en particular, simplifica el ligue y el coqueteo, pero también los modos del rechazo. Permite ganar un mayor grado de certeza con respecto a las personas que están buscando pareja y abrir nuevos canales para conocerlas independientemente del lugar en el que vivan, aunque también resaltando la veracidad de su existencia al situarlos a una

distancia aproximada del usuario y la posibilidad de corroborar o extender su identidad a partir de la relación con otras redes sociodigitales como Instagram y Facebook que tienen convenio con Tinder. Asimismo, implicó un nuevo reto, el de superar el estigma en el que estaban inmersas las páginas para citas online como Match.com, eHarmony y otras similares.

Durante la primera década del 2000, con el auge de la llamada Web 2.0 o Web Social<sup>34</sup>, el desarrollo de las redes sociodigitales y de los primeros teléfonos inteligentes, las páginas para citas comenzaron a desarrollar versiones para teléfono, aplicaciones móviles de las mismas empresas que les permitían llegar a un público más amplio empleando otros dispositivos. A pesar de ello, el medio no agregaba nada significativo a la aplicación, en general era una réplica de lo que había en la versión web. Asimismo, desde mediados de esta década, comenzaron los intentos por crear sitios para citas online que funcionaran con geolocalización, como es el caso de SmallPlanet (Kim, 2005) que operaba en un rango de 30 pies de distancia de la persona que utilizaba el teléfono móvil con la aplicación. El problema de estas primeras aplicaciones fue la difusión comercial, así como las limitaciones de la tecnología de los dispositivos tenían en ese entonces.

En noviembre del 2012 comenzó una nueva era para las relaciones online con la creación de Tinder. Es una aplicación que fue desarrollada por Sean Rad, Jonathan Badeen y Justin Mateen, principalmente, aunque también con el apoyo de Ramón Denia, Joe Muñoz, Dinesh Moorjani, Chris Gylczynski y Whitney Wolfe. Rad y Mateen eran compañeros en la Universidad del Sur de California [USC] desde donde comenzaron a planear proyectos para desarrollar juntos, uno de ellos Orgoo, una compañía que inició Rad durante su primer año en la universidad. Tras haber dejado incompletos sus estudios universitarios, Rad se une a IAC, Match Group, la compañía que controla las empresas más importantes para crear citas online, y conoce a Jonathan Badeen con quien junto con Mateen crea Cardify, una aplicación para ventas que funciona por

---

<sup>34</sup> Tim O'Reilly acuñó el término Web 2.0 (O'Reilly, 2005) en una conferencia para referirse a un cambio estructural y de sentido en la Web: de tener una lógica principalmente vertical en la que el usuario se limitaba a consultar contenidos adoptando un rol pasivo, ahora se creó una relación más horizontal en la que el usuario se convierte en un prosumidor, esto es, tanto produce, como consume contenidos, adoptando un rol activo. Este giro en los roles de los usuarios se debe a la proliferación de redes sociodigitales que abrieron canales de interacción con los usuarios, una lógica que se extendió más allá del mero entretenimiento para poder tener retroalimentación e intentar generar que se sientan parte de la creación de contenidos. Estos cambios se hicieron todavía más claros con la creación de Facebook y posteriormente de Twitter, dos espacios en los que la participación activa y continua del usuario es básica.

geolocalización (Crook & Escher, 2015). A pesar de que anticipaban éxito en este proyecto, decidieron venderlo y comenzar a trabajar en una aplicación que actuara como mediadora entre las personas que buscaran pareja, Tinder.

El nombre de Tinder llegó como una segunda opción. En un primer momento, Rad, Badeen y Mateen consideraron llamarlo Matchbox, un nombre que remite al exitoso Match.com y que se refiere a la idea de hacer match, es decir, de interesarle a otra persona como posible pareja. La segunda y definitiva idea fue Tinder, un nombre al que llegaron a partir de buscar palabras en el diccionario que remitieran a fuego y concluyeron ésta, que se refiere a un material muy seco que se incendia con facilidad, como madera o vegetación seca, sería la ideal, y es por este motivo que el logotipo es una llama, una idea que pretende incentivar que al utilizar la aplicación se puede generar calor, fuego, una chispa al hacer conexión con otra persona (Schoups, 2016).

En noviembre del 2012 se hizo oficial el lanzamiento de Tinder y es probado en el campus de la Universidad del Sur de California donde la mayoría –el 90% de los primeros usuarios– eran estudiantes de entre 18 y 24 años edad (Crook & Escher, 2015). El comienzo de Tinder fue similar al de Facebook, en una universidad, en un grupo local donde se producían las primeras prácticas que funcionaban como una prueba para valorar qué cambios y ajustes se le podrían hacer a la aplicación. Los primeros usuarios comenzaron a utilizarlo y recomendarlo, de manera que a los pocos meses su crecimiento comenzó a ser exponencial y a volverse popular sobre todo entre jóvenes, pero cada vez menos limitado a este grupo de edad. En 2013 llegó a Android y en 2014 adquirió mayor popularidad por el uso que tuvo en los Juegos Olímpicos de Sochi, Rusia, y en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, Brasil, en 2016, así como recientemente en el mundial de fútbol soccer en Rusia 2018, eventos de reconocimiento mundial que atrajeron la atención mediática sobre Tinder.

El impacto de Tinder en los Juegos Olímpicos y su aparición en la prensa internacional es un elemento fundamental para comprender los cambios en la representación social de la aplicación y el estigma que ha ido disminuyendo. La aceptación pública del uso de Tinder por parte de atletas y personajes reconocidos tiene posiblemente un doble impacto: a) le recuerda a los usuarios que aquellos atletas o celebridades a quienes admiran están en la misma red social que ellos y que pueden incluso contactarlos si se encuentran en un espacio común, y b) cuando personas que tienen un reconocimiento social significativo admiten usar Tinder, inmediatamente

están generando un cambio en el estigma que hay sobre la aplicación y ayuda a generar una percepción de que es correcto utilizarlo.

El temor por hacer público el uso de páginas de citas o, ahora, aplicaciones móviles para conocer personas, ha sido una constante desde 1995 pero cada vez menor porque su aprobación social e integración como una práctica común se ha extendido en años recientes como consecuencia del uso de redes sociodigitales y de la aceptación de Tinder por parte de personas o grupos con un reconocimiento social importante en las diferentes esferas de interés de los usuarios (deportes, música, política, academia, etc.). El caso de Sochi fue relevante por ser la primera ocasión en la que Tinder llegaba a medios internacionales (BBC Mundo, 2014) y en el caso de Río, cuando la aplicación ya era mucho más conocida a nivel mundial, fue muy importante por las cifras de uso y la publicidad que se generó sobre Tinder: en Villa Olímpica se incrementó un 129% su uso (El País, 2016).

Se debe tener presente que no sólo ha habido un estigma sobre Tinder y las páginas para citas en las últimas dos décadas, sino que otro estigma común en la sociedad, en este caso en México, es el del sexo que todavía es tratado como un tema tabú en distintos sectores de la sociedad. México no es el único caso, sino que en mayor o en menor medida hablar del sexo de manera abierta es inusual en varios países del mundo por diversas cuestiones culturales –como se analizará en el siguiente capítulo en el apartado del estigma en redes sociodigitales–. Con esto en consideración, la normalización de las redes sociodigitales de la última década, así como la consecuente apertura sobre una gran variedad de tópicos –incluso aquellos que podrían haber sido considerado tabú– ha reducido la percepción del estigma, como lo plantea Paula Sibilía (2008), el paso de una intimidad hacia una eximidad, a exteriorizar lo privado porque ésta es una era donde se premia la visibilidad y en la que cualquiera tiene potencial de convertirse en una celebridad. La intimidad del espectáculo (Sibilía, 2008) no sólo ha modificado las redes sociodigitales, sino que está generando cambios en la manera en la que nos relacionamos fuera de ellas (Carr, 2010).

En este contexto, los Juegos Olímpicos son uno de los eventos en donde más sexo casual se practica, tal como lo justifica la inversión del Comité Olímpico en condones que se reparten a los atletas que participan. Ryan Lochte, nadador estadounidense que ganó tres medallas de oro entre Atenas 2004 y Pekín 2008, declaró que “entre el 70 y el 75% de los deportistas mantienen



relaciones sexuales durante los Juegos Olímpicos” (Peirón, 2012). Por otra parte, el bracista Eric Shanteau indicó que “La villa se convierte en el centro del sexo más grande en el que he estado nunca, algo salvaje” (Peirón, 2012). La práctica del sexo en periodos de actividad deportiva es común, pero no siempre conocida. En los Juegos Olímpicos de Seúl en 1988 se comenzaron a repartir condones durante el periodo de las competencias, pero sólo la modesta cifra de 8,500 totales y 30,000 cuatro años después durante los Juegos de Invierno celebrados en Albertville, Francia, en diciembre de 1992 (Allen & Varanasi, 2016). No obstante, fue en los Juegos Olímpicos de 1992 en Barcelona cuando el Comité Olímpico reconoció esta tendencia y la utilizó para concientizar acerca del uso de preservativos y la prevención del VIH con una iniciativa que consistía en repartir condones a los atletas participantes (El Mundo, 2012). Para este evento se repartieron 90,000. Esta propuesta la continuaron las siguientes organizaciones de JJOO como Atlanta –únicamente 15,000–, para después percibir un constante aumento en las siguientes: 70,000 en Sydney –aunque resultaron insuficientes y se vieron obligados a entregar 20,000 más durante el evento– (El Mundo, 2012), 130,000 en Atenas, 100,000 en Pekín y 150,000 en Londres (Allen & Varanasi, 2016).

En los Juegos Olímpicos de Londres se mediatizó el sexo durante estos eventos porque el acceso y uso de redes sociodigitales estaba mucho más normalizado y era significativamente mayor que en los anteriores. La posibilidad de informarse sobre los resultados, comentarlos, socializarlos y, de cierta manera, poder sentir ser parte de dicho suceso cambió la experiencia de los mismos. Asimismo, fue en este año cuando recibió mayor atención el sexo que se practicaba entre las competencias (BBC Mundo, 2012). Dos años después se inauguraron los Juegos Olímpicos de Invierno de Sochi en 2014 y la cifra de preservativos entregados disminuyó ya que se entregaron 100,000, pero dejó un antecedente que distingue a este evento de los anteriores: el uso de Tinder. De acuerdo con Julie Spira, experta en aplicaciones de citas, “los Juegos Olímpicos son un momento muy cargado de sexo. Los atletas son jóvenes y ahora la popularidad de estas aplicaciones ha aumentado una barbaridad” (El País, 2016), el contexto ideal para la difusión de este tipo de aplicaciones que todavía eran relativamente desconocidas y, sobre todo, aborrecidas por la población en general.

La socialización de los eventos deportivos mundiales a través de las redes sociodigitales cambia la experiencia de visualización por parte de los espectadores, pero también la experiencia vivida por los atletas ya que se encuentran en constante comunicación entre ellos y con el mundo, ya

sea a través de Facebook, Twitter e Instagram, principalmente. Con estos antecedentes y con dos años de experiencia de Tinder, la aplicación resignificó la relación entre los atletas en la villa olímpica. De acuerdo con Sean Rad, creador de Tinder, no tenían mucha actividad de la aplicación registrada en Sochi, pero desde que iniciaron los Juegos Olímpicos las cifras se multiplicaron por 400% cada día, además de que invertían 77 minutos diario revisando perfiles de los demás (Cohen, 2014). Fue tanto el éxito de Tinder en este evento que Jamie Anderson, atleta estadounidense que se llevó la medalla de oro en *snowboarding* en Sochi, indicó en una entrevista para US Weekly que “Tinder es de otro nivel. ¡En la villa de la montaña todos los que aparecían eran atletas! Son muy guapos”, indicando que la tentación de tener Tinder causaba una gran distracción por lo que decidió eliminar su cuenta (Shontell, 2014).

Los Juegos Olímpicos de Invierno de Sochi fueron un evento importante para las redes sociodigitales porque ya facilitaban una mayor interacción entre atletas y también expertos y público, nuevas formas de seguir los eventos en vivo y una mayor visibilidad sobre lo que sucedía ahí mismo más allá de lo deportivo. Todo esto generó una percepción de mayor cercanía entre el público y los atletas que seguía. Poder ver tuits que publicaban justo después de su participación genera una mayor sensación de realidad de lo que están viendo. Por lo anterior, cuando los medios comenzaron a elaborar notas periodísticas y reportajes sobre el uso de Tinder entre los atletas, la aplicación saltó y se convirtió en un tema de discusión social por la visibilidad que ganó. Al hacerse visible no sólo se hizo famosa, sino que, como mencionaba anteriormente, se comenzó a disminuir el estigma en el cual estaba inserta. Si gran parte de los jóvenes que están interactuando y revisando constantemente redes sociodigitales ven que los atletas a quienes siguen con interés utilizan Tinder, entonces se comienza a generar una normalización de su práctica en el imaginario social compartido. Éste es quizás uno de los motivos por los que el estigma en Tinder pueda estar disminuyendo, más en algunos países o regiones que en otras y, en consecuencia, alcanzando un mayor número de usuarios y matches que en años anteriores.

En 2016 se celebraron los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro entre protestas sociales y cuestionamientos sobre el uso de los recursos y desalojamiento de familias en diferentes regiones de Brasil. Si en 2014 ya había una mayor visibilidad sobre lo que sucedía detrás de los Juegos Olímpicos de Invierno, esta tendencia no hizo más que incrementar en 2016 y fue por eso que se utilizó la ocasión para hacer visibles los problemas políticos y sociales que acontecían en el país (Animal Político, 2016). La atención mediática se centró en las protestas sociales, así como

en la cuestionable calidad de algunas de las instalaciones donde se celebraron las competencias, pero también hubo un tema que generó interés en redes y que se debe de analizar y comprender en el marco de lo planteado en este capítulo: el uso de Tinder entre los atletas.

Si se considera la repartición de preservativos como un indicador de reducción del estigma hacia el sexo y, en este caso, del impacto de Tinder, entonces los datos de estos Juegos Olímpicos son muy significativos: El Comité Olímpico decidió entregar 450,000 condones y 100,000 preservativos femeninos en esta ocasión, esto es, 42 preservativos por deportista (El País, 2016). Se confirma el impacto que tuvo Tinder: de acuerdo con Rosette Pambakian, vicepresidenta de la agencia Global Communications & Branding, el uso de la aplicación se incrementó en un 129% tan solo en el primer fin de semana en Rio (Gómez Licon & Savarese, 2016). Las experiencias de algunos atletas también explican su éxito, como lo indica una entrevista que hizo Cosmopolitan al atleta estadounidense Ryan Lochte: “decidí bajarme Tinder porque escuché que fue un éxito en Sochi y pensé: ‘voy a probarlo’. Y en este momento pienso: ‘wow, esto es perfecto’” (El País, 2016), una cita que resulta aún más valiosa si consideramos que este atleta ya se había expresado acerca de las experiencias sexuales en los Juegos Olímpicos de Londres en 2012 previo al uso de Tinder, como fue citado anteriormente.

El éxito de Tinder en los Juegos Olímpicos de Rio responde a diversos motivos: en primer lugar, el éxito que tuvo en Sochi dos años atrás fue una experiencia positiva que influyó en la manera en la que la gente percibe Tinder; en segundo lugar, la cobertura que hicieron los medios digitales a través de las redes sobre el uso que hacían los atletas y las relaciones que mantenían fue fundamental, ya sea en las publicaciones que hacían los propios atletas sobre sus experiencias en Tinder a través de las redes sociodigitales, así como la manera en que algunas páginas y cuentas de redes sociodigitales especializadas generaban una difusión y mayor alcance como lo fue una página de Instagram que se volvió muy famosa porque se dedicó a subir los perfiles de Tinder de los atletas olímpicos, llamada Sportswipe<sup>35</sup>, nombre que hace referencia al *swipe*, deslizar, la función más conocida en Tinder.

---

<sup>35</sup> Sportswipe. En su descripción utilizan una cita de Forever Sports Magazine: “Tinder Athletes: One of the more unusual breakout stars from Rio 2016”. Consultado por última vez el 26 de abril del 2017 en <https://www.instagram.com/sportsswipe/>

Durante los Juegos Olímpicos celebrados en PyeongChang, en Corea del Sur, el aumento en el uso de Tinder se hizo todavía más evidente como lo indican sus números:

- Su uso se incrementó en un 348%.
- El número de deslices hacia la derecha se multiplicó un 565%.
- El número de matches se incrementó un 644% (Lusinski, 2018).

En esta ocasión Tinder ya anticipaba el impacto que tendría el uso de la aplicación, así que se decidió que Tinder Gold, la versión de pago, sería gratuita para quienes se encuentren en la región con el fin de incentivar todavía más su uso (Lusinski, 2018).

Finalmente, otro evento en el que se evidenció el interés por utilizar Tinder y que es similar al caso de los Juegos Olímpicos es el de la Copa Mundial de Rusia del 2018. Se reportó un incremento muy alto e inmediato en el uso de Tinder a partir de la segunda semana de junio en las ciudades donde se llevarían a cabo los partidos. De acuerdo con el Moscow Times (Avilov, 2018), usuarias rusas de Tinder indicaron que mientras que normalmente obtenían de 5 a 10 likes –que se convertían en match– por semana, ahora fácilmente hacían 100 en un día, esto debido a la presencia de extranjeros que llegaron a Rusia para ver los partidos de fútbol. Como son extranjeros de diversos países de todo el mundo que van por un periodo corto a Rusia, no están buscando relaciones a largo plazo, sino que utilizan Tinder para encuentros esporádicos y amistades (RT News, 2018).

En cuanto a datos de Tinder, se reportó que el uso del *Tinder* durante los Juegos Olímpicos incrementó en un 1850%. Esto permitía a las personas usar Tinder en esa ciudad, aunque no estuvieran físicamente ahí (Lusinski, 2018). También se hicieron 66% más matches durante los partidos del mundial en Rusia, así como 42% más de probabilidad de dar deslices hacia la derecha. Además, se incrementó en 24% la cantidad de usuarios que utilizaban su Tinder Passport para reubicarse virtualmente en Rusia desde su ciudad de origen e interactuar con los usuarios que se encontraban en dicha región. Quienes más reportaron un incremento en el uso del pasaporte fueron los usuarios de Estados Unidos, a pesar de que no participaron en el mundial, seguidos por Reino Unido, Alemania, España, Francia, Brasil, Suecia, Dinamarca, Bélgica e India, que tampoco participó en el mundial (Lusinski, 2018).

Por otra parte, el aumento de búsquedas de usuarios con apariencia similar a Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Sergio Ramos y Fyodor Smolov aumentó considerablemente en Badoo<sup>36</sup>, una aplicación similar a Tinder que permite buscar a usuarios que tengan una apariencia similar a la de alguna celebridad que los usuarios quieran (RT News, 2018).

Aquí se debe de considerar que el uso de Tinder en un viaje a una ciudad o país donde se tendrá una estancia breve puede afectar el comportamiento o los motivos del usuario al saber que difícilmente podrá establecer una relación sólida debido a que tendrá que interrumpirla para regresar a su ciudad de origen; por ello, y sobre todo en estos eventos que se asocian con fiesta y entretenimiento, es más común que se utilice para buscar relaciones casuales.

La actual popularidad de Tinder no se explica únicamente porque haya sido utilizado por atletas durante los Juegos Olímpicos ni tampoco por su aparición en medios masivos y medios digitales, o por el uso público que promocionan celebridades (Nauman, 2015; El País, 2015; Bang Showbiz, 2017), aunque es innegable que ha influido –sobre todo en relación con el estigma que había acerca de conocer personas a través de Internet–. Tinder crece principalmente a partir de que cada vez más personas *normales*, similares al usuario común, lo utilizan y comparten experiencias positivas, lo que motiva a que nuevos usuarios lo prueben y comiencen a utilizarlo. Por ello, no es de sorprender que la mayoría de quienes participaron en las entrevistas para esta investigación comenzaron a partir de la recomendación de amigos (Ver pp. 268-270). De cualquier manera, Tinder debe de entenderse como una colectividad, una *alucinación colectiva* (Sánchez Martínez, 2010) a partir de la suma de experiencias que construyen el sentido de la aplicación y que puede influir en el uso que se haga de ella.

---

<sup>36</sup> A mediados del 2017, la aplicación móvil para citas, Badoo, lanzó una función denominada “lookalike” que permite a los usuarios personalizar las búsquedas de los otros perfiles a partir de que las otras personas tengan un parecido con una personalidad que les atraiga físicamente.

### 1.3 Análisis de las principales características de Tinder, su estructura y alcance social

En la introducción de esta tesis se explicó de manera breve en qué consiste y cómo funciona Tinder, pero ahora, con los antecedentes previamente expuestos, es preciso analizar los componentes que tiene, cuáles son sus intenciones y qué es lo que pueden estar generando. En este apartado se explican las funciones y recursos más relevantes de Tinder, los cambios que han incorporado dentro de la aplicación y el impacto social que han suscitado para entender cómo puede intervenir en la práctica de los usuarios. En este marco, se analizan los algoritmos a través de los cuales funciona la aplicación para conocer bajo qué lógica opera y cómo se están conectando las personas para formar parejas, aunque es poca la información al respecto.

Mientras que los servicios más utilizados en Internet para conocer otras personas –como Match.com, eHarmony y OkCupid- estuvieron basados originalmente sólo en una página de Internet –aunque también se hayan adaptado después a una aplicación– en donde generalmente el usuario debe de invertir mucho tiempo definiendo sus características físicas, su personalidad y los de la persona ideal a la que le gustaría conocer, en Tinder simplemente debe elaborar una descripción –opcional– de sí mismo y elegir hasta un máximo de 6 fotografías para empezar a navegar entre las personas disponibles a su alrededor.

Asimismo, mientras que las páginas para citas generan un catálogo de personas aparentemente ideales de acuerdo con sus intereses, Tinder es más abierto e indica quiénes están en su cercanía. A pesar de ello, OkCupid y PlentyOfFish suelen ser utilizadas por un tiempo más largo que Tinder, ya que a ésta la eliminan en el primer día de uso el 32.9% de las ocasiones de acuerdo con un estudio realizado en países de Europa y Estados Unidos (Ogury, 2017).

Tinder se ha estado actualizando para ganar terreno frente a su competencia. Su presencia en redes sociodigitales y medios masivos es mayor que la de las páginas para citas y que otras aplicaciones móviles. Se han incorporado nuevas funciones para poder ofrecer mejores posibilidades de encontrar una persona *adecuada* para el usuario, muchas veces a través de algoritmos que determinan cuáles son los perfiles adecuados para una persona a partir de los deslices que realiza y de la información que comparte. A partir de ello, se crearon las funciones de Super Likeable/Picks (Ver p. 586), que terminarán de hacerse públicas a lo largo del 2018, cuyo objetivo es sugerir al usuario la persona correcta de acuerdo con su perfil.

La geolocalización es uno de los recursos más valiosos de Tinder, y ahora también de la mayoría de las aplicaciones para citas. Permite saber al usuario que hay posibles candidatos y candidatas con quienes pueda haber un interés mutuo y que se encuentren cerca del mismo, pero además genera una percepción de realidad porque indica qué tan lejos o cerca se encuentran, recordando que antes de ser perfiles digitales, son personas.

El éxito de la aplicación está en su sencillez. Una vez que se descarga, el usuario debe crear su cuenta ingresando a través de Facebook<sup>37</sup> con la intención de aumentar los criterios de seguridad y evitar la multiplicidad de perfiles falsos. La cuenta de Facebook se sincroniza con la de Tinder utilizando su nombre –un dato obligatorio que no se puede cambiar–, su edad –que generalmente no se puede modificar–, su lugar de trabajo y sus estudios –que se pueden omitir si así lo desea, pero no editar–. A continuación, puede proceder con la creación de su perfil eligiendo fotografías y una descripción opcional. También tiene la opción de agregar una sincronización con su cuenta de Instagram y de Spotify<sup>38</sup> como una extensión de sí misma para ofrecer más elementos que permitan a las personas conocerle mejor. Una vez hecho esto, que se puede hacer en tan solo 5 o 10 minutos, se puede empezar a navegar a través del catálogo de personas y también aparecer en el mismo para hacerse visible frente a los demás (Rodríguez Salazar, 2017).

Crear el perfil es sólo una parte de los primeros pasos previos al uso de Tinder, pero no es lo único que se debe de personalizar. Una vez que la identidad digital está *terminada*<sup>39</sup>, se debe de pasar a elegir las características básicas mínimas que se buscan en la otra persona. El objetivo de la aplicación es conocer gente, así que es tan o más importante elaborar el perfil de los otros que

---

<sup>37</sup> El convenio con Facebook pretende generar mayor autenticidad en los usuarios de Tinder, pero no es completamente efectivo. Si el perfil de Facebook es falso, se puede crear un perfil falso en Tinder. Por otra parte, la interacción con Facebook permite saber cuántos *likes* a páginas y grupos son compartidos con la otra persona que aparece en Tinder, así como los amigos en común; estos elementos aumentan la percepción de realidad del otro usuario.

<sup>38</sup> La anexión de Instagram y Spotify a la cuenta de Tinder es opcional. La motivación de esta posibilidad es que a través de estas redes el usuario pueda contar un poco más de sí mismo: Instagram permite extender el máximo de 6 fotografías de Tinder, así como certificar la identidad, mientras que una canción de Spotify puede servir como un tema para conversar.

<sup>39</sup> La identidad digital, como virtual, no está terminada porque constantemente se actualiza y se cambia de acuerdo con la interacción con los otros. Esto no está limitado únicamente al universo de lo digital, pero es más fácil de percibir y registrar en estos escenarios de interacción.

el de uno mismo. Las características que ofrece la aplicación son: a) elegir si quiere conocer hombres, mujeres o ambos; b) el radio de la distancia de búsqueda que quiere establecer el usuario en relación con las otras personas en un rango de entre 2 y 161 kilómetros; c) elegir la edad deseada de la otra persona en un rango de entre 18 y 55 o más años –como es una aplicación para mayores de edad, 18 años es el mínimo–. Con estas características principales, el género, la distancia y la edad –aunque de manera implícita también la orientación sexual cuando se elige el mismo género del usuario– se construye un tipo ideal de persona que se desea conocer, aunque todavía es una idealización muy poco definida. Esta caracterización tan abierta es importante para que el usuario pueda tener acceso a una gran diversidad de potenciales parejas sobre las cuales decidir si quiere tener la posibilidad de conocerlas o no.

Una vez que los perfiles han sido creados, los usuarios pueden empezar a navegar fluyendo a través de las demás personas que aparecen en Tinder, pero con una gran diferencia en relación con las otras páginas para citas, un cambio que introdujo y fue bien recibido por los usuarios: el *swipe* –desliz en español–, una palabra que en el imaginario de las redes sociodigitales cada vez se considera con mayor frecuencia como un sinónimo de Tinder. La diferencia que esto significa en relación con sus antecesoras es que mientras que las páginas para citas mostraban un catálogo de personas que se podían elegir y almacenar, personas que tuvieran características similares a las indicadas por los usuarios como deseables de acuerdo con lo que buscan –como la edad, la profesión, género, orientación sexual, si le gustan o no las mascotas, si fuma o bebe, entre otras–, ahora en Tinder ya no pueden ver la totalidad de los usuarios, sino que sólo pueden percibir a uno a la vez, y deben de decidir inmediatamente si les interesa o no.

¿En qué consiste el desliz o *swipe*? Una vez que aparece un perfil en su teléfono, pueden dar clic en el mismo para ver la descripción de la persona, las otras fotografías que tiene y su posible compatibilidad con Spotify e Instagram, o pueden omitir este paso y pasar directamente al desliz: si mueven con su dedo el perfil hacia la derecha y la otra persona también lo hizo con el usuario –o que lo haga en un momento después y que llegue un aviso en cuanto así sea–, entonces se hará un match y se abrirá un canal privado de conversación para que puedan continuar conociéndose; en cambio, si se decide deslizar hacia la izquierda, en ese caso no sólo no se hará match, sino que esa persona jamás volverá a aparecerle.



El *swipe* tuvo un éxito inmediato, ¿pero a qué se debe? Hay dos elementos que pueden ayudar a comprender este atractivo de Tinder: a) el contexto efímero de las redes sociales y b) la *gamification* o ludificación. Es apropiado recordar las advertencias de Gilles Lipovetsky sobre lo que advertía como el advenimiento de formas de relacionarse cada vez más superficiales y efímeras entre las personas (2000), así como la importancia de reflexionar las palabras de Zygmunt Bauman acerca de la *liquidez* de las relaciones en la actualidad (2008). Es en este contexto en el cual se inserta Tinder como una aplicación que se sustenta en lo efímero y que también lo reproduce, que parte de la superficialidad de la primera foto de perfil que determina un primer interés incluso entre aquellos que dicen no tenerlo.

La generalización en el acceso y uso de las redes sociodigitales más importantes –como Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat– facilitó la aceptación y difusión de esta dinámica que es cada vez más común entre los usuarios, sobre todo los más jóvenes. En Twitter, por ejemplo, se producen decenas, centenas o hasta miles de tuits por hora –dependiendo de a cuántas personas se siga– provocando que los mensajes más recientes desplacen a los más antiguos, entendiendo por antigüedad 15 minutos, 10 minutos o hasta 5 minutos. El tiempo en redes sociodigitales es relativo. El instante ha remplazado a lo permanente, al registro, a lo impreso. Irónicamente, los instantes pueden conservarse más allá que otros medios de comunicación al poder ser guardados o compartidos, pero su importancia, como la de la mayoría de estos contenidos, radica en su inmediatez (Bolter, 2010). En lo efímero radica el éxito de Snapchat, una red social que permite compartir contenidos con una duración de hasta 10 segundos y después elimina todo el registro de ello, lo que resulta muy popular sobre todo entre usuarios jóvenes. En este contexto de relaciones de comunicación efímeras aparece Tinder.

En segundo lugar, se debe de considerar un elemento que dota de sentido a la dinámica de la aplicación: la *gamification* o, como será entendida a partir de ahora, la ludificación, que consiste en convertir en un juego actividades que no lo son. Las bases de esta propuesta consisten en hacer de todo un juego o una competencia, crear estímulos en la participación; se busca obtener una recompensa por toda actividad, así como poder compararse con los otros. La lógica que solía estar limitada a juegos, sobre todo videojuegos, se desterritorializó de su campo de acción para llevarla a espacios tan inusuales como la política –como se está elaborando con los Sesame Credits de Alibaba en China–, la preparación de comida como se sugiere a través de dispositivos de realidad aumentada, la educación –aunque todavía no sea una medida implementada pero sí

propuesta en algunas escuelas (Schaaf & Quinn, 2017) –, para hacer ejercicio –como las diversas aplicaciones móviles que guardan registro de las carreras más recientes que se han hecho y que se pueden compartir en redes sociales pero que también puedes usarlas para competir contra otros amigos que las utilicen–, las aplicaciones que funcionan por geolocalización para avisar que se encuentra en un determinado lugar y que da puntos y premios para competir con amigos, como Swarm –antes Foursquare– y, en este caso, incluso en el ejercicio de buscar pareja o de conocer personas, como Tinder, entre otros ejemplos.

Tinder opera en un contexto de relaciones primeramente efímeras y bajo una dinámica de ludificación que da sentido a las prácticas que se producen. Los usuarios pueden tener motivaciones claras y serias, pero la gran mayoría entra por curiosidad y porque lo perciben como un juego. Aun cuando no es su objetivo principal, uno de los usos más comunes entre los jóvenes que usan Tinder es el del reconocimiento frente a los otros (Timmermans & de Caluwé, 2017; Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016). Aquí la ludificación no es sólo parte de Tinder, sino que la aplicación y el teléfono, como intermediarios, como actantes si consideramos la Teoría del Actor Red, pueden estar mermando la percepción que se tiene sobre el compromiso en una relación con otra persona o por lo menos el compromiso con los otros. Relacionarse con otras personas puede convertirse en un juego y gustarle a alguien en una competencia, relaciones que se producen en *la era del vacío* (Lipovetsky, 2000), en un mundo de relaciones líquidas (Bauman, 2008), de su mercantilización y de la exposición de la intimidad (Sibilia, 2008), la moneda más valorada en la actualidad. Estas relaciones, efímeras o líquidas, con cada vez menor intimidad y con una privacidad cada vez más cuestionable (Garton Ash, 2016; boyd, 2014), no por eso son negativas, sino que es una nueva forma de relacionarse que se debe de analizar y comprender porque es como se estarán formando futuras generaciones.

Estos elementos están detrás del *swipe* y se hacen presentes de manera implícita a través de las interacciones que se producen en Tinder. Los matches se generan una vez que las dos personas se gustaron y aparece un nuevo desafío, decidir cómo iniciar y mantener la conversación para determinar si la otra persona realmente le interesa y, si es así, mantener el interés de la otra persona por uno mismo. Dicho así, parece un juego. De alguna manera lo es. A pesar de que las relaciones que se producen son reales, de que la comunicación que se genera también lo es y que las motivaciones de uso que dirigen a los usuarios son sinceras con ellos mismos, la dinámica de Tinder consiste en hacer de esto parecer que sea un juego, una ludificación. Por ello, los usuarios

generan estrategias sobre cómo elaborar su perfil en función de las motivaciones de uso que tienen. Las estrategias varían ya que usar Tinder implica probar diferentes fotografías y descripciones, diferentes maneras de iniciar y mantener una conversación, hasta poder mejorar su habilidad social mediada por el dispositivo. Esto se analiza con mayor detalle en los siguientes capítulos.

La manera de interactuar en Tinder varía dependiendo de las características y recursos que ofrece la aplicación —que constantemente se actualizan—, pero en general es a través de likes o swipe a la derecha para indicar que la persona le gusta, como se ha mencionado, pero existe una ambigüedad sobre la cantidad de veces que puede utilizarse al día. En 2015, se agregó la opción de utilizar Super Like, o deslizar hacia arriba, un recurso que permite avisar a la otra persona que existe un interés considerable por ella. Mientras que cuando se desliza hacia la derecha se genera un interés por la otra persona que sólo puede identificarse cuando es mutuo, el super like asegura que la otra persona sepa de la atracción aun cuando sólo es de una de las dos partes. Cuando se envía uno, el usuario recibe una notificación de que alguien le envió un super like, así que se le invita a entrar a la aplicación, navegar aceptando y rechazando perfiles hasta encontrar quién se lo dio al aparecer con una estrella azul que indica este interés.

El número de super likes que puede usar por día está aún más limitado, sólo uno, mientras que el número de likes o deslices a la derecha para indicar interés está indeterminado —algunas personas dicen que 100, otras que 50, pero parece ser que varía de acuerdo con la edad del usuario. El uso de este recurso es poco común y no sólo porque esté limitado, sino porque los usuarios sienten que usarlo implica dar a entender que hay una desesperación por conocer a esa persona (Ver p. 277), algo poco sano cuando se trata del primer contacto<sup>40</sup> (Griffiths, 2015), pero esta percepción no es generalizable, sino que varía de acuerdo con determinadas variables, como el género: son más las mujeres que los hombres quienes piensan así, incluso cuando son ellas quienes lo reciben.

---

<sup>40</sup> En los capítulos 4 y 5 se explica con mayor detalle la percepción de los usuarios cuestionados y entrevistados respecto al uso del *super like* y el significado que le asignan.

#### 1.4 La algoritmización de las relaciones en Tinder

En términos sencillos y haciendo injusticia a la complejidad de su esencia, los algoritmos son un conjunto de instrucciones que se generan para que una máquina lleve a cabo una actividad o función. En el caso de Tinder, como también de redes sociodigitales como Facebook, así como de las páginas para citas que ya se han analizado anteriormente, los algoritmos están diseñados para que se personalicen las aplicaciones en función de los usuarios que las utilizan y de los intereses que indicaron. Las páginas para citas solían crear sus algoritmos para que ayudaran a los usuarios a encontrar su pareja perfecta en función de las características deseables que indicaba y se enorgullecían de tener los mejores algoritmos y de garantizar presentarle a su pareja ideal, esté donde esté (Ward, 2016a), pero Tinder actúa de una manera completamente distinta. Ya se ha mencionado que se distanció de las páginas para citas, empezando porque actúa a través de la geolocalización y de una dinámica que no le permite ver a todos los usuarios, sino que opera a partir de la evaluación de cada uno, uno por uno, dependiendo de que se tenga un interés o no y sobre esa base se establecen los matches, el interés mutuo que se hace evidente cuando ambas personas deslizaron hacia la derecha, pero esta mirada sobre la dinámica de Tinder peca de ingenua y superficial porque no explica completamente por qué aparecen unos usuarios y no otros.

Es común que una empresa sea celosa de los datos de uso específicos y de los algoritmos sobre los cuales actúa, pero Tinder lo es todavía más. Este equipo opera bajo la secrecía y la hace evidente. Han expresado en público su deseo por no compartir los datos de uso específicos y algoritmos de la aplicación, por lo que algunas personas se han dado a la tarea de descubrir ellas mismas qué lógica tiene la dinámica de Tinder (Carr, 2016a; Carr, 2016b; Crook, 2017; Welch, 2017). Esto es relevante ya que el orden de las personas que aparecen no es casualidad. Nada es casualidad en Tinder. Los algoritmos van actuando conforme a los criterios que indicó el usuario, pero también en función del propio uso que hace el mismo, motivo por el cual está en constante actualización. Estos algoritmos podrían considerarse neutrales, pero al final son el resultado de un grupo de personas que tienen intenciones subjetivas, que responden a intereses que no siempre son perceptibles y que influyen en la manera en la que se relacionan. Por objetivo de la investigación, es preciso analizarlos como potencialmente influyentes, parcialmente deterministas, como actantes en la relación mediada entre los usuarios, pero invisibles o difícilmente perceptibles.

Las potenciales parejas que ofrece Tinder no son casuales, como se ha sugerido antes y en particular con Super Likeable/Picks, pero entonces, ¿de qué depende que aparezcan unas u otras personas? Sean Rad, creador de Tinder, confirmó que la compañía utiliza el sistema de evaluación ELO para elegir qué personas aparecerán (Carr, 2016b). Este sistema no es común en este tipo de aplicaciones, sino que fue diseñado para videojuegos: los algoritmos determinan el nivel de habilidad del usuario para elegir un rival que posea un nivel similar al suyo y establecer un combate o enfrentamiento justo entre ambos, como se utiliza en el ajedrez o también como el sistema de *matchmaking* en videojuegos reconocidos como Gears of War o Halo, o también con el juego de World of Warcraft, un popular juego de PC sobre el que hizo referencia para explicar estos algoritmos el Vicepresidente de productos de Tinder y co-creador de la empresa, Jonathan Badeen (Kosoff, 2016). No se sabe desde cuando se comenzó a utilizar ELO en Tinder, pero en la entrevista mencionada, Rad lo certificó.

Lo que hace el sistema ELO en Tinder es evaluar no el atractivo físico, sino la deseabilidad que hay por el usuario, algo en lo que hace hincapié Rad para evitar acusaciones contra lo que esto significaría: “No se trata de cuántas personas han deslizado hacia la derecha tu perfil, sino que es algo muy complicado. Nos tomó dos meses y medio construir el algoritmo porque involucra muchos factores” (Carr, 2016a). No obstante, evaluar la deseabilidad de una persona es, a grandes rasgos, evaluar su atractivo físico; se convierte en un sistema de votación, “cada desliz es una forma de emitir un voto: yo encuentro a esta persona como deseable, así que deslizo hacia la derecha, sea por su atractivo físico o porque tenga un muy buen perfil”, indicó Chris Dummmler, analista de datos de Tinder, en una entrevista (Kosoff, 2016). Esta evaluación o calificación no es definitiva, pero actúa como el principal indicador para determinar quiénes son las potenciales personas con quien se puede emparejar al usuario. La calificación que se asigna a cada usuario no se hace pública, pero está funcionando en todo momento. Se modifica cada vez que hace un match para actualizarse en función de las personas con las que interactúa. Simplificando mucho los resultados de los algoritmos con fines prácticos para la explicación, si el usuario X, que tiene una calificación ELO de 6, hace match con el usuario Y, que tiene una calificación ELO de 9, entonces va a incrementar su calificación ELO y encontrará a personas con una evaluación más favorable; no obstante, si hace match con una persona que tenga un ELO bajo, eso tendrá consecuencias negativas y disminuirá su propia calificación, generando que le aparezcan en su

Tinder personas con una discapacidad menor con el fin de incrementar su posibilidad de emparejamiento, de acuerdo con la estrategia de Tinder (Carr, 2016a).

No es objetivo de la tesis determinar si es correcta o no la asignación de calificaciones a cada usuario, pero sí es necesario analizar la postura que se asume y qué consecuencias tiene ya que son estos algoritmos los que están generando los emparejamientos. Es posible que cuando se utiliza Tinder, no es la misma atención la que se pone en los perfiles cuando recién se comienza a utilizar la aplicación que cuando ya llevan varios meses de experiencia, así como tampoco es la misma atención e interés el que se tiene con los primeros 10 perfiles que aparecen en relación con los que se encuentran entre los 50 o 60 siguientes. En los casinos se habla de la *suerte del principiante* para referirse al éxito que se puede tener en las primeras veces en que se utilizan dichos juegos y algo similar sucede en Tinder cuando se comienza a utilizar la aplicación, sobre todo en los primeros deslices en donde se suele encontrar un match potencial. ¿Es ésta la suerte del principiante? No, no en ninguno de los casos mencionados, sino que se trata de algoritmos que actúan de manera distinta para propiciar resultados positivos que aseguren la atención e interés por seguir utilizando el servicio.

En el caso de Tinder, la aplicación aumenta considerablemente la calificación ELO de un usuario cuando recién se crea el perfil para fomentar los matches; posteriormente éstos se reducen, pero se suele colocar entre los primeros perfiles de las personas que aparecen a aquellos de los usuarios que ya dieron un desliz hacia la derecha, un like, de manera que si el usuario en cuestión también indica que le interesa, se hace un match. Esto quiere decir que si le devuelve el like se hará un match y se generará un interés mayor en el uso de la aplicación al tener la percepción de que sí funciona. Como se explica, no es casualidad, sino que son los algoritmos colocando en una posición visible a las personas que ya demostraron un interés por el usuario y así propiciar un uso más entusiasmado de Tinder, incluso aumentando la posibilidad de que compre algún servicio adicional de la aplicación para mejorar su experiencia. Antes que ser un medio para conectar personas, es un negocio.

La asignación de la calificación ELO es polémica y es un ejemplo más que explica la ludificación de las relaciones que se generan a través de Tinder. Aunque no sea evidente en una primera impresión de los usuarios, Tinder es un juego. Como juego que es, existen estrategias para *ganarlo*, algunas vendidas en revistas sobre relaciones y sexo dirigidas a jóvenes y otras, las más

importantes, que los usuarios descubren a partir de la experiencia de su uso. Todavía es poco conocido que Tinder opera de esta manera y es aún más complejo comprender los detalles del algoritmo.

A modo de experimentación, con el perfil de investigación que se creó se tomaron notas respecto a las tendencias que presentaban las personas sugeridas. A pesar de que no se repitió un número de veces suficiente como para poder demostrar una tendencia, a continuación se exponen algunos de los resultados encontrados. Como se ha dicho, se deben de tomar como referencias de este experimento, aunque eso no implica que siempre ocurra así.

- Si se da like a personas que estudian en una determinada universidad, por ejemplo, es más probable que los siguientes perfiles que aparezcan sean personas de esa universidad. Es preciso recordar que la universidad es un dato proporcionado por Facebook y que el usuario no puede alterarlo, a menos que lo haga desde esa red.
- Si se hace un viaje a otra región del país u otra región de una ciudad en general, las personas que realizaron sus estudios en esa región o que recientemente la visitaron, aparecerán como parejas potenciales.
- Los hombres, independientemente de la orientación sexual, tienden a dar un like con mayor probabilidad que las mujeres. Esto se explica porque en muchos casos dan like a todos los perfiles que aparecen sin detenerse a mirarlos (Tyson, Perta, Haddadi & Seto., 2016).

Si bien son tendencias importantes –y que se desarrollan, junto con otras, en el cuarto y quinto capítulo en relación con la experiencia de los usuarios encuestados y entrevistados–, no permiten comprender cómo funciona la evaluación ELO. A pesar de estas limitaciones, se puede reflexionar al respecto. ¿Qué significa que se asignen calificaciones a los usuarios? Aun cuando Sean Rad dice que no se evalúa el atractivo físico, sino la deseabilidad, uno de los aspectos en los que se fijan más los usuarios de Tinder es el atractivo físico, empezando por la fotografía principal del perfil que actúa como el primer indicador para decidir si le darán la oportunidad al usuario de darle clic con el fin de poder ver las otras fotografías y descripción que muestra o si simplemente se le dará un desliz hacia la izquierda y nunca más será visto por ese usuario. Aunque no sea el único indicador ni sea absoluto entre todos los usuarios de Tinder, el atractivo físico es uno de los elementos más importantes en los que se fijan previo a elegir si la dirección del desliz.

Si a partir de estos datos se asume que el atractivo físico es el elemento que con mayor probabilidad es considerado como el más importante para determinar si se desea conocer a la otra persona, entonces la evaluación ELO de Tinder estaría evaluando no sólo la deseabilidad, sino la apariencia física. ¿Qué significa esto? ¿Cómo debe de sentirse una persona si tiene una evaluación muy baja? ¿Qué significa que le asignen a una persona una evaluación muy baja porque los algoritmos consideran que son quienes le podrían encontrar como deseable? Son preguntas difíciles de responder porque las respuestas no son social y moralmente correctas. Según la (ex)socióloga de Tinder, Jessica Carbino, el promedio de evaluación de ELO es de 800, aunque Carr se enteró después de la entrevista que tuvo 946 (Carr, 2016b), una cifra que está sobre el promedio, pero se desconoce en qué rango se encuentra la *élite* y el rango máximo que se puede alcanzar. De alguna manera tienen que operar los algoritmos y difícilmente podrían satisfacer todos los intereses. En este caso, el de Tinder parece ser el de crear burbujas entre personas física y socialmente similares, quizás también ocurra así con las socioeconómicamente similares.

La tendencia de crear burbujas que reproduzcan iguales no es nueva, ya que es la dirección sobre la que se ha desarrollado la Web en años recientes: la manera en la que Google, YouTube, Netflix, Facebook y otros servicios pretenden atender al usuario de una manera más personalizada para que vea y lea algo que le guste y no le incomode reproduciendo sus mismos intereses y que le permita relacionarse con las personas que piensen y actúen una manera similar. Tinder, a pesar de sus diferencias, hace lo mismo: intenta emparejar a los usuarios con quienes considera como sus iguales.

Si bien los criterios de asignación de valores ELO pueden considerarse cuestionables, generó más polémica una función oculta y restringida de la aplicación dirigida sólo a las personas que fueron elegidas para utilizarla: Tinder Select. Se trata de una versión paralela de Tinder que puede utilizar un selecto y reducido grupo de personas. Para tener acceso a Tinder Select –una versión restringida para muy pocas personas– se debe de recibir una invitación de la aplicación o de una persona que forme parte de este grupo. Una vez que se reciba la invitación, también se le otorgará una invitación, sólo una, que se podrá hacer a otra persona para que se una. La intención es que sólo las personas más famosas, como políticos, celebridades o deportistas, personas reconocidas y atractivas, puedan ingresar a este grupo de élite (Pringle, 2017). Tinder Select comenzó a funcionar a finales del 2016, pero fue hasta marzo del 2017 cuando se supo de su existencia ya



que algunos usuarios comenzaron a reportar que durante un periodo muy reducido tuvieron acceso a esta versión de la aplicación. De acuerdo con Tech Crunch, los miembros de Tinder Select son “CEOs de empresas, supermodelos, personas muy atractivas y personas influyentes” (Welch, 2017), así como indican que algunas de estas personas fueron invitadas porque registraban una evaluación ELO muy elevada (Crook, 2017). Esto lleva a cuestionar los principios sobre los cuales Tinder ofrece su servicio, como lo es la posibilidad de contactar con cualquier persona libre de restricciones en oposición con las páginas de citas que limitan el grupo de opciones.

Los algoritmos de Tinder son neutrales, pero no los ingenieros que los diseñaron. Se convierten en un mecanismo que hace visible una realidad social que existe, pero que no siempre es perceptible ni medible. En la práctica, Tinder, a través de los algoritmos, se convierte en un actante que posee una fuerza social que debe de analizarse porque puede tender a fortalecer una posición social, un bagaje cultural y una identidad individual que reproduzca las mismas características en las que la persona está inserta limitando la posibilidad de conocer algo distinto. Los algoritmos sobre los cuales opera la evaluación ELO generan que las personas encuentren a sus iguales a partir de la aplicación de etiquetas socioeconómicas y de una superficialidad en el juicio de la apariencia física que ya tienen los usuarios pero que hacen evidente los algoritmos de acuerdo con los likes que dan –y los que no dan, que son igual de significativos– los usuarios a las demás personas que aparecen en Tinder.

La complejidad detrás del aparente inocente uso de Tinder plantea interrogantes que invitan a la reflexión que se presenta en los siguientes capítulos con la intención de responderlas. ¿A quiénes buscan los usuarios de Tinder? ¿Buscan a alguien o sólo quieren sentirse reconocidos? ¿Relaciones formales o casuales? ¿Sólo amistad? ¿Buscan una pareja que los complemente o acaso están haciendo match con sus homólogos, aquellos a quienes se consideran física y socialmente similares de acuerdo con los algoritmos de Tinder? ¿Está la gente buscando el confort de encontrarse a sí misma a través de los otros para reproducir un narcisismo exacerbado a través de la ludificación de relaciones efímeras? Los próximos capítulos intentan responder a estas preguntas entre otras interrogantes, pero antes es preciso comprender cuáles son algunos de los comportamientos en el uso de Tinder.

## 1.5 Globalización de Tinder: usos y alcances

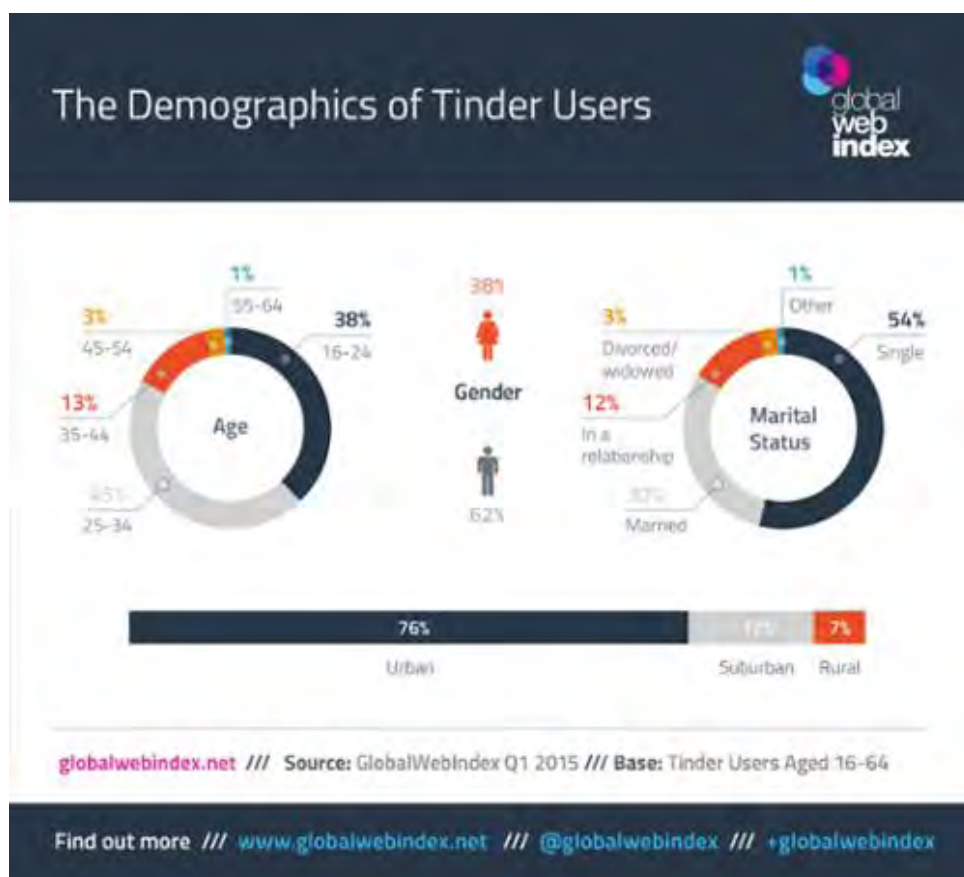
Pensar en *nuevas* tecnologías es un concepto limitado por su propia terminología. Lo *nuevo* deja de serlo cada vez más pronto. Una computadora o teléfono móvil de última generación se ve superada pocos meses después. La ley de Moore indica que el desarrollo tecnológico se duplica cada 18-24 meses, una tendencia que, desde aquel 1965 hasta la fecha, puede considerarse como generalmente cierta y que hace obsoleta la referencia a *nuevas* tecnologías. Lo que es una *nueva tecnología* para un adulto de 40 años, no lo es para su hijo de 10 años que ha crecido con la normalización de su práctica. Aún más cuestionable resulta referirse como *nuevo* a las redes sociodigitales debido a su inmersión en la vida cotidiana desde hace algunos años. Este término puede ser útil en espacios académicos hasta que se reconozca uno más apropiado, pero es difícil creer que se explica con certeza.

Si bien los medios utilizados no son *nuevos*, la forma de relacionarse sí está cambiando. En esta tesis se defiende que hay cambios en la modalidad de las interacciones y el impacto que tienen tanto para la comunicación como para los individuos debido a que la forma en la que se inician y se mantienen las interacciones entre personas que se comunican a partir del uso de dispositivos digitales que pueden generar una mayor inmersión, pero también una dinámica más ágil y una diversidad de elementos para la creación del perfil. Todavía más importante que suponer que son *nuevos* medios de comunicación, se trata de formas *diferentes* de comunicarse.

La población de Tinder ha aumentado a pesar de que todavía esté por debajo de las páginas para citas. Cada vez es más común que se celebren matrimonios entre personas que se conocieron por Internet, como indica una investigación de Pew Research acerca de quienes lo hicieron a través de páginas para citas (Jayson, 2013). ¿Por qué hay tan poca investigación sobre matrimonios entre parejas que se conozcan a través de Tinder y por qué se encuentra debajo de páginas para citas? Estas páginas están funcionando desde 1995 y 2000, cuando no había competencia, lo que generó una gran población interesada en sus servicios. Estos usuarios, que en su momento quizás también fueron jóvenes de entre 20 y 30 años, ahora ya están casados, algunos de ellos con la pareja que conocieron en estas páginas como lo indica el estudio citado. El motivo por el cual no hay información suficiente sobre casos similares que hayan iniciado en Tinder es porque la mayoría de la población es joven y la aplicación también, pero es probable

que dentro de 5 o 10 años sea común encontrar un número elevado de casos de parejas que se conocieron a través de esta aplicación o alguna similar.

De acuerdo con un estudio de Global Web Index en el 1er cuarto del 2015, el promedio de edad de la población de usuarios de Tinder fue de entre 16 y 34 años de los cuales un 62% aproximado fueron hombres, contra un 38% de mujeres, aunque Tinder no está completamente de acuerdo con las cifras.



Gráfica 2. *The Demographics of Tinder Users* (Global Web Index, 2015)

La demografía de usuarios es importante como referencia para analizar la población que compone la aplicación, pero es necesario tener presente que los datos corresponden a Estados Unidos. Una de las premisas de la tesis es que Tinder funciona como un mediador de la realidad social de las personas, un dispositivo a través del cual se hacen presentes y se construyen representaciones sociales que dotan de sentido a los usuarios y sus prácticas. Con esto dicho, el

caso de México es diferente del de Estados Unidos, así como es distinto el España y el de países de América Latina. Lo que también resulta interesante, que se había mencionado brevemente en otra ocasión, es el hecho de que el 30% de los usuarios están casados y el 12% en una relación, datos que en un primer momento parecerían incongruentes con el uso de una aplicación que está fundamentalmente intencionada para buscar pareja, información que revela un alto grado de infidelidad<sup>41</sup>.

Tinder se creó en 2012, pero fue en 2014 cuando su crecimiento se extendió y captó la atención de medios y usuarios. A continuación, se presenta una gráfica elaborada por Forbes (2014) al respecto de su crecimiento:



Gráfica 3. Forbes cifras de Tinder en España (Méndez, 2014)

<sup>41</sup> Aunque no se trabajará en esta tesis, estos resultados invitan a investigar si la infidelidad sugerida se hace evidente a través de Tinder o si es consecuencia de su uso

Los datos resultan relevantes si los tomamos en relación con los estudios e investigaciones más actuales. La comparación del uso entre hombres y mujeres en relación con el like indican una diferencia significativa que es común con los resultados observados en la tesis, con la proporción de hombres y mujeres mencionada (Global Web Index, 2015) y con la investigación de Tyson y sus colegas (2016). Estos resultados de 2014 se pueden cruzar con la información más actualizada liberada por Tinder que, si bien es poca y muy general, permite hacer una idea del crecimiento que ha tenido. En una recopilación de Digital Marketing Ramblings (2017) de la información de prensa liberada por Tinder tanto la que publicaron a través de entrevistas en medios especializados, se conocen los siguientes datos:

Categoría	Estadística	Última actualización
Usuarios estimados	50 millones	2 de marzo del 2015*
Países donde usan Tinder	196 países	Abril 2017**
Usuarios diarios	10 millones	27 de septiembre del 2014*
Descargas de Tinder	100 millones	6 de marzo del 2016*
Matches en Tinder	+20,000 millones	Abril 2017**
Matches diarios	26 millones	Abril 2017**
Deslices diarios en Tinder	1,600 millones	Abril 2017**
% de solteros	54%	7 de mayo del 2015*
% de divorciados	3%	7 de mayo del 2015*
% en una relación	12%	7 de mayo del 2015*
% que son <i>millennials</i>	79%	24 de septiembre del 2015*
% que son de Norteamérica	60%	5 de febrero del 2015*
Estimado de usuarios que pagan en la aplicación	1 millón	6 de mayo del 2016*
Tiempo invertido por día en la aplicación	35 minut	3 de junio del 2016*

Tabla 1. *Estadísticas sociodemográficas de Tinder* por Digital Marketing Ramblings (2017)\* y el sitio oficial de Tinder (2017)\*\*

Es difícil elaborar un análisis concreto porque los datos son generales y limitados, difíciles de obtener por la secrecía con la que se maneja Tinder, pero funcionan como un indicador de su crecimiento. ¿Qué pasa con otros países? ¿Qué sucede en México y España?

En América Latina, México ocupa la segunda posición de uso de Tinder –solo detrás de Brasil que es el segundo a nivel mundial– y la primera entre los países hispanoparlantes. En general, el país en el que más se utiliza es Estados Unidos, después seguido por Brasil. Hasta 2015, Reino Unido, Francia y Canadá, en distinto orden, conformaban los cinco países con mayor uso, pero estos datos se han actualizado y las posiciones han cambiado (Daly, 2015). Los datos públicos

más recientes son de junio del 2016 e indican que hay más de 16 millones de deslices en México (Excelsior, 2016). Cada mes se realizan más de 3 millones de matches en el país. Estos datos colocan a México como uno de los 10 mercados más importantes de Tinder en todo el mundo y el más alto entre los hispanoparlantes (El Universal, 2016). En España sucedió algo similar. El *country manager* de Tinder del país, Jorge Abian, indicó en una entrevista de 2014 que “cuando aparecimos en septiembre [2012] teníamos 300 descargas diarias y ahora estamos con un ritmo de 4,500. El crecimiento es muy satisfactorio” (Viñas, 2014). Para 2015, este país ya ocupaba una posición entre los primeros 10 países a nivel mundial (Daly, 2015). Su vecino, Francia, fue uno de los principales mercados de Tinder y, por ello, fue que precisamente ahí se creó Happn, una de las aplicaciones para citas móviles más importantes como competencia a Tinder.

No todas las estadísticas disponibles remiten al uso y crecimiento de la aplicación, pero estos datos sociodemográficos ayudan a comprender las demandas de los propios usuarios. Una de ellas fue manifestada como una queja y crítica hacia Tinder por la escasa posibilidad para elegir género y las consecuencias que esto tenía entre los usuarios que no se sentían identificables. Un ejemplo que obligó a actuar a Tinder es el de Facebook, debido a que la red social integró la posibilidad de elegir hasta 71 diferentes formas de identidad de género (Williams, 2014). Si bien son importantes en Facebook, son indispensables en Tinder. De esta manera, en noviembre del 2016 la empresa agregó la posibilidad de elegir entre 37 identidades de género distintas, aunque esta medida todavía no está activa en todos los países. Como resultado de esta medida, Sean Rad indicó en marzo del 2017 que la aplicación ha registrado 250,000 matches entre usuarios transgénero en esta iniciativa con la intención de ser más inclusivos. No importa si esta medida se tomó por las críticas que recibieron o porque hayan sentido la presión de otras redes sociodigitales, pero lo que es cierto es que el impacto social es real.

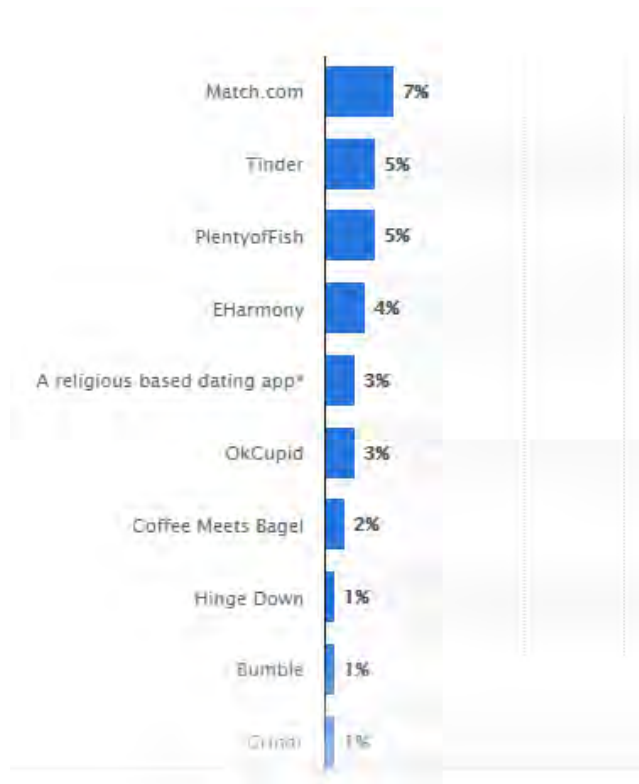
En 2009, fecha de la creación de Grindr, se abrió un canal de comunicación entre usuarios homosexuales que difícilmente se podía encontrar, todavía más en algunos países y sectores de la población del mundo. Si bien el tabú hacia la homosexualidad ya era menor en general, todavía existía, así como hoy todavía persiste. La creación de una aplicación que permite conocer personas con la misma orientación sexual fue muy importante para conectar intereses y facilitar relaciones y encuentros. En este escenario resulta de igual importancia la creación de Tinder y, en este caso en particular, la inserción de la posibilidad de elegir una identidad de género. Desde 2012, Tinder ha sido revolucionario que fue de las primeras aplicaciones que permitieron la

identificación como transgénero. La mediación e inclusión paulatina que se genera a través de estos medios facilita cada vez más su normalización.

En general, las estadísticas reflejan un uso muy importante en los países mencionados, pero todavía más importante, reflejan un incremento constante. Si el uso de Tinder está cambiando la manera en la que se definen las personas en función de los otros desconocidos y a través de una relación mediada que ofrece diversos recursos para comunicarse diferentes de aquellos que se tienen en una conversación cara a cara, es importante analizar qué cambios se están generando, qué resultados está teniendo entre los usuarios y cómo éstos se distinguen de los que hay en otros países, distinción que hace manifiesta las diferencias culturales que están presentes en las interacciones.

Cuando un usuario descarga Tinder, elige cómo crear su perfil y se imagina a un tipo ideal de persona que quiere encontrar y con quien conversar, todo esto en un proceso que estará determinado por las representaciones sociales a partir de las cuales define Tinder y que, por ende, se imagina al otro y desde donde se piensa y define a sí mismo. La comunicación que se produce está condicionada y potenciada por los recursos y la mediación tecnológica de Tinder (Jensen & Gilly, 2013), elementos que pueden permitir elaborar una estrategia particular en la comunicación de acuerdo con las motivaciones que dirijan el uso de Tinder, pero que, en caso de que se concrete un encuentro presencial que trascienda la relación mediada digital a través de Tinder o alguna red como WhatsApp, tendrá que pasar por un proceso de choque y adaptación del paso de lo virtual a lo presencial en el que se pierda la distancia y recursos que ofrece la mediación tecnológica que había permitido recrear en un imaginario al otro con el que se están comunicando para convertirse en una realidad.

El uso de Tinder aumenta día tras día, así como también el de otras aplicaciones similares. De acuerdo con un estudio realizado por Statista en el primer cuatrimestre del 2018, se encuentra en segunda posición debajo de Match en cuanto a popularidad de páginas y aplicaciones para citas en Estados Unidos.



Gráfica 4. Preferencias de aplicaciones y páginas para citas generada por Statista (2018).

Es notable que en el ranking aparecen aplicaciones adaptadas a religión y a comida. Esto se debe a que el sistema de *swipes* de Tinder se adaptó a una mucho mayor diversidad de intereses para relacionar personas de manera general, o de manera específica como puede ser por alguno de estos intereses particulares mencionados. Como estas aplicaciones, también hay otras para relacionar veganos, para relacionar personas a partir de lo que detestan, para judíos, para quienes fuman marihuana, entre otras.

En el próximo capítulo se reflexiona sobre el impacto social y tecnológico de Tinder y los medios digitales para conectar personas a partir de la Teoría del Actor-Red de Bruno Latour para comprender la mediación tecnológica y el rol activo de los actantes, en este caso Tinder y el teléfono móvil, y la teoría de las Representaciones Sociales desde la aproximación procesual de Moscovici y desde la estructural de Abric para poder situar los usos de Tinder en un contexto social que los dota de sentido, así como una discusión sobre el sentido del self en un espacio que lo reconfigura bajo una lógica digital propia de redes sociodigitales, en este caso Tinder. En este contexto, también se analiza la creación del perfil no sólo como producto de los deseos



particulares del individuo que utiliza la aplicación, sino como un medio para poder visualizar la influencia social y tecnológica en el individuo en concreto y ver de qué manera las reproduce a través de la interacción con otras personas, esto es, adquiere un rol activo, aunque no siempre consciente, y se convierte en un mecanismo de expresión (Sánchez Martínez, 2010). Para comprender el sentido del cuerpo y de la identidad –del self en general–, es necesario discutir y repensar su significado, recuperar a Goffman y otros trabajos sobre el self, todo esto en un contexto digital en donde, por su naturaleza virtual, está sujeto a ser modificable y adquiere formas diversas y cambiantes en relación con las otras personas y con el reconocimiento de la situación en que se encuentre a partir de los recursos disponibles.

## CAPÍTULO 2

### APROXIMACIONES TEÓRICAS PARA COMPRENDER EL FENÓMENO DE TINDER Y LA MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL

#### 2.1 Comunicación y relaciones mediadas por la tecnología

La tecnología ha adquirido un rol cada vez más importante en la comunicación y la vida cotidiana de las personas en casi todo el mundo. Si se desea conversar con una persona, ver una película o investigar sobre algún personaje histórico o de la farándula, estar informado de las noticias al momento o quejarse sobre algún servicio o con el propio delegado e incluso el presidente por el poco alumbrado que pueda haber en la calle donde vive, las redes sociales y los dispositivos electrónicos que permiten navegar a través de ellas lo hacen posible. Su incorporación en la vida social e íntima de las personas es inevitable, así como en muchos casos también es deseada.

A lo largo de este capítulo se hace referencia a la tecnología, pero es importante entender que en este contexto se va a referir a dispositivos digitales para acceder a la información y la comunicación. Algunos consideran que la naturalización que ha adquirido el uso de estas tecnologías puede invisibilizar una reflexión personal fuera del ámbito académico debido a que se trata de un uso inconsciente, casi automático, con apariencia de *natural* (Carr, 2011). Si se hace una pausa para detenerse a pensar sobre lo que puede estar sucediendo aparecen diversas preguntas que plantear: ¿qué diferencias existen cuando la comunicación es mediada y no presencial? ¿los dispositivos que se utilizan están influyendo y quizás modificando la intención original de la comunicación? ¿nuestro *yo* o *self* mediado es y actúa de manera similar a aquel que se comunica cara a cara o la distancia que la mediación tecnológica genera también lo transforma? ¿acaso el dispositivo utilizado se convierte también en parte del mensaje –recordando el aforismo de McLuhan acerca de que *el medio es el mensaje*–? Si es así, ¿qué mensaje envía el simple hecho de utilizar Tinder? Si Tinder como medio se convierte en un mensaje, ¿es el mismo para todos?

Este capítulo analiza el caso de Tinder como un agente mediador en la comunicación tomando en consideración que las interacciones que se generan son producto de representaciones sociales construidas sobre y desde la aplicación. Para poder indagar sobre el proceso de construcción de

sentido en la comunicación mediada que ocurre en Tinder, este trabajo parte de teorías acerca de la Comunicación Mediada por Computadora [CMC], aunque en este caso se amplíe el término a Comunicación Mediada por Dispositivos Electrónicos, y que considere un rol activo e influyente de las tecnologías involucradas –con la Teoría del Actor-Red [TAR] – en el que también se van a producir interacciones que adquieren sentido con base en una representación o imaginario que está mediando las prácticas y relaciones entre las personas, así como la definición de la propia identidad del usuario –desde las representaciones sociales planteadas por Serge Moscovici y los trabajos de Erving Goffman sobre el estigma y la construcción del yo–. Estas teorías por separado hacen visibles elementos sobre la práctica de Tinder que hasta ahora han sido poco estudiados, pero en su conjunto generan una mirada holística que no sólo responde al *qué*, sino que puede explicar un *cómo* y *por qué*. La complejidad de este fenómeno, que va más allá de la propia aplicación, exige una mirada diversa tanto en el plano teórico como en el metodológico.

### **2.1.1 Entre actores y actantes. Reflexiones sobre Tinder y el uso del teléfono desde la Teoría del Actor-Red**

Se ha propuesto una aproximación teórica para comprender Tinder desde la teoría del Actor-Red para responder a uno de los objetivos de esta investigación: ¿acaso Tinder, como un recurso tecnológico, influye en la acción de los individuos? Se desea indagar si el comportamiento de una persona cambia debido a la mediación tecnológica que ocurre a través del teléfono, y si es así, de qué manera lo hace. Esto permitirá comprender en particular cuál es la influencia que proviene de su esencia tecnológica, esto es, por ejemplo, al mantener una conversación a distancia tanto en el aspecto de lo físico como en lo temporal (Castells, 1997), en los comportamientos que puedan tener respecto a las otras personas si pueden influir por la ausencia de lo material y la certeza de la presencia de la otra persona, que puede no ser suficiente con tener una fotografía y un nombre frente al temor de un performance de una identidad falsa, algo que puede suceder en escenarios fuera de Tinder, pero que dentro de la aplicación pareciera más susceptible de ocurrir.

El análisis de Tinder que se realiza a lo largo de esta tesis es por una parte acerca de su aspecto técnico y por otra respecto a lo social, pero dos fuerzas que pueden influir y explicar el comportamiento de los usuarios. A pesar de que se distinguen, en realidad se debe de tener presente en todo momento que guardan una relación entre sí. Es por ello que Latour (2005) destaca el rol social de los actantes como elementos constitutivos de las interacciones sociales.

Tinder surge como respuesta al deseo y necesidad por encontrar pareja o simplemente de relacionarse, conectar y saberse reconocidos por otras personas. También debe de ser visto como producto de una evolución que data, principalmente, de los últimos 25 años: de los anuncios en periódicos para buscar pareja, a los anuncios formalizados a través de sitios especiales como páginas para citas en la Web a partir de 1995, y finalmente su reconfiguración y resignificación como aplicaciones móviles, una característica que empodera todavía más al individuo porque, en general, actúa por geolocalización aumentando la percepción de realidad de las personas que aparecen y la posibilidad de acceder en cualquier momento desde cualquier lugar desde el teléfono móvil. Por supuesto que esto debe de analizarse: no tiene el mismo significado ni alcance utilizar avisos en periódicos como se hacía anteriormente que hacerlo a través de una página para citas donde permite ver perfiles y ordenarlos de acuerdo con las características deseadas, así como también aumentando la propia exposición frente a un auditorio diverso e invisible (Marwick & boyd, 2010). Asimismo, tampoco es la misma limitación la que puede tener al actuar desde una computadora en relación con hacerlo desde una aplicación del teléfono móvil por la libertad de acción que implica utilizar un medio distinto. Por este motivo, se debe de esclarecer qué implica el uso de un medio determinado ya que sus características tendrán una influencia en las acciones que tenga el individuo como usuario, algo que puede ocurrir incluso si en los resultados revela que no se encuentra consciente de ello.

Comprender el rol del teléfono como actante implica estar conscientes del alcance que tiene y de la dirección de los cambios que ha presentado en las últimas décadas. El teléfono no ha dejado de ser un teléfono, pero ahora es mucho más que un teléfono. El nombre de *teléfono inteligente* se comenzó a utilizar desde finales de la década de los noventa ya que además de permitir hacer llamadas, facilitó el envío de mensajes de texto y otras funciones como la calculadora, cronómetro, bloc de notas, agenda y otras aplicaciones que se volvieron indispensables, pero no fue sino hasta finales de la primera década del 2000 que el calificativo de *inteligente* adquirió sentido. En este periodo aparecieron los teléfonos de nueva gama de compañías como Sony

Ericsson, Samsung y otros, entre ellos el iPhone de Apple, teléfono con el cual se asociaba aquella nueva generación de dispositivos que trascendieron el sentido original de hacer llamadas para aumentar el alcance de la comunicación entre usuarios, ya sea con mensajes de texto, con videollamadas, redes sociales y otras aplicaciones de uso cotidiano que son potenciadas por el uso de Internet. El tiempo de uso del teléfono ha aumentado considerablemente: en México, los usuarios están conectados 8.1 horas a Internet cada día de las cuales 2.58 horas son dedicadas a redes sociales; además, 8 de cada 10 acceden a Internet desde su teléfono (Asociación de Internet, 2017), pero esto no necesariamente significa que hay una adicción al dispositivo como podría interpretarse, sino que éste reemplaza rutinas y actividades que otrora se hicieran en otros tiempos y espacios.

Para hacer un diagnóstico de sus implicaciones es necesario comprender cuál es el motivo de su éxito. El teléfono inteligente es un dispositivo de uso básico entre la población que ha adquirido uno. Su adopción en la rutina diaria de la vida de una persona se puede entender si comprendemos que ya no es tan sólo un dispositivo para hacer llamadas, sino que se trata de un dispositivo electrónico que incorpora una gran diversidad de medios de comunicación, de aplicaciones de diversa índole, información y entretenimiento, incluso personas, sean familiares, amigos, pareja, colegas o desconocidos, actuando bajo una lógica preponderante de inmediatez<sup>42</sup> que rige la comunicación en la actualidad. El acceso inmediato a todos estos elementos genera una aparente adicción al uso de los teléfonos inteligentes -a veces más real que aparente- que debe de analizarse desde la perspectiva de que se está lidiando con un dispositivo que actúa como mediador de otras necesidades básicas que ya existían pero que las hace evidentes.

¿El teléfono inteligente es bueno o malo? ¿Puede ser bueno o malo? Umberto Eco propuso la discusión sobre los medios de comunicación masivos desde una posición apocalíptica o integrada (1984), misma que se adaptó al entorno de los denominados *nuevos medios* con la intención de evaluar los efectos que éstos tenían. Reducir el análisis a *buenos* o *malos* no sólo sería un error, sino que no es posible. Es el uso que se hace de la tecnología el que puede ser calificado como bueno o malo, y eso sigue siendo subjetivo.

---

<sup>42</sup> Bolter define la inmediatez como transparente como consecuencia de pensar en la realidad virtual como “inmersiva, es decir, un medio cuyo propósito es desaparecer” (2010:2), es decir, como estas relaciones mediadas son inmediatas por su característica de *virtualidad*, pasan desapercibidas al normalizarse su uso.

Si Marshall McLuhan hubiera vivido lo suficiente para poder ver en lo que se convertirían los teléfonos, quizás se hubiera replanteado sus aseveraciones sobre el teléfono como un medio frío por las limitaciones al crear una imagen en la otra persona sobre lo que se quiere compartir, algo que, evidentemente, ocurría en su época.

El teléfono es un medio frío, o de baja definición, porque el oído sólo recibe una pequeña cantidad de información (McLuhan, 1996: 43).

En la actualidad el teléfono, como se mencionaba, se ha transformado y ha incorporado facultades propias de otros dispositivos. Ahora es un dispositivo para la comunicación y la información más que para hacer llamadas, así que extiende todavía más facultades propias de la persona (McLuhan & McLuhan, 2009). Por su complejidad, un teléfono inteligente potencia el alcance e intensidad tanto de facultades físicas de las personas como de procesos sociales y mentales. Hay una anécdota que recupera Marshall McLuhan y que se expone de manera literal por su relevancia y trascendencia más allá de una época particular.

Los psiquiatras han observado un ejemplo extraordinario del poder del teléfono para implicar a toda la persona en el hecho de que, cuando los niños neuróticos hablan por teléfono, desaparecen todos sus síntomas de neurosis. En el New York Times del 7 de septiembre de 1949, se publicó el artículo siguiente que aporta un curioso testimonio del carácter participativo y refrescante del teléfono: El 6 de septiembre de 1949, en Camden, Nueva Jersey, Howard B. Unruh, veterano de guerra psicótico, salió a la calle en un acceso de locura, mató a trece personas y volvió a casa. Llegaron las brigadas de emergencia con ametralladoras, rifles y granadas de gas lacrimógeno y abrieron fuego. Mientras tanto, un periodista del Camden Evening Courier buscó el número de Unruh en la guía de teléfonos y lo llamó. Unruh dejó de disparar y contestó:

-¿Diga?

-¿Es Howard?

-Si...

-¿Por qué está matando a la gente?

-No lo sé. No puedo contestarle todavía. Hablaremos más tarde, ahora estoy ocupado.

(McLuhan, 1996: 282-283).

Este ejemplo es muy importante en tanto que es ilustrativo: el uso del teléfono, de una comunicación mediada y a distancia, implica un esfuerzo mental particular. Al tratarse de un

medio frío, la persona tiene que hacer un mayor esfuerzo de imaginación sobre quién es el otro individuo con quien se comunica. Esto tiene como consecuencia que, por momentos, pareciera *desconectarse* de su espacio físico y temporal inmediato y posicionar su presencia en un *espacio de los flujos* (Castells, 1996). Si además esto se comprende en relación con la teoría del Actor-Red, se puede apreciar una primera influencia del actante sobre el actor, del teléfono sobre el individuo, producto de las características intrínsecas que tiene el teléfono como objeto que comunica.

El acercamiento a la realidad cambia porque ahora se encuentran cada vez más interfaces textuales, pero también audiovisuales, interactivas, que generan nuevos acercamientos al integrar múltiples aproximaciones (Pardo, 2014). No obstante, irónicamente en la misma situación pero desde una postura apocalíptica, Paul Virilio critica el efecto de atrofia y dependencia que puede generar la tecnología, un efecto que sería mucho mayor con los teléfonos inteligentes debido a la gran diversidad de medios y tecnologías que incorporan, como señala en “La velocidad de liberación”: acerca de que estos dispositivos actúan como “prótesis que convierten al válido sobreequipado en el equivalente casi perfecto del inválido equipado” (1997, 24).

Un teléfono inteligente no es bueno ni malo porque no tiene conciencia propia, pero eso no indica que sus efectos no puedan serlo ni que se trate de un objeto completamente neutral. Mientras que una postura instrumentalista defiende que se trata meramente de, como lo sugiere su nombre, *instrumentos* y que en consecuencia dependen totalmente del uso que se les dé, es decir, que las personas -o en este caso usuarios- son quienes tienen el control, otra postura, la del determinismo tecnológico, alega que el uso de los dispositivos puede influir en las acciones que se realicen, aun si no era la intención de la persona (Carr, 2011). Las tecnologías, desde un punto de vista neutral e instrumentalista, son simplemente utilitarias y dependen del uso que se haga de ellas.

La discusión acerca de quién tiene el control en el uso de la tecnología puede llevarse a cabo desde distintas perspectivas, incluso disciplinas. Las tecnologías, aun si fueran consideradas como meros instrumentos o agentes mediadores, también fueron creadas por humanos con una intención de funcionamiento determinado y es por este motivo que su neutralidad se vuelve cuestionable. Así, preguntarnos por el control se vuelve innecesario y relativo, en lugar de eso, se puede preguntar por las relaciones que estos instrumentos facilitan.

Desde un cruce entre filosofía y sociología, principalmente, Bruno Latour, John Law y Michel Callon desarrollaron una propuesta para repensar el análisis sociológico: en lugar de elaborar análisis sobre lo social, rastrear y comprender las relaciones que se generan entre actores y actantes, esto es, entre humanos y no-humanos. A esta teoría la denominaron Teoría del Actor-Red [TAR] –Actor-Network Theory [por sus siglas en inglés ANT] –. Latour (2005) explica que hay limitaciones que existen en la teoría sociológica clásica para abarcar un conjunto de relaciones más grandes que son necesarias para comprender un fenómeno social de manera completa. Aun cuando las relaciones comunicativas se dan entre personas, cada vez con mayor frecuencia éstas son mediadas por dispositivos electrónicos, entiéndase teléfonos móviles, tabletas, computadoras, entre otros, a quienes Latour se refiere como actantes destacando su rol significativo en las acciones y relaciones que se producen para darles un reconocimiento en paralelo con los actores, los humanos. Considerar al teléfono móvil como un actante desde la TAR ofrece la posibilidad de hacer una lectura más completa de la apropiación que hacen los usuarios.

De acuerdo con la TAR, lo social no debería de estar restringido a las personas, a los humanos, esto es, actores, sino que se debe de contemplar la relación que hay con todo lo no humano, desde animales o bacterias hasta la ciencia y tecnología, pero no se les puede nombrar también como actores porque no son personas, así que Latour propone denominarlos actantes (2001: 361, 2005).

Como mínimo, espero haber persuadido al lector de que, si hemos de afrontar el reto, no lo afrontemos con la idea de que los artefactos son cosas. Los artefactos se merecen algo mejor. Se merecen ser recibidos en nuestra cultura intelectual como actores sociales de pleno derecho. ¿Median nuestras acciones? No, ellas son nosotros (Latour, 2001: 256-257).

Pensemos en el teléfono como un objeto social. Ya no se trata del dispositivo que se limitaba a mediar llamadas a larga distancia, sino que ahora permite al usuario interactuar de muchas maneras tanto con la información como con otras personas. Para el filósofo italiano Maurizio Ferraris, es destacable el rol del teléfono como objeto social porque cumple con una “función muy precisa: no sólo comunicar, sino más bien construir una inmensa ontología invisible, la red de inscripciones, comunicaciones y registros que define la realidad social” (Ferraris, 2008: 24). Por *registro*, se entiende aquella información o datos que pueden ser almacenados y



conservados, mientras que la *inscripción* indica que se trata de un registro dotado de valor social, que tiene implicaciones para las personas o la sociedad, "permite que desde una palabra, algo escrito como un contrato, o incluso un simple apretón de manos, se convierta en algo relevante" (Ferraris, 2008: 287).

No ha habido una interacción real entre Latour y Ferraris, por lo menos no alguna registrada, pero un cruce entre los análisis que realizan retroalimenta la noción de pensar en el teléfono inteligente como un actante en su rol como objeto social. Los teléfonos han cambiado y con ellos también las prácticas de las personas. Han pasado por un proceso de desterritorialización ontológico que se ha convertido en un proceso de desterritorialización de la comunicación entre las personas. Antes el teléfono estaba limitado a un lugar de la casa en específico, lo que obligaba a la persona a comunicarse y relacionarse desde el lugar donde respondía. Los teléfonos inalámbricos se volvieron populares porque ofrecían una mayor libertad para levantarse a caminar por la casa o para encerrarse en alguna habitación y hablar en privado. Los teléfonos móviles, y ahora inteligentes, tienen muy pocas restricciones en cuestión de libertad, de espacio y de tiempo: se puede comunicar en tiempo real con otras personas de cualquier lugar del mundo, conocidas o desconocidas, por texto o de manera visual y audiovisual, una desterritorialización porque ya no existen los límites que situaban al emisor y receptor a atarse a un lugar y tiempo en específico. No siempre se trata de un proceso asincrónico, pero es una oportunidad que ofrecen estos medios que se manifiesta en nuevas y cada vez más diversas formas de comunicación; por ello, el proceso de evolución y cambios en el dispositivo del teléfono generó transformaciones también en las personas que lo utilizaban.

El tiempo se borra en el nuevo sistema de comunicación, cuando pasado, presente y futuro pueden reprogramarse para interactuar mutuamente en el mismo mensaje. El espacio de los flujos y el tiempo atemporal son los cimientos materiales de una nueva cultura, que trasciende e incluye la diversidad de los sistemas de representación transmitidos por la historia: la cultura de la virtualidad real, donde el hacer creer acaba creando el hacer (Castells, 2001: 408 en Menéndez, 2004: 213).

Los cambios también pueden percibirse a nivel individual. Neil Harbisson, quien es el primer cibernético con un reconocimiento oficial, en una entrevista comentó que "hemos pasado de decir 'mi teléfono móvil se está quedando sin batería' a decir 'me estoy quedando sin batería'" (Vodafone, 2016), una frase muy común que actúa como indicador de que se está produciendo

un tipo de simbiosis entre el humano y la tecnología a nivel ontológico y práctico, o por lo menos en el nivel del sentido común. Como esta frase, hay otras: cuando se dice “me voy a desconectar” para referirse a dejar de utilizar la computadora o el teléfono se asume que no sólo se desconecta el dispositivo, sino que se percibe una hibridación entre el teléfono y el propio usuario como uno mismo y por ello el usuario también hace una *desconexión*. Asimismo, Facebook y Twitter también están pasando por este proceso de incorporación a lo que en otro tiempo se podría haber denominado como la vida real, aquello que sucede fuera del ciberespacio y se incorpora en la vida cotidiana. Cada vez es más común escuchar en la calle conversaciones no sobre lo que la gente lee en Facebook o Twitter, sino lo que sucedió en Facebook o Twitter, que se han convertido en espacios públicos virtuales, así como incluso se han politizado<sup>43</sup>.

Debido a que la relación entre la persona como usuario y el teléfono como objeto social es cada vez más fuerte y constante, se genera un uso constante que puede percibirse como adicción, pero debe de situarse: esto ocurre debido a que muchas de las tareas cotidianas que se realizaban desde otras plataformas, tiempos y situaciones, ahora se hacen a través del teléfono por las facultades que tiene, motivo por el cual su rol se ha vuelto más activo y presente en lo cotidiano; leer el periódico, escribir una carta, conversar con alguien, ver una película, hacer operaciones matemáticas, tomar fotografías, distraerse con juego, entre otras, son actividades que ahora se pueden realizar todas desde este dispositivo.

Esta dependencia -aun si no es adicción- puede resultar problemática cuando no se satisface, cuando se imposibilita el estar conectado, un “aislamiento ontológico comienza en el momento en que descubrimos que ‘no hay cobertura’ y empezamos a buscarla con afán. Nos sentimos solos, aunque hasta hace pocos años era siempre así, porque estábamos siempre sin cobertura, y no es sólo cuestión de hablar” (Ferraris, 2008: 34), pero ahora estar en red y en contacto con todos se ha convertido en una necesidad tanto laboral como social e incluso -quizás exagerando, quizás no- del ser. Esta necesidad de conexión es importante a pesar de que no se interactúe con nadie, pero necesitamos sentir que no estamos solos (Bauman, 2008).

---

<sup>43</sup> Javier Toret coordinó una investigación acerca del 15M comprendiéndolo dentro del marco de un espacio público virtual. Para más información, se recomienda la publicación “Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas”.

Un análisis sobre el teléfono inteligente desde la TAR es una invitación a reconocer el papel activo que tiene en la comunicación y a considerar que sus propias características puedan estar modificando las prácticas de relación y comunicación que las personas involucradas. Esta relación a través de un dispositivo tecnológico puede ser denominada como mediación técnica<sup>44</sup>. Como ejemplo, Latour analiza la relación entre una persona y un arma. La primera postura, la sociológica, que también puede leerse como instrumentalista en este caso, está representada por la National Rifle Association (NRA) en el ejemplo revisado. Indica que las personas usan a la técnica (armas) y son sus usuarios quienes deciden cuál será su fin. Se comprende el concepto del arma como herramienta, como un medio, como una portadora neutral de voluntades. Si la porta una buena persona, el arma será utilizada correctamente, con un buen juicio, sólo matará cuando sea necesario. Pero también hay otra postura: la materialista. Ésta plantea que las armas matan a la gente. El arma actúa en virtud de sus componentes materiales, irreductibles a las cualidades sociales del que la utiliza. Debido al arma, una buena persona, el ciudadano que se atiene a la ley, como Latour menciona, se vuelve peligroso. Entonces, ¿la responsabilidad del acto es de la persona? o ¿es del instrumento? Esto depende del significado de la mediación (Latour, 1998: 252).

Hay cuatro estrategias para explicar la mediación, pero en este caso me concentraré en la primera. Se trata de un programa de acción, metas en humanos o funciones en no-humanos, pasos e intenciones que un agente puede describir en un relato. Si el agente 1 que intenta llevar a cabo una acción determinada no es suficientemente capaz de lograrla, comete una desviación y recurre al agente 2, un arma. Así, se crea un tercer agente, producto de la fusión de la acción de los otros dos. La meta del agente 3 puede ser distinta de la de los agentes 1 y 2, ya que la persona, el agente 1, quizás únicamente deseaba herir a la otra persona, hacer una advertencia; mientras tanto, el agente 2, el arma, dispara y puede matar, pero no actúa por sí misma. Juntos, el agente 1 orienta al agente 2 hacia el objetivo del agente 1, pero con un objetivo que se transforma al mediar la naturaleza del agente 2 (Latour, 1998: 256). Esto es la traducción. Se refiere a desplazar, mediar, hacia un significado que no existía antes y que, de alguna manera, modifica a los otros elementos o agentes: “Es la transformación de partes, de materiales inmóviles, informes, sin sentido, en

---

<sup>44</sup> En el libro “Sociología Simétrica: ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad” coordinado por Miquel Doménech y Francisco Javier Tirado varios expertos analizan la mediación técnica y la teoría del actor red (Doménech & Tirado, 1998).

redes, en efectos, en entramados móviles, con forma, con sentidos.” (Devenin, 2009: 3). En el primer significado de la mediación se puede ver que la responsabilidad de la acción radica en los dos agentes.

De esta manera, para la TAR lo social “no designa un dominio de la realidad o algún artículo en particular, sino que más bien es el nombre de un movimiento, un desplazamiento, una transformación, una traducción, un enrolamiento. Es una asociación entre entidades que de ninguna manera son reconocibles como sociales en el sentido habitual, *excepto* en el breve momento en que son reorganizadas” (Latour, 2005: 97). El teléfono potencia el habla, hacer llamadas y comunicarse con cualquier persona en tiempo real, pero el teléfono inteligente, al extender otras diversas facultades y acciones humanas (McLuhan, 1996), potencia, además, el alcance que una persona puede tener en el ámbito social: se borran las restricciones espacio-temporales y ahora se puede conversar con cualquier persona que se desee, en tiempo real o aplazado a través de llamadas pero también a través de mensajes por chat, de publicaciones de texto, imágenes o videos en redes sociales, de comunicación con una intención particular como puede ser un correo electrónico con mensaje de urgente en el trabajo o hacer un match en Tinder, de manera que las acciones de un individuo pueden impactar en más personas de las que lo haría normalmente. Estas posibilidades se han hecho evidentes en distintos ámbitos; por ejemplo, en la política los movimientos sociales que ocurrieron a partir de la Primavera Árabe –tanto en los países del norte de África, sureste de Asia, España, Estados Unidos y México, entre otros– son consecuencia de una situación muy delicada que se venía construyendo años o décadas atrás, pero fueron las redes sociales las que permitieron canalizarlo y materializarlo más allá de los espacios digitales independientemente de los resultados obtenidos.

Si se asume que el teléfono es un objeto social y tiene un rol como actante, es decir, que también influye en la construcción e interacciones sociales que se generan entre dos o más usuarios, es posible concretar el análisis en escenarios más específicos, por ejemplo, la comunicación entre dos personas que mantienen o desean mantener una relación de pareja. Un caso distinto, pero no lejano, sería pensar un doble rol como mediador y actante, que es el estudio de caso planteado en esta tesis: pensar en los efectos que tiene el teléfono, por una parte, y la aplicación de Tinder por otra, en las interacciones que se producen entre usuarios que conversan. El teléfono, por sus cualidades, genera un tipo de relación posible, a distancia, con la posibilidad de que sea inmediato, entre otras influencias, pero Tinder, por su parte, aunque sea una aplicación más del

teléfono, ofrece adicionalmente una serie de recursos tecnológicos que facilitan hacer un uso más específico y con mejores herramientas para conocer personas desde todo lo que significa Tinder en el imaginario colectivo de sus usuarios -y no-usuarios<sup>45</sup>- con la posibilidad de generar conversaciones y encuentros presenciales.

En los próximos apartados se discute cuál es el rol del teléfono como un actante en las relaciones de pareja mediadas y también el caso de Tinder en el que a pesar de que las personas son desconocidas entre sí, las intenciones, por lo menos en algunos casos, no lo son; al contrario, la aplicación ayuda a saber que existe un interés mutuo.

### 2.1.2 Ciber amor y ciber relaciones: Tú, yo y el teléfono inteligente

Anteriormente este apartado estaba titulado como “Amor 2.0”. ¿Qué implicaría la denominación de “2.0”? Desde que Tim O’Reilly acuñó el 2.0 en referencia a que la web había sufrido una transformación<sup>46</sup>, una evolución, poco a poco se hizo cada vez más común que se utilizara como referencia para referir a otros cambios que estaban alentados por un desarrollo tecnológico acelerado. El 2.0 no es exclusivo de la web ni de la informática, sino que remite a una sucesión numérica para denotar jerarquías. Actualmente, denota superación, indica que un producto 2.0 es mejor que 1.0, pero peor que uno 3.0, no necesariamente en relación con la calidad, sino como una versión más reciente o más antigua. Por ello, decir *amor 2.0* es problemático, polémico y, desde una perspectiva romántica, espero que equivocado. La intención es plantear que la construcción del ideal del amor, de la pareja y de las interacciones mediadas por dispositivos electrónicos no son mejores que las presenciales como indicaría el término 2.0, pero tampoco son peores; en algunos casos también se refiere a novedad y no necesariamente a un remplazo.

---

<sup>45</sup> Para comprender el sentido y significado social que se adjudica a Tinder, es recomendable comprender la mirada de aquellos que lo conocen, pero no lo utilizan, como complemento de la de los usuarios activos.

<sup>46</sup> A principios de la década del 2000, Internet como plataforma sufrió algunos cambios. En sus primeros años, la interfaz consistía en una relación vertical con los usuarios, esto es, principalmente servía como una plataforma para consultar información y comunicar a individuos o entidades de manera eficaz, pero sencilla; posteriormente, su alcance fue cada vez mayor, así como los recursos que ofrecía a los usuarios, generando un vínculo de muchos a muchos en lugar de uno a uno, empoderando a los usuarios para que no estén limitados a consultar contenidos, sino también poder crearlos y compartirlos. Éstos son algunos de los cambios que se pueden situar en la fase de la Web 2.0 de acuerdo con O’Reilly. Para más información, consultar: <http://www.oreilly.com/pub/a//web2/archive/what-is-web-20.html>

Independientemente de cualquiera que sea el sentido que se adopte, se trata de una nueva dimensión de interacción que velozmente adquiere una mayor relevancia en la sociedad, particularmente entre jóvenes, debido a que es una población en donde se ejercen nuevos sentidos de las relaciones sociales, de la individualidad, del ejercicio de la sexualidad, de la diversidad y la construcción de una relación de pareja (Lipovetzky, 2000; Bauman, 2008), entre otras que, como se verá más adelante, se evidencian y asumen con mayor determinación a través de Tinder.

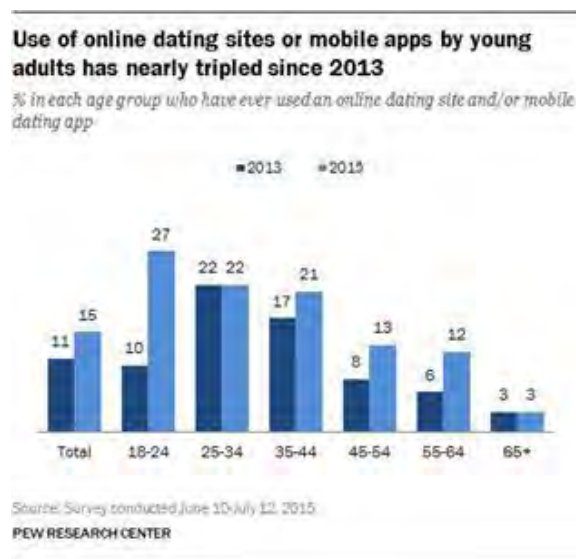
El prefijo ciber hace referencia a los espacios digitales, aunque se trata de un tema que ha generado mucho debate. Para empezar, la noción de *espacio* se asocia con algo material y presencial, pero lo digital carece de materia. Bonder define el ciberespacio como un “terreno intangible al que se accede por medios tangibles” (Gómez, 2003: 11), es decir, una construcción de espacios simbólicos que adquieren sentido en su uso. En este aspecto, se entiende el ciber amor o las ciber relaciones como reales en su significado a pesar de que carezcan de una materialidad inmediata. En el caso del teléfono móvil, es necesario tener presente que puede tener diferentes roles cuando actúa como un mediador de relaciones íntimas. En este caso, es importante distinguir dos: a) puede comunicar a dos personas que ya tenían una relación o un interés mutuo y ampliar las formas y recursos de contacto y b) un teléfono inteligente actúa como portador de posibles aplicaciones que descargue el usuario, entre ellas las de i) comunicación como WhatsApp, Facebook, Twitter, WeChat, entre otras, y ii) las que pueden ser específicamente para conocer personas, citas o encuentros sexuales como Tinder, Happn, Grindr, Bumble, entre otras. La oferta de un teléfono inteligente es cada vez más personalizada, pero al mismo tiempo más diversa (Baym, 2010).

No es que el ciberespacio no tenga referentes constantes y totales en la vida real, no es que las personas dejen de ser reales cuando entran a este espacio, no es que no haya conexión alguna, la propuesta es que se trata de un mundo paralelo que se alimenta del mundo real, pero que a su vez lo retroalimenta, y que sin embargo puede experimentarse separado en algunas ocasiones. (Gómez, 2003: 17)

Las páginas y aplicaciones para citas han adquirido mayor popularidad, y por ello mayor aceptación, en la última década. De acuerdo con un estudio realizado por Pew Research, el uso de estas aplicaciones casi se ha triplicado en la población de 18 a 24 años entre 2015 y 2016, pero

esto no sólo sucede con los jóvenes: en la población de 55 a 64 años también se ha duplicado (Smith, 2016). Es común asociar a los jóvenes, *millennials*<sup>47</sup>, con aplicaciones para citas y relaciones que se construyen o se mantienen a distancia a través de dispositivos digitales, una tendencia real pero no exclusiva, un error.

En los últimos años ha aumentado el número de matrimonios que se concretan entre personas que se conocieron en estos sitios, por lo menos en Estados Unidos que es de donde se realizó el estudio (Smith & Anderson, 2016; Jayson, 2013). Como se puede observar en la siguiente gráfica, el porcentaje de usuarios de plataformas para citas online se ha incrementado considerablemente en Estados Unidos, sobre todo entre jóvenes, lo que puede indicar una tendencia acerca de los próximos años.



Gráfica 5. Use of online dating sites or mobile apps by Young adults has nearly tripled since 2013 (Aaron Smith, 2016)

El uso de aplicaciones y páginas para citas crece y con ello también su aceptación entre la sociedad; no obstante, hay diferencias en el análisis que deben de considerarse: las variaciones

<sup>47</sup> El concepto de *millennials* puede ser perjudicial si no se aclara. Actualmente, sobre todo en temas relacionados con mercadotecnia, es común encontrar que con este término se hace alusión a un estereotipo de jóvenes como creativos, innovadores, expertos en el manejo de tecnología y en particular de lo relacionado con el *social media*, pero en realidad se refiere a aquellos que han nacido en la década de los ochenta aproximadamente (no hay consenso exacto). Se refiere a que han crecido en un periodo de una transformación muy acelerada en el área de las tecnologías y la comunicación, pero no por ello implica que se crezcan como expertos natos en este campo, así como tampoco el acceso a estas herramientas y preocupaciones es el mismo en toda la sociedad ya que está directamente relacionado con el desarrollo económico.

de acuerdo con la edad, el género, la orientación sexual y el país o región pueden ser muy significativas para comprender la adopción de estas prácticas. En el estudio realizado por Aaron Smith (2016) en el que fueron encuestadas 2001 personas en un periodo del 10 al 12 de junio del 2015 se encontró que el 15% de los adultos –de 18 años en adelante– ha utilizado alguno de estos medios para buscar citas online, un número muy significativo en contraste con décadas anteriores.

Los teléfonos móviles desempeñan un rol muy importante en la mayoría de las relaciones en la actualidad, aunque se debe considerar que el acceso y uso varía en distintos países, regiones y personas. En Estados Unidos, 10% de los usuarios casados encuestados reportaron que Internet ha tenido un gran impacto en sus relaciones, pero un significativo 72% de las parejas que ya se han casado o que están comprometidas tras haberse conocido por Internet dicen que no ha tenido una influencia en sus vidas más allá de ese primer momento. Por otra parte, 25% considera que el uso del teléfono ha dañado su relación porque su pareja suele distraerse por utilizarlo mientras están juntos, de los cuales 42% tienen entre 18 y 29 años (Lenhart & Duggan, 2014) -sector en el que el uso del teléfono móvil es mayor<sup>48</sup>-.

A pesar de que no hay una tendencia importante de culpar al dispositivo por los problemas en la relación, sí hay un reconocimiento de la influencia que puede tener en la persona y por ende en la pareja y la relación. Estos problemas suelen ocurrir no porque esté necesariamente en el teléfono, sino porque al estar ahí, en su rol de mediador y de objeto social, se cree que el usuario está prefiriendo estar con otras personas antes que con su pareja que se encuentra físicamente presente, una manifestación de celos digitales, una reacción emocional a la creencia de una amenaza en contra de la relación (Utz, 2011: 513).

Por relaciones online se entenderán todas aquellas que ocurran mediadas por dispositivo digitales, principalmente teléfonos, tabletas y computadoras, pero no por ello se limita a que se hayan creado a través de este medio; al contrario, pueden ser relaciones que se produjeron con un primer contacto presencial cara a cara y ahora la comunicación se ha extendido por estos nuevos canales. Estas relaciones no deben de analizarse únicamente por los cambios que se

---

<sup>48</sup> De acuerdo con Lenhart y Duggan (2014), mientras que el 45% de los jóvenes de 18 a 29 años dicen que Internet ha tenido un impacto en su relación, tan solo el 1% de los mayores de 64 años lo considera así.



generen en la mediación, sino por la socialización del objeto mediador y la manera en que se socializa (Chambers, 2013: 22). La mediación no siempre facilita el enamoramiento, no hace que las relaciones sean más fáciles por su aparente relación permanente, sino que también genera nuevos retos en la pareja, nuevos conflictos y nuevos recursos para mantener la relación.

El emparejamiento con este tipo de mediación tecnológica no es inmediato, sino que supone conversaciones, simpatía, cariño, citas que se van construyendo a través de interacciones virtuales y presenciales (Rodríguez Salazar, 2017: 113).

Al incorporar la propuesta de la TAR en el análisis se está considerando que el teléfono inteligente está influyendo como actante en el acto comunicativo. En una relación online la presencia de este medio no sólo es común, sino necesaria, incluso positiva cuando es el puente que conecta a una pareja que está separada por la distancia entre dos países o ciudades, o separada por la disponibilidad de tiempo que les permita comunicarse, pero en otras situaciones se asume como dañina si este objeto es utilizado en presencia de la pareja, amigos u otras personas como un potencial distractor, como se mencionó anteriormente.

Esta perspectiva es común –sobre todo entre los *apocalípticos* del desarrollo tecnológico–, pero no completamente cierta: de acuerdo con un estudio, entre los jóvenes esta percepción está cambiando ya que un 41% de los usuarios encuestados de 18 a 29 años que se encuentra en una relación formal de pareja considera que ésta se ha hecho más fuerte por el complemento de la comunicación online; asimismo, 23% reportó que ha utilizado estas herramientas para resolver un problema en la pareja que no habían podido tratar cara a cara (Lenhart & Duggan, 2014; Chambers, 2013: 23). Evidentemente resulta imposible generalizar el rol del teléfono inteligente en una relación online ya que factores como la edad, el género, la orientación sexual, la escolaridad y el lugar donde vive, por mencionar algunos, pueden hacer visibles diferencias significativas en la comprensión del rol de la tecnología en la mediación de la comunicación como se analiza en este trabajo, una cuestión que permite considerar que se está actuando a través de diversas representaciones sociales acerca del rol de la tecnología en las relaciones. Es así que el uso e impacto en una relación es diverso, por lo que se debe de elaborar un análisis más minucioso, pero necesario debido a que el aumento en el uso del teléfono inteligente entre jóvenes ha sido una constante desde hace algunos años. (Asociación de Internet, 2017).

¿Qué pasa con los jóvenes? ¿cómo utilizan estos medios para relacionarse y comunicarse con su pareja o la persona que les gusta? Se tiende a pensar que los jóvenes están más familiarizados con el uso de las tecnologías porque no las perciben como un objeto ajeno sino que han naturalizado su uso, sobre todo un uso social, una creencia que es parcialmente cierta -no es en su totalidad porque utilizarlas con mayor frecuencia no siempre indica que el uso sea el más correcto-. De acuerdo con estudios realizados en Estados Unidos en 2015, el 57% de jóvenes de entre 13 y 17 años ha conocido por lo menos a un nuevo amigo a través de un medio digital (Lenhart, 2015), pero tan solo el 8% los ha utilizado con la intención de encontrar pareja (Lenhart, Anderson & Smith, 2015). Es importante señalar que se refiere a casos en que hayan conocido a la persona por primera vez a través del medio digital y luego el presencial, así como se debe de destacar que el porcentaje es significativamente más bajo porque, además, los menores de 18 años tienen prohibido el acceso a aplicaciones para conocer personas, motivo por el cual la mayoría se conoció a través de Facebook. Dos de las estrategias más comunes de estos jóvenes para dar a entender a la persona que les gusta que tienen un interés por ella son agregarlos a Facebook o alguna red social y darle *me gusta* o comentar publicaciones suyas (Lenhart, Anderson & Smith, 2015), es decir, estrategias indirectas enteramente digitales que actúan como esteganografía social (boyd, 2014: 66)<sup>49</sup>.

Uno de los aportes más importantes del teléfono como actante y mediador de acuerdo con la percepción de los adolescentes es porque la comunicación mediada ayuda a mediar el conflicto y reduce el riesgo al momento de mantener una conversación o de presentarse con otra persona, pero a pesar de que estas interacciones mediadas se utilicen para empezar a conocer a la otra persona, la interacción cara a cara sigue siendo la más deseada (Lenhart, Anderson & Smith, 2015). Como actante, el teléfono inteligente puede facilitar que la gente se comporte distinta exagerando o moderando ciertas acciones al momento de conversar con otra persona. La distancia que genera la interfaz del móvil es una barrera entre lo físico presencial –percibido como real– y lo virtual digital –percibido a veces como *menos real*–, distancia real en lo virtual y en lo simbólico, que en muchos usuarios permite un comportamiento menos inhibido del que

---

<sup>49</sup> La esteganografía social consiste en enviar mensajes ocultos a una o varias personas en específico. Estos mensajes suelen estar disfrazados, pero dirigidos de manera que en un contexto adecuado puedan ser comprendidos. Uno de los ejemplos más claros es la publicación de canciones en Facebook que refieran a un estado de ánimo en particular o enviársela a una persona en específico para darle indirectamente ese mensaje asumiendo que entenderá lo que se quiere decir (boyd, 2014).

pueden tener presencialmente. Por ejemplo, 20% de los usuarios de un teléfono móvil han recibido un *sext*<sup>50</sup> contra un 15% de dos años antes, mientras que el 9% dice haber enviado uno contra el 6% del mismo periodo (Lenhart & Duggan, 2014), mientras que en otro estudio se encontró que reconocían en un 31% haber enviado mensajes para ligar a la otra persona así como enviarle fotos o videos sexy como parte del juego del coqueteo (Lenhart, Anderson & Smith, 2015), situaciones que actualmente son comunes –aunque potencialmente peligrosas para los menores de edad que hacen un uso muchas veces poco reflexivo de estos medios–pero que en su mayoría son consecuencia de los recursos del teléfono. Quizás no son los usuarios quienes deseaban expresar sus emociones o intenciones con total transparencia o quienes enviaron una fotografía o video íntimo, así como tampoco el teléfono les obligó a hacerlo, sino que la intención y la posibilidad en su conjunto generaron este resultado, la intención de buscar una respuesta en la persona deseada y la posibilidad del teléfono de utilizar recursos tecnológicos para potenciar la intención que se desea llevar a cabo.

---

<sup>50</sup> *Sex* es el resultado de la mezcla de dos palabras en inglés: *sex* [sexo] y *text* [texto] para referir al envío de mensajes de texto y comunicación a través del teléfono con intenciones sexuales.

## **2.2 Comprender la influencia de Tinder como fenómeno social desde la teoría de las representaciones sociales**

Como seres racionales y seres sociales la comunicación es un proceso complejo cargado de sentidos y significados que se normalizan hasta invisibilizarlos en la práctica. El acto comunicativo no sólo implica hablar o expresarse de alguna manera, sino que en esta acción también se ven involucrados motivos para hacerlo que conducen la intención. La naturaleza de los motivos puede ser diversa y cambiante, desde una niña que tiene que decirle a sus padres que reprobó matemáticas hasta un joven que intenta captar la atención de la chica que le atrae, cualquier escenario es posible, pero siempre se encuentran situados en una representación social que va a definir la manera de actuar de las personas involucradas y por eso cada persona podría optar por un modo distinto, mientras que visto desde una escala mayor, se pueden encontrar tendencias a partir de las características comunes de los individuos observados.

¿Qué son las representaciones sociales? Se trata de sistemas cognitivos que integran creencias, opiniones, estereotipos, valores y normas, y que guían las acciones de los individuos (Araya Umaña, 2006). Todos estos supuestos que tienen las personas tienden a recibir juicios de valor tanto positivos como negativos, ya sea por ellos mismos o por otras personas con quienes conviven, y juicios que influyen en la percepción que tendrán y también posiblemente afectando su acción.

Quando las personas hacen referencia a los objetos sociales, los clasifican, los explican y, además, los evalúan, es porque tienen una representación social de ese objeto (Araya Umaña, 2006: 11).

La función principal de las representaciones sociales es organizar, clasificar y explicar el sentido común asociado con un objeto. Es importante esto ya que, como todo sentido común, se trata de significados asociados invisibles porque han sido naturalizados en la práctica social. El análisis desde estas teorías permite rastrearlos.

La teoría de representaciones sociales tiene su origen en 1961 en “El Psicoanálisis, su imagen y su público”, la tesis doctoral de Serge Moscovici (1979: 4), aunque también la francesa Denise Jodelet ha sido una de las referentes más importantes hasta la actualidad. Su origen tiene una influencia considerable de parte de las representaciones colectivas de Émile Durkheim, un concepto que consiste en que la sociedad impone a los individuos una forma de pensar que éstos

apropian, concientizan y que dota de sentido a las prácticas sociales que realizan, pero se trata de una influencia externa (Durkheim, 1982: 40-41, 171). De esta manera, de acuerdo con él, las representaciones colectivas aparecen cuando:

Un determinado número de hombres reunidos son afectados de la misma manera por una misma circunstancia y son conscientes de esta unanimidad, al menos parcial, por la semejanza de los signos por los que se manifiesta cada sentimiento particular. ¿Qué sucede entonces? Cada cual se representa confusamente el estado en el que se encuentran los demás alrededor de él. Se forman en la mente imágenes que representan las diferentes manifestaciones emanadas desde diversos puntos de la muchedumbre con sus diversos matices[...] Una vez despiertas en mi conciencia, estas variadas representaciones empiezan a combinarse las unas con las otras y con la que constituye mi propio sentimiento. De este modo se forma un estado nuevo que ya no me es propio en el sentido en que lo era el precedente (Durkheim en Ramírez Plascencia, 2007: 33).

Por su parte, Moscovici reconoce esta influencia, pero con una diferencia significativa: la construcción de sentido no es unidireccional, únicamente vertical, de la sociedad hacia los individuos, de una situación o acontecimiento ajeno del que se apropian o forman parte, sino que dice que también lo es horizontal, es decir, entre los propios individuos construyen sentido y lo reproducen, haciendo más grande la representación social o generando matices socioculturales propios de un grupo determinado.

Su papel es dar forma a lo que proviene del exterior, más bien es asunto de individuos y de grupos que de objetos, de actos y situaciones constituidos por medio de y en el transcurso de miríadas de interacciones sociales. Es cierto que reproduce. Pero esta reproducción implica un entramado de las estructuras, un remodelado de los elementos, una verdadera reconstrucción de lo dado en el contexto de los valores, las nociones y las reglas con las que, en lo sucesivo, se solidariza (Moscovici, 1979: 17).

Si bien la teoría de las representaciones sociales está trabajada desde la psicología social, su valor para comprender la comunicación es igual de importante. Nos comunicamos con una intención y ésta se produce a través de una o varias representaciones sociales. En el caso de las relaciones mediadas por dispositivos electrónicos, las representaciones sociales pueden tener un rol todavía más significativo ya que el ejercicio de imaginación en la relación con los otros es mayor por la ausencia de corporalidad y materialización en la comunicación y territorio en el que se produce,

por el hecho de que muchas veces, además, las otras personas son desconocidas y que este proceso ocurre bajo un halo de incertidumbre.

Lo dado externo nunca resulta acabado ni unívoco; otorga mucha libertad de movimiento a la actividad mental que se esfuerza por captarlo. Se aprovecha el lenguaje para cercarlo, arrastrarlo en el flujo de sus asociaciones, investirlo de sus metáforas y proyectarlo en su verdadero espacio, que es simbólico (Moscovici, 1979: 17).

La teoría de las representaciones sociales permite articular al sujeto con el entorno en el que interactúa y desde ahí sus prácticas adquieren sentido (Valencia, 2007), algo que adquiere mayor relevancia cuando se analiza un fenómeno que parece efímero por su naturaleza cambiante, que todavía ha sido poco explorado y que está estigmatizado de distintas maneras, con diferencias según los actores analizados, como el de Tinder. El usuario tiene en este sentido un rol tanto activo como pasivo: construye la representación social de Tinder al compartir con otras personas sus experiencias vividas, pero también su propia experiencia es producto de lo que ha visto, leído o le han contado que le ha ocurrido a otras personas, así como actúa en consecuencia de una representación social acerca de que lo que supone que es Tinder y de un comportamiento supuesto.

El enfoque procesual de la teoría de representaciones sociales desde los aportes de Moscovici (1979) es utilizado para poder organizar y estructurar los significados que asocian con un objeto, en este caso Tinder. Como se recuerda, la objetivación y el anclaje son procesos distintos, aunque paralelos y a partir de ellos se puede elaborar el análisis: en la objetivación se comprende la construcción del objeto a partir de la asignación de una forma, de una imagen, esto es, una representación que permite incorporar un elemento nuevo o desconocido a su propio bagaje, poder nombrarlo y comprenderlo, y algo muy importante, explicarlo, de manera que se pueda seguir reproduciendo. Una vez que se genera una familiaridad con el objeto en cuestión, sea que recién se ha aprehendido o que se ha resignificado, se adscribe en el individuo y en sus acciones afectando su comportamiento, es decir, ocurre un anclaje (Araya Umaña, 2002; Rodríguez Salazar, 2007; Wagner & Hayes, 2011: 153-156). Esto sucede con cualquier representación social, mas no siempre es evidente o se es consciente de ello. Con el propósito de la investigación, se desea conocer si los significados asociados con Tinder y con los otros usuarios afectan el

comportamiento de los usuarios e incluso actúan de manera distinta de como lo hacen en situaciones presenciales, cara a cara.



Figura 1. *Knowledge in context*. Extracto de Jovchelovitch, (2007:32). Recreación propia.

El diagrama que presenta Jovchelovitch (2007: 32) ilustra cómo la construcción de la representación del objeto que es resignificado y adquiere un sentido del que originalmente tenía al encontrarse en un contexto distinto. Por ello, es importante tener presente que el objeto como tal existe más allá del individuo, pero su percepción es una construcción social que hace en paralelo y a partir de terceros. El siguiente diagrama lo explica con mayor claridad.

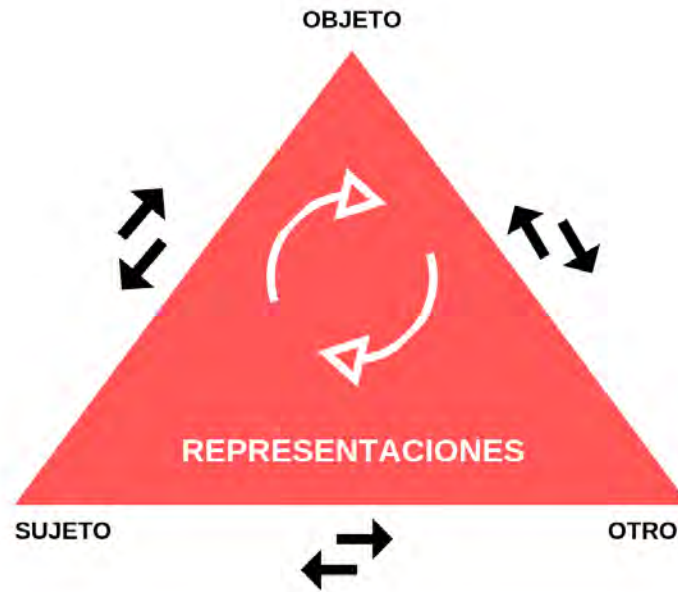


Figura 2. *La arquitectura de las representaciones*. Extracto de Jovchelovitch (2007: 35). Recreación propia.

Si esto se analiza en el caso de Tinder como objeto representado, se puede observar que se están construyendo nuevas representaciones sociales del significado de las relaciones mediadas a partir del rol que desempeña Tinder como mediador entre una persona y la otra, así como por las implicaciones que tiene el significado de Tinder entre ellos y el círculo social del que forman parte.

Todos estos elementos pueden ayudar a describir y delimitar cuál es la representación social que se construye sobre Tinder y sus usuarios, así como las variaciones periféricas que ocurren a partir de ellos: por ejemplo, la percepción de elementos como valores tradicionales, percepción de riesgo de violencia o de situaciones similares, así como descubrir el sentido del estigma entre los usuarios de Tinder. Por otra parte, es a partir de un análisis estructural que se pueden reconocer estos elementos adyacentes.

La Teoría del Núcleo Central es un enfoque de las representaciones sociales distinto del que propone Moscovici. Aunque son muy similares en sus objetivos, no es así en su procedimiento: esta teoría tiene una aproximación cuantitativa, mientras que Moscovici lo hace desde un enfoque cualitativo. Un análisis en conjunto permite tener una visión más completa del sentido de la representación social, pero implica el desarrollo de una investigación de carácter mixto.



La Teoría del Núcleo Central de enfoque estructural fue propuesta por Jean-Claude Abric (2001; Wagner & Hayes, 2011: 138-145) y es útil para hacer una sistematización y jerarquización de los elementos que conforman las representaciones sobre un objeto social, en este caso Tinder, así como para poder describir y encontrar las relaciones que se hacen sobre el *otro usuario* y el estigma al utilizar medios digitales para relaciones personales. Puede operar a partir de un análisis de contenido y de discurso, el primero para identificar tendencias y el segundo para hacer una interpretación con base en el contexto en el que ocurren. En general, permite identificar el núcleo de la representación y los elementos que se encuentran en su periferia, pero más importante aún, la relación que guardan entre sí (Wagner & Hayes, 2011).

Las representaciones sociales, constructoras y construidas por sentido común, están presentes en toda relación social. Al analizar Tinder, esta perspectiva adquiere una mayor relevancia. Toda relación online mediada por dispositivos implica un esfuerzo de imaginación para reconstruir al receptor con quien se está comunicando, pero en este caso el esfuerzo es mayor debido a que se trata de una persona desconocida de quien se tienen únicamente ciertos elementos para tener una imagen de su perfil como lo son las fotos, aunque selectas, no aleatorias; una descripción, dirigida por una motivación de lo que espera encontrar, y algunos datos sociodemográficos que en general se cargan desde Facebook para dar una mayor seguridad de que son verídicos y que la persona es real, aunque no por eso lo garantiza. Dirige el proceso de reconstrucción del individuo y, por supuesto, todo este ejercicio de imaginación inmerso en las representaciones sociales de lo que es Tinder.

Las relaciones online han estado estigmatizadas desde mediados de la década de los noventa, aunque esta percepción ha cambiado significativamente en los últimos cinco años, parcialmente debido al uso de redes sociales y de aplicaciones para conocer personas como Tinder. Aun así, persiste. Es necesario analizar la representación social de Tinder como una aplicación que facilita relaciones que se producen en el ciberespacio, simbólicas y digitales pero reales; que entre algunas personas y grupos están estigmatizadas como exclusivamente sexuales<sup>51</sup>, como falsas en otros, motivos que implican connotaciones negativas arraigadas en lo que alguna vez significaron

---

<sup>51</sup> Uno de los objetivos de Tinder en su comienzo era actuar como un medio que pueda facilitar el acto sexual deseado y aceptado entre las dos partes más allá de la vergüenza que puede haber para expresarlo si se conocieran cara a cara.

socialmente las páginas para citas: un último recurso para personas desesperadas que no pueden encontrar pareja o relaciones sexuales, que no saben interactuar en escenarios presenciales y que tienen que recurrir a estos sitios. Evidentemente, como lo refieren parejas que se conocieron online (Ver pp. 35, 87, 88; Smith, 2015) y los resultados de la investigación (Ver p. 515), este posicionamiento está cambiando, aunque paulatinamente.

### **2.2.1 ¿Una o muchas representaciones sociales en Tinder?**

Ningún usuario llegó a Tinder sin tener alguna mínima noción de qué es la aplicación o por qué la descargaba. La mayoría conoció la aplicación a través de amigos, de alguna serie de televisión o referencia en la web, así como muchos comenzaron a utilizarla por el morbo de saber qué tipo de personas estaban ahí, quizás personas conocidas que no se imaginarían utilizando la aplicación -e irónicamente el propio usuario que muchas veces comienza como voyerista también es uno de ellos-, sólo para buscar sexo casual o sólo para buscar una relación formal, pero también puede ser para buscar sexo casual y acabar encontrando una relación formal, para buscar amigos y acabar encontrando una pareja casual o formal, o, quizás el uso más común, por curiosidad, para sentirse valorados y porque resulte entretenido elegir qué personas les resultan interesantes y cuáles no, entre otros posibles motivos.

Todo lo anterior está inmerso en representaciones sociales evidentemente. Probablemente muchos de quienes buscan sexo casual es porque creen que en Tinder la mayoría busca sexo casual y *justifican* en el imaginario hacer la propuesta directamente, ya que es una proposición que difícilmente se hace a una persona desconocida en un espacio público e incluso a una persona conocida si el contexto no es el apropiado. Quienes buscan una pareja muchas veces se encuentran en un dilema incluso tras haber encontrado a quien consideran una persona ideal para sí mismos, esto debido a que saben que la otra persona también está en Tinder y por ello potencialmente esté estigmatizada como alguien que no busca compromiso o que está saliendo con otras personas, una carga que lleva la relación incluso antes de consolidarse, quizás suficientemente pesada como para impedir que se concluya como tal, como una pareja, por un temor que sólo existe como imaginario o representación social, no por ello menos real.

Así como Durkheim exponía la dificultad para liberarse de las prenociones (1882), tampoco es posible estar fuera de toda representación social. Suponerlo, por lo menos desde esta teoría, implicaría estar en un espacio semántico carente de sentido y significados, es decir, una incoherencia, además de que "fuera del texto existe todo un mundo, pero sin inscripciones no existe mundo social" (Ferraris, 2008: 26). Como seres humanos racionales y sociales necesitamos del sentido común para actuar. Lo construimos y nos basamos en él, un paralelismo continuo.

Las representaciones sociales son entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro. La mayor parte de las relaciones sociales estrechas, de los objetos, producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas están impregnadas de ellas (Moscovici, 1979: 27).

Si bien Tinder fue creado por Sean Rad y su equipo, ha sido co-creado por los usuarios. Basta ver los cambios que ha hecho la aplicación como consecuencia de necesidades sociales que expresaban los usuarios: originalmente sí era con la intención de facilitar el sexo casual acordado entre extraños evitando la incomodidad del tabú del tema, pero las personas comenzaron a utilizar la aplicación por muchos y diversos motivos, así que fue necesario moderar su discurso. Por otra parte, también en sus primeros años, Tinder no le dio suficiente importancia a la diversidad de orientaciones sexuales y de género limitando a pocas opciones de identificación de sus usuarios; no obstante, esto cambió y se ampliaron las posibilidades llegando a más de 35 identificaciones de género<sup>52</sup> (Bermejo, 2017; Tinder, 2016d).

Desde hoy, independientemente de cómo te autoidentifiques, podrás expresar tu auténtico yo en Tinder [...] Nadie será jamás expulsado de Tinder debido a su género. En el pasado no teníamos las herramientas adecuadas para servir a nuestra diversa comunidad, pero eso ha cambiado hoy. Además de esta nueva funcionalidad, estamos aprendiendo a ser unos mejores aliados para las personas transgénero y las comunidades de géneros disidentes, aportando recursos adicionales a nuestro equipo de soporte, incluida la educación de nuestro personal en cuanto a los retos a los que hacen frente esas comunidades (Tinder, 2016d).

---

<sup>52</sup> La diversidad de opciones de diversidad sexual atiende la necesidad de normalizar la libertad de identificarse uno mismo y no que lo haga la sociedad. Esta opción no es exclusivamente un recurso solidario de Tinder, sino que responde a que recibían críticas porque algunos usuarios se sentían excluidos o no se sentían cómodos con las [antes] limitadas opciones que ofrecía, en particular usuarios trans.

Estos cambios no se produjeron exclusivamente desde arriba, desde los directivos de Tinder, sino que los propios usuarios hicieron visible una necesidad de poder identificarse y relacionarse mejor: 1) explícita, en contadas ocasiones, debido a que se enviaban correos al contacto de la empresa para sugerir estas adiciones e 2) implícita, cuando la compañía, a través de la interpretación del uso que hacen de Tinder los usuarios y a partir de los algoritmos sobre los que se llevan a cabo estas prácticas, reconoce patrones y encuentran necesidades que harían más atractiva la aplicación como negocio que es. Estas necesidades, ocasionalmente implícitas e inconscientes, en otras evidentes, son producto de representaciones sociales.

Sabemos que no hemos sido perfectos en el pasado. Si crees que se te expulsó equivocadamente de Tinder debido a que otro usuario te denunció injustamente debido a tu género, te queremos invitar a que vuelvas a nuestra plataforma (Tinder, 2016d).

De acuerdo con el estudio realizado por Aaron Smith para Pew Research sobre las citas producto de relaciones online, entre las personas que reportaron considerar su uso como una experiencia potencialmente negativa, el 45% de los encuestados indicó que es una de las formas más peligrosas de conocer personas; un 31% opinó que debido a estas citas a la gente le cuesta cada vez más trabajo ‘sentar cabeza’ y elegir una pareja a largo plazo ya que es muy fácil encontrar a alguien más, y el 16% consideró que las personas que recurren a estos medios están desesperadas, de las cuales 53% son mujeres y 38% son hombres (Smith, 2016). Estos resultados son indicadores importantes porque se refieren a una representación social común entre un grupo significativo de personas y que se ha llevado desde los orígenes de las relaciones online con Match.com y las otras páginas para citas, percepciones sobre la infidelidad y la imposibilidad del compromiso, así como de que quienes usan estos espacios están desesperados, que se siguen repitiendo hoy en día, 22 años después. No obstante, debe de enfatizarse que los datos se refieren exclusivamente a quienes ya percibían que era una experiencia negativa y que es una proporción considerablemente menor que quienes la consideran positiva de acuerdo con Smith (2016), así que el estigma ha disminuido.

Muchos factores están involucrados en el uso de Tinder. Es posible que una representación social varíe de acuerdo con la edad de los usuarios –como se analiza en el cuarto capítulo– y esto podría deberse parcialmente a que hubo una transición de medios tradicionales a medios digitales, de relaciones exclusivamente cara a cara a relaciones que se complementan en espacios

digitales, pero además en el caso de los más jóvenes son quienes han crecido bajo la exposición de redes sociodigitales como Tinder, pero también como Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram y otras, redes que conectan personas e invisibilizan distancias (Virilio, 1997), que materializan el instante a través de una inmediatez que rige las interacciones, usos y apropiaciones que no son exclusivas de los más jóvenes, aunque sí conforman el grupo más amplio de usuarios. Los cambios en la percepción de la identidad y la privacidad desde espacios digitales hacen que las representaciones sociales varíen de acuerdo con las personas que las producen.

En el estudio dirigido por Lenhart y Smith para Pew Research se puede observar un ejemplo de lo anterior. Se encontró que los adolescentes indicaron que se sienten poco importantes o rechazados cuando se comunican con su pareja y ésta no les contesta inmediatamente, sobre todo si tienen la certeza de que su mensaje fue recibido y leído (2015). Sobre este tema, también indicaron que otro factor negativo es que se sienten vigilados en cualquier momento lo que puede implicar futuras discusiones y celos con su pareja ya que sus vidas están continuamente expuestas en las redes sociodigitales. Además, un 27% indicó que su pareja los ha rastreado en alguna ocasión para saber dónde están, así como otro 27% indicó que ahora se sienten más inseguros o celosos en su relación (Lenhart, Anderson & Smith, 2015), factores que son consecuencia de la inmediatez mencionada que analizan Bolter (2010) y Virilio (1997) desde posiciones opuestas y que rige cada vez en mayor medida la comunicación entre personas, con la información y con el mundo en la actualidad. Esta inmediatez, que ahora se puede sentir más *lenta* -si es que esto tiene sentido- porque nos acostumbramos a ella, será una tendencia en los años por venir.

La inseguridad de algunos jóvenes por no sentirse valorados, respecto a su pareja o personas a quienes desean agradarles es común con el crecimiento de redes sociodigitales. En palabras de Paula Sibilia, como se ha mencionado, la intimidad se ha convertido en un espectáculo (2008), la privacidad es ahora un bien que se vende o que se ignora por intentar alcanzar un fin mayor: la visibilidad y el reconocimiento. Los adolescentes están compartiendo más información sobre sí mismos en las redes de lo que hacían en el pasado y esto se debe a que no muestran una gran preocupación porque personas desconocidas puedan estar viendo su perfil (Madden, et.al., 2013), sino lo contrario, en muchos casos lo que buscan es esa visibilidad y ésta tiende a ser incomprendida por los padres (boyd, 2014; Turkle, 2015), reflejando una brecha generacional.

Hablar de representación social es hablar de representaciones sociales, en plural, ya que no existe sólo una ni tampoco éstas son fijas y definidas. Están en constante construcción. Son compartidas, pero no por todos. Quienes las comparten, tampoco las conciben de manera idéntica. La dificultad para definir las es precisamente su riqueza: imágenes y procesos mentales compartidos por individuos cualquiera, independientemente de su edad, raza, religión o lengua, contextualizados en un espacio-tiempo desde donde adquieren o crean un sentido común. La diversidad y aparente ambigüedad de las representaciones sociales ha sido criticada<sup>53</sup> (Mireles Vargas, 2011), pero esta debilidad se convierte en fortaleza si se hace un reconocimiento de individuos, elementos y procesos situados en un contexto específico. Éstas parten de una representación social, pero se debe recordar que ésta también está vinculada y reproducida por la experiencia particular que, al relacionarse con otras personas y otras experiencias, puede generar una perspectiva distinta sobre un determinado elemento. Por ello, no son construcciones definidas, fijas o permanentes, ni tampoco completamente generalizables, motivo por el cual un análisis sociocultural de las diferentes apropiaciones es necesario.

Se puede analizar un ejemplo. Hay un dicho popular que dice que “en gustos se rompen géneros” y tiene algo de verdad. La belleza y la moda se pueden analizar como representaciones sociales porque son valores que la gente se apropia y percibe como socialmente deseados y con base en ello actúa. Pero no son universales ni tampoco estáticos o permanentes. Por ejemplo, en culturas antiguas era deseado que las mujeres fueran voluminosas y así eran representadas en figuras y objetos, mientras que ahora ese perfil está estigmatizado. Actualmente, los medios masivos de comunicación han ayudado a difundir un ideal de mujer muy delgada que se dirige tanto a las mujeres –para que deseen verse así–, como también a los hombres –para que deseen que las mujeres se vean así y lo hagan en consecuencia para resultar atractivas–, una representación social que puede situar a la mujer en la periferia del hombre, que la objetiviza, y que hoy en día persiste, aunque tampoco por ello es universal ya que el tipo ideal de belleza y de moda también depende de diferencias socioculturales que se deben de tener en consideración.

---

<sup>53</sup> La teoría de representaciones sociales ha sido criticada en tanto *teoría* porque carece de una definición clara de representación y porque no tiene una exactitud en su método. Las críticas son también consecuencia del tema que trata: el sentido común y el pensamiento, temas que no pueden objetivizarse y para los cuales es difícil repetir y situar en un solo marco de análisis. Por ello, los análisis deberán estar situados y especificados para comprender desde donde adquieren su sentido.

La representación social de Tinder se construye entre quienes son usuarios de la aplicación, pero también influyen los comentarios y percepciones de quienes no son usuarios o que alguna vez lo fueron (Ver p. 492-498). A pesar de que no puedan tener una representación social directa de lo que es Tinder, sí construyen un sentido indirecto a través de los usuarios y de las opiniones y creencias que tienen acerca de lo que ocurre en la aplicación que, precisamente, repercute en los usuarios activos, generalmente en forma de estigma. Entre quienes no la usan, pero pueden conocerla también están los padres de los usuarios de Tinder que pueden tener una representación social distinta debido a que está influida por otros elementos como lo son la relación con extraños que potencialmente podrían ser perjudiciales para sus hijos<sup>54</sup>, un conocimiento parcial de lo que es la aplicación y la posible brecha digital que pueda generar una sensación de distancia e impotencia por comprender en qué puedan estar metidos los hijos (Turkle, 2015; boyd, 2014). Y por supuesto se tiene que considerar que la experiencia en Tinder se vuelve subjetiva dependiendo del éxito o fracaso de las experiencias de los usuarios activos y de cada caso en particular, así como de la influencia de factores externos como la inseguridad, el hecho de que sea una gran ciudad o un pueblo, la religión, entre otros. Asimismo, se debe de precisar que quizás el factor que más pueda influir en el imaginario de Tinder es la experiencia de terceros que son cercanos al usuario o usuaria: cuando una amistad –o una persona a la que se estima y cuya opinión se aprecia– usa Tinder y lo valida porque ha tenido buenas experiencias, es en ese momento que puede afectar positivamente la percepción que tenga de la aplicación y en consecuencia la manera de utilizarla.

En conclusión, las representaciones sociales construyen una mirada de análisis muy importante para tratar temas del sentido común, aunque no implica que deba de haber un consenso siempre. No hay un modelo estricto sobre cómo debe de hacerse el análisis de las representaciones sociales –lo que ha propiciado críticas–, pero incluso Moscovici hizo énfasis en que la teoría no debe de convertirse en un dogma, sino que debe de permanecer abierta y discutida. No es lo

---

<sup>54</sup> Sherry Turkle y danah boyd han trabajado durante su trayectoria con jóvenes y la apropiación tecnológica que hacen en su vida cotidiana ya sea en la relación con sus padres, amigos, pareja, y también aspectos como la intimidad, la privacidad y la intimidad. Al respecto de la relación entre padres e hijos, las autoras, cada una en sus propios trabajos, analizan algunos de los conflictos que se producen, sobre todo en relación con la pérdida de autoridad de los padres y la capacidad de supervisión de las actividades de sus hijos, algunas veces consecuencia de una brecha digital y otras por el empoderamiento de las redes y la dificultad de rastreo de las actividades de los demás. La pérdida de control [padres], por un lado, y la necesidad de liberarse y mostrarse al mundo [hijos], por otro, son algunas de las tendencias estudiadas por las autoras.

mismo hablar de la representación social de las relaciones online a finales de la década de los noventa que hacerlo hoy en día tras el impulso que ha motivado la exposición de la intimidad en redes sociodigitales aun cuando la orientación de éstas no es la de citas o encuentros. Es importante hablar de representaciones sociales en plural ya que, como en los ejemplos mencionados recientemente, tienen en común una influencia externa debido a que su construcción nunca es aislada, sino que es social, ocurre en relación con otros actores y elementos y está sujeta a modificarse con la experiencia y a influir en ella. Por estos motivos, siempre que se haga análisis de representaciones sociales debe de situarse en un espacio y tiempo determinado.



### 2.3 La virtualización del self y el self digital: del proceso de digitalización del cuerpo y de la identidad al performance de la comunicación

Para comprender Tinder, es preciso tener presente que la convivencia en espacios digitales supone un territorio distinto de lo presencial, aunque no por ello significa que esté en disputa. El acceso a las redes sociodigitales implica entrar a un espacio que no tiene una presencia física tangible, un *espacio de los flujos*<sup>55</sup>(Castells, 1996) estructurado por nodos que conectan y dan sentido a la información. Como consecuencia de la conversión de lo analógico a lo digital, el almacenamiento, alcance y velocidad de la información adquiere nuevas dimensiones porque se digitaliza. Mientras que la información debe de digitalizarse, las personas tienen que pasar por un proceso similar, pero todavía más complejo, en el que hacen una conversión de su persona y de su presencia física en un avatar, creando una presencia digital adicional a la presencial. Redes sociodigitales<sup>56</sup> como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat o Tinder están constituidas por algoritmos que organizan los datos y relacionan al usuario con un servidor, así como con otros usuarios y contenidos a través de éste. Los dispositivos que se utilizan para el acceso a estas redes actúan como mediadores que permiten mostrar elementos de la realidad física, presencial y tangible en una interfaz en la que aparece una versión digitalizada y, por ello, virtual.

Este apartado es muy importante para comprender conceptos que se van a seguir utilizando a lo largo del análisis en los capítulos 4 y 5. En un primer momento, se plantea una reflexión sobre lo que implica la realidad de Tinder desde su naturaleza digital como un espacio de interacciones poco definido; en segundo lugar, se describe el self como performativo y mutable precisamente por su naturaleza digital, así como los diferentes usos que se han hecho de éste para el análisis y así concluir con una problematización acerca de si acaso Internet está haciendo visible un self

---

<sup>55</sup> Espacio de los flujos es el término que utiliza Manuel Castells en el primer tomo de La Era de la Información cuando entreveía el potencial de relacionarse más allá de un espacio físico definido. Asimismo, posteriormente aclara que no es un espacio completamente nuevo, sin límites y aislado, sino que sus fronteras también son las políticas y geográficas desde donde se establece la comunicación. Esto es el fin del ciberespacio como un “espacio sin espacio”. (Rogers, 2015)

<sup>56</sup> Es válido cuestionar hasta qué punto todas éstas son redes sociodigitales: en Twitter e Instagram las personas pueden compartir con un gran auditorio, pero hay poco seguimiento y carecen de solidez y estructura muchas de las interacciones que se establecen. Snapchat, efímero por naturaleza, lo complica todavía más y en general consiste más en un intermediario entre dos personas que con un auditorio mucho más amplio. Con Tinder ocurre lo mismo. No obstante, todas ellas –de manera que todavía podría generar polémica y que invita a la reflexión–, todavía pueden considerarse redes sociodigitales, aunque dirigidas por intenciones y posibilidades distintas.

verdadero, performativo o de qué naturaleza debido a que aparece como producto de una mediación tecnológica. Con esto, se analizan la virtualización del self y el self digital, conceptos propuestos para situar el análisis del individuo como un usuario de Tinder desde la mediación tecnológica.

### **2.3.1 La realidad de Tinder**

Pensar en lo virtual y en lo digital, que son cosas distintas, puede ser más complejo de lo que aparenta. Para empezar, es común que la primera impresión que se tenga al respecto esté asociada con algo que no es real o que, por lo menos, en el imaginario es *menos real*, todo esto debido a su naturaleza intangible. A pesar de ello, en esta investigación se insta a pensar en lo virtual como algo real y a que las manifestaciones digitales son también reales.

Las interacciones que ocurren en Tinder parten de un proceso de digitalización necesario para poder operar a través de los distintos dispositivos. Esta digitalización supone una virtualización en tanto que es una transformación de un estado a otro que puede llevar valores agregados propios de la naturaleza del medio utilizado. En Tinder, además, es el usuario quien tiene la capacidad de dirigir su propia virtualización al digitalizarse de acuerdo con las características que considere deseadas.

Por digitalización se comprenderá un proceso que consiste en la conversión de información analógica a digital, por ejemplo, un libro que es escaneado o una fotografía que captura un paisaje a través de un teléfono móvil, cambiando su naturaleza para ser interpretada y almacenada con dígitos en algún dispositivo. Esta captura no afecta la esencia del objeto digitalizado, sino que lo reproduce en un entorno nuevo, binario, modificable. Dicho lo anterior, la digitalización es tan solo un proceso de conversión a datos, mientras que la virtualización ya conlleva una intención de transformación. Es la intención una de las principales diferencias entre estos dos procesos.

Pierre Lévy describe lo virtual como algo que puede realizarse, pero no se sabe cómo ni si lo hará, pero existe esa posibilidad, esto es, se trata de algo que existe en potencia (1999), mientras que Ryan (2010), en oposición a Baudrillard, hace énfasis en recordar que lo virtual no tiene por qué ser lo falso y que es una idea que debe de ser superada. Como se puede apreciar, esta

definición de lo virtual trasciende la naturaleza de lo digital y tiene raíces en la filosofía, por lo que su alcance es mucho más amplio. A partir de esta definición, lo virtual también se utiliza para referir al efecto que algo pueda tener, pero que se desconoce cuál será o si existirá. En estos casos, lo virtual se comprende como una posibilidad, esto es, se trata de algo de naturaleza incierta, no definida.

Por motivos de interés de la investigación, lo virtual se comprenderá relacionado con lo digital. En este aspecto, tiene dos funciones principales: en primer lugar, *convertir* la presencia de una persona en forma digital y, en segundo lugar, poder actuar a distancia. En realidad, las acciones de los individuos pueden no ser inmediatamente visibles, por lo menos en su consecuencia, pero son reales a través de la mediación del dispositivo utilizado. Para ilustrar con ejemplos: la fotografía que se toma con un dispositivo móvil digitaliza la realidad y la captura, pero también se virtualiza porque ésta queda sujeta a modificarse y a recrearse una vez que, en este caso, adquiere una naturaleza digital, por ejemplo al utilizar filtros u otros recursos de edición; otro caso sería el de escanear un libro: al hacerlo, la edición y difusión del mismo tiene un alcance que sería imposible con la versión analógica, impresa, debido a que no puede modificarse mientras que la digital sí, todo esto sin alterar la obra original.

¿Dónde queda lo digital en esta reflexión? Sin entrar en una discusión filosófica en profundidad, se puede asumir que la realidad material existe independientemente de la percepción que una persona tenga de ella. La noción de una *realidad digital* va a hacer referencia a todo lo que ocurre a través de dispositivos digitales, como la creación o intercambio de información o el uso de canales de comunicación, y que adquiere facultades que la hacen manipulable debido a su carácter virtual. La insistencia por referir a una realidad digital cumple dos funciones:

- a. Aclarar que ocurre exclusivamente a través de dispositivos digitales desde donde es creada y reproducida.
- b. A pesar de su carácter intangible, lo que ocurre ahí también es real. La información que se produce y las relaciones entre individuos que pueden suceder en este espacio son reales.

Esta aclaración es pertinente debido a que es común pensar en lo digital como algo que no es real, o en el mejor de los casos, que es menos real. Esto mismo sucedió cuando los usuarios

entrevistados en diferentes momentos se refirieron a las relaciones ocurren en Tinder como algo que no es real, relacionándolo en su imaginario con un juego por su carácter digital, o bien debido a que es más fácil mentir y hacer un performance cuando se trata de relaciones que son mediadas. Pero es real y en las relaciones presenciales también es común la mentira y el performance. En Tinder se percibe una versión digitalizada tanto de las personas como de las conversaciones y relaciones que se inician, pero detrás de la aplicación hay una persona con intenciones y emociones reales.

### 2.3.2 La virtualización del self

La virtualización es un proceso que involucra diversos actores y actantes. Cuando una persona lee un texto en Wikipedia, la estructura de este sitio, y en particular del texto, influyen en el lector, pero también lo empoderan debido al uso de hipertextos que le ofrecen una libertad de elección sobre la dirección que quiera tomar al hacer la lectura, algo que finalmente influye en el sentido de su interpretación. Con el hipertexto la lectura ha dejado de ser lineal y se vuelve personalizada, libre para que el usuario –como actor– decida de acuerdo con sus intereses qué y cómo va a leerla, ya que al tratarse de una lectura hipertextual –como actante– permite que se siga haciendo de manera lineal, pero también facilita dar clic en palabras o temas que sean de su interés para profundizar en ellos y que enriquezcan la comprensión del texto más allá de lo elemental transformando al usuario como lector en un tipo de *escritor* o *editor* ya que es éste quien *reescribe* el texto al decidir qué dirección tomará, una tendencia que trasciende los límites tecnológicos hasta incorporarse en prácticas sociales.

Los nuevos medios interactivos permiten que cualquiera se convierta en autor y narrador de un personaje atractivo, alguien que cotidianamente hace de su intimidad un espectáculo destinado a millones de ojos curiosos de todo el planeta. Ese personaje se llama *yo*, y desea hacer de sí mismo un show”. (Sibilia, 2008: 297).

Debe quedar claro que la virtualización no implica de ninguna manera una desrealización, esto es, que al virtualizar algo esto no deja de ser menos real, sino que adquiere una dimensión distinta. Uno de los ejemplos más comunes es el de la realidad virtual que ha incrementado su popularidad en los últimos años por el desarrollo de aplicaciones para los dispositivos móviles y por el

desarrollo de la realidad aumentada y, en conjunto, de la realidad mixta<sup>57</sup>, cuyas funciones son complementar y potenciar la realidad material sin alterarla, todo desde una dimensión digital a través de dispositivos especializados.

Cuando una persona, una colectividad, un acto, una información se virtualizan, se colocan ‘fuera de ahí’, se desterritorializan. Una especie de desconexión los separa del espacio físico o geográfico ordinario y de la temporalidad del reloj y del calendario. (Lévy, 1999: 14)

Lo que hace la realidad virtual, como lo han hecho los videojuegos, por ejemplo, es crear mundos artificiales en entornos digitales en los cuales las personas pueden interactuar con los elementos que ocupan ese espacio. Si bien los mundos de los videojuegos no son reales, son virtuales en tanto que están sujetos a modificación, están basados en elementos comunes con la realidad y se interactúa con ellos desde la misma. Un ejemplo más ilustrativo de los alcances de lo virtual es el de Second Life, un mundo virtual<sup>58</sup> al que se puede acceder desde computadora que, como su nombre lo indica, consiste en una *segunda vida*, una oportunidad para ser aquello que no has podido ser en la vida real, una premisa que atrajo a millones de usuarios y lo convirtió en uno de los juegos más populares de la primera década del 2000. Para entrar a Second Life era necesario virtualizarse uno mismo al crear un avatar, es decir, su propia representación o reencarnación digital, ya sea que tuviera un parecido casi idéntico con la apariencia propia o, por el contrario, que mostrara una representación de cómo le gustaría a la persona verse en realidad. Es importante señalar que el objetivo de este juego está basado en la interacción con las otras personas, o bueno, avatares, representaciones de personas, a través de la computadora con la posibilidad de usar texto y audio, si se desea, para aumentar la percepción de realidad. A pesar

---

<sup>57</sup> A grandes rasgos, la realidad virtual consiste en crear una nueva realidad generalmente a través de recursos digitales como los videojuegos, por ejemplo. Por otra parte, la realidad aumentada consiste en utilizar un dispositivo para visualizar la realidad a través de éste agregando información que no está físicamente ahí ni que es tangible, pero que agrega más elementos sobre lo que se está observando, como aplicaciones para museos, compras o juegos. La realidad mixta incorpora elementos de la realidad virtual y de la realidad aumentada generando una sensación más inmersiva y completa de la realidad a través de la mediación de un dispositivo.

<sup>58</sup> Los mundos virtuales son plataformas digitales creadas para que los usuarios puedan interactuar entre sí a partir de uso de avatares. Se les conoce como mundos virtuales y no como videojuegos porque el fin último no es la competencia, sino la interacción como si se tratara de la misma realidad, pero con las libertades que un mundo virtual ofrece, esto es, la recreación de la identidad y de la apariencia de uno mismo, así como del lugar en el que se encuentra.

de que todo esto ocurre dentro de un mundo virtual, las interacciones que se producen entre usuarios, personas, se perciben como reales porque son reales.

El caso de Second Life, como también de otros videojuegos, redes sociodigitales e incluso foros de discusión en la web, blogs y todos aquellos espacios que implican la creación de un avatar o de un perfil para poder interactuar con otras personas, tienen en común procesos de virtualización del cuerpo y de la identidad, distintos entre sí pero que a su vez se complementan. Al respecto, Lévy recuerda que cuando se virtualiza un cuerpo, se generan dos tipos de proyecciones: la de la acción y la de la imagen, la primera que se refiere a que otros dispositivos extienden la facultad para llevar a cabo una acción y la segunda a la capacidad de proyectar nuestra imagen virtualizada en tiempo real en diferentes dispositivos y espacios (1999: 20).

### **2.3.2.1 ¿En qué consiste la virtualización del self?**

Por virtualización del self se entenderá un proceso de digitalización y de adaptación del cuerpo y de la identidad de una persona en un entorno digital, una conversión a usuario. No es simplemente una digitalización porque no se trata de un duplicado de la persona, sino que también consiste en un proceso de performatividad y adopción de características específicas en función del reconocimiento de las cualidades de un escenario específico al que se desea ingresar y de los otros actores que forman parte de él.

Es difícil pensar en una interacción social libre de un performance ya que, como señalaba Erving Goffman (1967; 2001), los individuos desempeñan múltiples roles de acuerdo con la situación en la que se encuentren y de las personas con las que se relacionen: un individuo puede asumir diferentes roles y comportamientos como padre, como hijo, como pareja, como hermano, como colega, como jefe, como estudiante, como cliente, como vendedor, etc., roles que no se enseñan, sino que se aprenden en la práctica y como producto de la experiencia en otras interacciones sociales. Las redes sociales no son la excepción y también es muy común hacer un performance de acuerdo con las personas con las que se esté interactuando, así como dependiendo de la plataforma desde donde se haga: si es una videollamada, si es por mensajes de texto, si se están enviando archivos multimedia, si se comunica a través de un foro de discusión con cualidades

específicas, si lo hace en su muro de Facebook donde lo verán sus amigos o si está comentando una publicación ajena o un tuit del que se desconoce quiénes serán su auditorio, entre otros tantos ejemplos, ilustran las diferencias en los escenarios en los que puede desempeñarse este performance.

El performance está presente tanto en interacciones digitales como en las presenciales, lo que significa que es de carácter social y que no está restringido al escenario o plataforma donde se realice la interacción. No obstante, estas dos realidades proveen diferentes maneras de relacionarse y de autopresentarse, distinguidas en primer lugar por la mediación que ocurre en lo digital. Esto significa que el performance adquiere un sentido distinto y que, particularmente, el manejo de las impresiones (Goffman, 2001) adquiere una relevancia todavía mayor debido a que se hace rastreable y analizable si se observan los comportamientos en redes sociodigitales ya que dejan registro (Ferraris, 2008).

La virtualización del self ocupa dos elementos que se mencionaron anteriormente: la del cuerpo y la de la identidad. Como se indicaba, la virtualización no supone que la digitalización sea simplemente un duplicado y que la persona sea la misma o por lo menos intencionalmente semejante a como lo es fuera de la dimensión digital, sino que también influye la autopercepción y el reconocimiento del escenario y de las personas con las que va a interactuar, elementos que se manifestarán en su propio proceso de virtualización.

El cuerpo virtualizado actúa como un avatar, una representación de la persona que le permita interactuar dependiendo de los recursos que ofrece la plataforma a la que ha ingresado ya que sus especificidades pueden influir en la construcción de sí mismo (Papacharissi, 2002; Jensen & Gilly, 2013). El avatar puede ser una *persona recreada* en Second Life, un perfil en Facebook, Twitter o algún blog, o una representación de sí misma que le permita convivir en tiempo real en otra parte del mundo con otros usuarios con dispositivos de realidad aumentada y realidad mixta. A modo de insistencia, esta virtualización no es una desrealización (Lévy, 1999), sino que se adquiere un *cuerpo* nuevo para poder acceder a una dimensión o realidad digital en donde se puedan generar interacciones que de otro modo son imposibles o muy difíciles de realizar, esto es, conversar en tiempo real con alguien que se encuentra a 1500 kilómetros de distancia, participar en una videoconferencia con diez personas que no están físicamente presentes, tomar un curso de idiomas con personas nativas de países distintos, aprender física cuántica tomando

una clase virtual de una universidad en otro continente sin salir de su casa, entre otros ejemplos que recuerdan que el producto de estas interacciones es real.

La virtualización del cuerpo no es, por tanto, una desencarnación sino una reinención, una reencarnación, una multiplicación, una vectorización, una heterogénesis de lo humano (Lévy, 1999: 24).

La virtualización del cuerpo que experimentamos hoy, al igual que la de las informaciones, los conocimientos, la economía y la sociedad, es una nueva etapa en la aventura de la autocreación que perpetúa a nuestra especie (Lévy, 1999: 34).

Al virtualizar el cuerpo, se virtualiza también la facultad de las acciones que puede realizar el individuo y por ende son condicionadas o potenciadas por los recursos tecnológicos que se utilicen. Es una oportunidad para reinventarnos, como sugiere en una entrevista Naief Yehya.

Una de las grandes ventajas que es esta herramienta digital es podernos reconstruir, poder reinventar, poder ser lo que queremos, tener varias alternativas, tener una fluidez de género (que además ya se refleja en nuevas maneras de asumir y de ver y entender la sexualidad). Lo que está pasando en la red es un experimento, uno del que hemos sido voluntarios sin saberlo. Estamos experimentando con nuestros propios cuerpos, con las percepciones de lo que somos y queremos ser. Es un gran laboratorio de la identidad. Entonces, el hecho de que seamos muchos o seamos ninguno, es una más de las posibilidades que da esto. Podemos reinventarnos, podemos vivir vidas que nunca tuvimos. Esto es un gran potencial (Aguilar, 2016).

Para Deborah Lupton existen cuatro dimensiones de la acción de la virtualización del cuerpo [o de la digitalización, como ella lo maneja, aunque en este trabajo ha sido adaptado]: 1. (...) redes sociodigitales, aplicaciones móviles, entre otras; 2. llevar dispositivos electrónicos en el cuerpo, los denominados *wearables*, que permiten interactuar con el mundo y con otras personas a través de ellos; 3. los dispositivos que permiten llevar un seguimiento del cuerpo y rastrear por GPS su ubicación o reconocer lo que sucede dentro del mismo y 4. cuando se generan nuevos contenidos intelectuales propios de los usuarios, valga la redundancia, a partir del uso de los mismos (Lupton, 2015: 187). Éstos son algunos ejemplos de la encarnación de las prácticas digitales a través de cuerpos virtualizados que plantean que somos más ciborgs de lo que nunca antes habíamos sido (Ver pp. 81, 82), que las relaciones ya no las tenemos únicamente a través de los dispositivos sino también con los dispositivos (Lupton, 2015: 168).



El cuerpo es sólo una parte de la virtualización del self. También se debe de analizar la virtualización de la identidad que, a diferencia de la del cuerpo, implica la posibilidad de modificarla a través de esta entidad virtual recién creada que se genera en el dispositivo electrónico para poder iniciar una comunicación con otras personas, usuarios. Esta performatividad, que puede ser con la intención de manipular o dirigir impresiones, no siempre es a partir del deseo de mentir y engañar a otros, sino que puede ser que las interacciones digitales mediadas por tecnologías le permitan al individuo actuar con mayor confianza al sentirse con el control de la situación debido a que puede elegir las palabras y los tiempos de la conversación en contraste con la espontaneidad de las conversaciones cara a cara.

El ejercicio de construcción de la identidad y del reconocimiento de los otros es constante y finalmente puede estar condicionado por la intención última de querer conocer a las personas de manera presencial o no. Siempre podrá haber una duda sobre quién es la otra persona, motivo por el cual se genera un proceso de verificación de la identidad digital del otro como una identidad real, un proceso que lleva tiempo, y que, en algunos casos, dependiendo de la naturaleza de la plataforma, se verifica a través de un proceso de triangulación con otras redes sociodigitales que ayuden a completar esta identidad en relación con el otro individuo involucrado como puede ser al agregarse en Facebook o en WhatsApp –aunque no por ello significa que los perfiles son verídicos–, o bien fotografías o audios de la persona en cuestión aumentando la percepción de que la otra persona es real, y, en última instancia, una vez que se genera un encuentro cara a cara. Al final, la verificación de la identidad está sujeta a las intenciones de los individuos involucrados y al deseo de concretarla. Si una persona desea mantener sus interacciones limitadas al espacio virtual, la identidad o, como podría sugerir Goffman, el personaje que construya no está obligado a ser verificado y tendrá más libertades para ser quien desee ser, pero si el resultado final es conocer a otros individuos fuera del espacio virtual, entonces la representación virtual que ha construido debe de ser congruente con su identidad presencial.

Las diferencias entre virtualización del cuerpo y de la identidad son evidentes, así como lo es la relación que guardan entre sí: forman parte de un proceso de virtualización del self.

Son muchos los roles que se pueden adoptar en una interacción digital. Por ejemplo, se podría cuestionar cómo es que un mago o un troll en un videojuego de rol para computadora, o un

filtro de perro para modificar la apariencia en tiempo real en Snapchat<sup>59</sup>, puedan ser considerados como una versión digital de uno mismo, pero lo son: la elección de esa apariencia en particular fue hecha por los usuarios como una manera de reinventarse y muchas veces es un reflejo de su personalidad, aun si no siempre de su apariencia. No importa si es ficticia o real, no importa si es un videojuego o una fotografía con filtros, lo que importa es que en la elección puede haber una intención de significar algo o de crear pertenencia, aunque incluso a veces el propio sujeto no es consciente de ello. En Second Life, por ejemplo, se puede elegir el género del avatar y la apariencia del mismo, lo que permite hacer un avatar que tenga una apariencia idéntica a la del usuario como también puede ser uno con la apariencia y cualidades que desearía tener aun si no son acordes con la que se posee, sean éstas en relación con el género, con la vestimenta, que refieran a un nivel socioeconómico o estilo de vida deseados, como advertía Yehya (Aguilar, 2016), o características fantásticas que de alguna manera reflejan o complementan su identidad.

Al virtualizar el self, la persona puede hacer un manejo de las impresiones más controlado de acuerdo con lo que quiera que vean en ella “(...) porque bajo el imperio de las subjetividades alterdirigidas, lo que se *es* debe *verse*, y cada uno es lo que muestra de sí mismo.” (Sibilia, 2008: 268) Así, el uso de redes sociodigitales ha ampliado las formas y escenarios del espacio público hacia lo virtual. El alcance y el tipo de relaciones están cambiando. Cada vez más elementos convergen entre sí en función de representaciones sociales y objetivos perseguidos, así como también varía la experticia sobre cómo utilizar y para qué las herramientas que ofrecen los dispositivos digitales. No es lo mismo utilizar LinkedIn –para buscar trabajo– que Snapchat –para generar contenidos efímeros–, ni Facebook –relacionarse con un grupo selecto de amigos aprobados– que Twitter –contenidos breves dirigidos a un auditorio desconocido y en apariencia ilimitado de personas– y, como es el objetivo de esta tesis, tampoco es lo mismo utilizar estas redes mencionadas que Tinder y otras aplicaciones para citas y para conectar gente porque están cargadas de un sentido de uso específico.

---

<sup>59</sup> Los filtros que ofrece Snapchat funcionan a partir de la realidad aumentada, esto es, agrega elementos digitales al mundo presencial a través de la interfaz del dispositivo. En este caso, el filtro de perro fue uno de los más utilizados y consiste en que, a partir del reconocimiento facial, detecta uno o dos rostros de personas y agrega una apariencia interactiva de un perro a los usuarios.

### 2.3.3 La creación de un self digital

El self ha sido estudiado desde la sociología y la psicología por diversos autores. Desde Mead hasta Rogers, pasando por Goffman, se analiza a la persona a partir de los roles que adopta en diferentes circunstancias de su vida social. La performatividad del self no está limitada a la realidad material o a la realidad digital como se explicaba en el apartado anterior, sino que existe en ambas, aunque con expresiones distintas. Para comprender de qué manera se relacionan los usuarios en Tinder se analizará a partir de su self digital, es decir, la representación performativa digital del usuario creada en una plataforma para interactuar con el escenario y los usuarios propios de dicho espacio. El self digital de una persona puede ser distinto en Facebook, Twitter, Instagram y Tinder, no porque la persona cambie, sino porque lo hace el público al que se dirige y la plataforma que utiliza. Las características propias de cada plataforma, en su rol como actantes, influyen en la manera en la que se va a manifestar. El self digital se va a distinguir de otros tipos de self en primer lugar, de manera muy obvia, porque sus interacciones están limitadas a la realidad digital en la que se relaciona el usuario. Parece simple, pero es necesario especificarlo y situarlo para identificar si existe algún tipo de influencia que ayude a explicar de qué manera se interactúa con los demás. Por otra parte, como se ha mencionado, una característica elemental es la posibilidad de tener mayor control sobre las impresiones que se generan en las demás personas en contraste con interacciones presenciales en donde es más difícil.

No se debe confundir virtualización del self con self digital, aunque estén relacionados entre sí. La virtualización del self es el proceso de conversión digital de una persona –un proceso que no se limita nada más a una conversión binaria, sino que al digitalizarse, también adquiere nuevas facultades de interacción y de recreación propias de la plataforma en que se encuentra–, mientras que el self digital es el estado que resulta de esa conversión que le permite interactuar y adaptar su perfil en función de las situaciones que se presenten.

Como contexto, un usuario de redes sociodigitales sabe en qué grado puede ser leído o no. Si tiene muchos seguidores en Twitter, quizá sabe que puede despertar polémica con un tuit provocativo sobre algún tema relevante en el momento, pero no sabe cuál será su alcance ni las reacciones que suscite; en Facebook puede publicar un video de una canción que refleje su estado de ánimo y quizá sea una publicación más para sí mismo que para los otros, pero quizá al hacerlo

pueda encontrar a otra persona que esté atravesando una situación similar y que entienda el mismo mensaje sin haberlo hecho explícito. Cuando una persona hace público su perfil de Instagram y en sus fotos utiliza hashtags para llegar a un público más amplio, su fotografía tendrá un alcance mucho mayor del que tendría si lo limitara a su círculo de conocidos, sobre todo si hace un uso correcto de los hashtags, pero de antemano tampoco podrá anticipar cuál será el resultado (Marwick & boyd, 2010). Los tres casos tienen algo en común: en general, hay un deseo por ser vistos, por conectar, por recibir reconocimiento y la estructura de estas redes tiene como objetivo poder permitir al usuario explorarlo desde distintas perspectivas.

“(…) ‘¿cómo forjar conexiones de significados que rompan la cápsula de la soledad?’. Si ese encierro en la propia individualidad se vuelve cada vez más hermético, quizás estas nuevas prácticas podrían proveer un alivio para esa asfixia. Al tornar público lo que es de cada uno y, de algún modo, exhibir la propia soledad, ofrecerían una vía para ‘exponer la experiencia que marca la vida de los anónimos, aunque justamente esa experiencia no posea cargas totalizantes ni colectivas’” (Sibilia, 2008: 300).

El deseo de ser vistos y reconocidos, pero sobre todo valorados positivamente, es algo muy humano y siempre ha existido, pero es hasta ahora que se ha hecho cuantificable y a una escala que antes no era posible. Cuando una persona ingresa a Tinder y crea su perfil, tiene por lo menos un mínimo conocimiento de cómo funciona la aplicación y qué puede lograr con ella. En este sentido, independientemente del motivo específico de su uso, sabe que entra para juzgar y ser juzgada. Esto no es poca cosa: millones de likes se envían en Tinder al día y millones de matches se producen constantemente, ¿qué puede sentir una persona si, al saber esto, no logra conectar con otras? ¿de qué manera le puede afectar si, al contrario, hace match con la mayoría de las personas que le atraen?

Estos dos casos hipotéticos son valiosos porque refieren a una posibilidad de que lo que sucede en Tinder afecta su vida y su autopercepción incluso fuera de Tinder. El potencial de lo que pueden lograr puede motivarlos a intentar generar una impresión favorable dependiendo de lo que busquen en la aplicación. Este motivo puede influir en la manera en la que van a crear su perfil, en particular el performance que harán, esto es, a través de la elección de las fotografías, del orden de las fotografías –todo esto es parte de contar una historia de uno mismo–, de lo que decidan incluir en su biografía o descripción, así como la manera en la que decidan iniciar la

conversación con la otra persona a partir de haber hecho match, algo que será fundamental para determinar si existe una posibilidad de compatibilidad o si le retirarán el match.

El uso de Tinder puede ser casual o estratégico, pero incluso cuando es casual puede hacer visibles comportamientos y representaciones inconscientes de los usuarios. Al pensar en la manera en que se perfila una persona en Tinder, es necesario tener en consideración para el análisis el escenario en el que está situada la persona y cómo lo percibe, ya que de ello podrá depender su manera de actuar y de relacionarse con los otros. El manejo de las impresiones, o *impression management* en inglés como comúnmente se podrá encontrar, ocurre en toda relación social, pero como se ha dicho, adquiere una mayor relevancia en aquellas que son mediadas.

Para comprender el self digital, es importante tener presente qué otros aspectos de la discusión sobre el self se pueden incorporar. El manejo de las impresiones es un concepto trabajado por Erving Goffman que se entiende como el conjunto de recursos y estrategias que utiliza un individuo para influir en la percepción que los demás tengan de sí mismo ya que éste actúa en función del rol que cree que debe desempeñar en una situación o escenario social determinado (Goffman, 2001, 1967; Ward, 2016b); por otra parte, el concepto de la ‘autopresentación’, también encontrado en inglés como *self-presentation*, es complementario del manejo de las impresiones y se refiere a la manera en la que el individuo construye su identidad en un espacio o situación determinada (Ward, 2016a). A pesar de que parezcan idénticos, por manejo de impresiones debe entenderse que el individuo reconoce ciertas características de una situación ya dada y un rol que le corresponde a él desempeñar, así que utiliza los recursos disponibles en función de un objetivo; no obstante, en la autopresentación es el individuo quien construye el escenario y, por ende, su perfil también en función de los objetivos que desea alcanzar (Illouz, 2007).

Goffman invita a pensar en las interacciones sociales como si se tratara de una obra de teatro para identificar todos los elementos que forman parte de lo que denomina como ‘rituales de interacción’, todos ellos valiosos en tanto que suelen ser inconscientes y reflejar un conjunto de roles que se asumen de acuerdo con el reconocimiento de un escenario o grupo social dados (1967). Por otra parte, Keary y Kowalski, en relación con la presentación del self en casos de fobia social, identifican dos procesos en el manejo de las impresiones del self: la motivación de la impresión y la construcción de la impresión (Ward, 2016a; Keary y Kowalski, 1995: 95). Si se

relaciona con Tinder, la primera se refiere a la motivación que tengan los usuarios para hacer uso de la aplicación y por ende para crear su perfil, y la segunda al reconocimiento y uso de los recursos en Tinder de los que dispone cada persona para llevarlo a cabo, como en este caso pueden ser la selección de fotografías, los intereses y amigos en común de Facebook, el acceso a Instagram o Spotify, el uso de filtros para las fotografías, etc.

Esto permite pensar en el self por su esencia performativa como mutación y adaptación social (Goffman, 1967; 2001) y también recuerda a lo virtual por su existencia potencial no definida (Lévy, 1999). Se trata de un concepto que ha estado en boga en el último siglo y ha sido analizado desde la psicología y la sociología pasando por Carl Jung, Carl Rogers, Herbert Mead y Erving Goffman, entre otros. Se van a considerar múltiples acepciones del self, como las que se describen a continuación, para poder comprender finalmente cómo se produce el self digital.

La idea de que la gente posee múltiples percepciones del self, o *personas*, no es nueva ni en la psicología ni en la sociología. Tanto Goffman (1959)<sup>60</sup> como Jung (1953) distinguieron entre el self público, o persona, y el self interno o individual; para Jung (1953) la verdadera individualidad reside en el self inconsciente en oposición al ego consciente. Markus y Nurius (1986)<sup>61</sup> introdujeron la idea de 'posibles selves', los potenciales en términos de crecimiento de vida y estilos de vida opcionales que un individuo puede creer que es capaz de alcanzar. Higgins (1987)<sup>62</sup> distinguió entre distintos conceptos del self: ideal, debe de ser y actual: El ideal contiene aquellas cualidades que se desee tener algún día, el self que debe de ser se refiere a las cualidades que uno se siente obligado a poseer por la condición de vida que tiene, y el self actual se refiere a aquél que se muestra ante las demás personas en el presente. [Traducción del inglés] (Bargh, McKenna & Fitzsimmons, 2002: 34).

Markus y Nurius identifican tres tipos de self: el ideal, el deber ser y el actual, como distintas maneras de presentarse de acuerdo con los escenarios o roles que el individuo desempeñe. Estos tipos de self no son opuestos entre sí, pero si se regresa a lo que planteaban Goffman y Jung, todavía faltaría alguno que se refiera no a su *persona* pensando en un self que se expone y que

---

<sup>60</sup> Para más información, consultar: GOFFMAN, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Double Day. New York.

<sup>61</sup> Para más información, consultar: MARKUS, H. & NURIUS, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*, 41, 954-969.

<sup>62</sup> Para más información, consultar: HIGGINS, E.T. (1987). Self-discrepancy theory. *Psychological Review*, 94, 1120-1134.

está dirigido a los demás, sino a aquel self interno que constituye una parte no siempre visible de la identidad de la persona, pero que es real en su existencia.

Rogers teorizó que mucho de lo que sucede en terapia. tiene que ver con que el cliente siente que 'no estaba siendo su verdadero yo [self], muchas veces no sabía cuál era su verdadero yo y sentía satisfacción cuando se sentía verdaderamente él mismo' (Rogers, 1951: 136)'. Para Rogers, una característica importante del proceso de la terapia era trabajar hacia el descubrimiento del self verdadero, para que la persona pudiera expresarse con mayor libertad en sus interacciones con los otros. El self verdadero es así conceptualmente distinto tanto del self ideal como de posibles *selves* por una parte, así como del self actual, por otra, porque Rogers (1951) veía el self verdadero de sus clientes como algo que existía psicológicamente (por ejemplo, del presente, no de una versión futura del self), pero no completamente expresada en la vida social (es decir, el self actual). [Traducción del inglés] (Bargh, McKenna & Fitzsimmons, 2002).

Bargh, McKenna y Fitzsimmons consideran que el planteamiento de Sherry Turkle en *Life on the screen* (1995) sobre pensar Internet como un gran laboratorio virtual para explorar diferentes manifestaciones del self es una oportunidad para de self verdadero a través del anonimato y de las diferentes formas de interacción social que facilita este medio (2002). Parten de la hipótesis de que conocer a alguien a través de Internet y tener una comunicación mediada por computadora no necesariamente oculta a la persona detrás de la interfaz permitiéndole crear un personaje distinto de sí mismo, sino que en realidad puede actuar como un filtro y ayudarle a mostrarse tal como es, es decir, muestra su verdadero self.

Para conocer más al respecto, Bargh, McKenna y Fitzsimmons hicieron tres experimentos con el objetivo de distinguir si cambiaba la manera de relacionarse si la comunicación era presencial o si era mediada por computadora y en qué situaciones se utilizaba el self actual y en cuáles el self verdadero. Algunos de los hallazgos de su investigación (2002) son los siguientes:

- Examinaron las maneras en que los individuos se presentan ante los otros y la manera en que proyectan sus cualidades deseadas hacia la otra persona.
- Hubo mayor éxito cuando era por Internet porque coincidían las personas: la descripción que cada individuo hacía sobre el participante y su propia autopresentación.

- El *self verdadero* se hizo más visible a través de Internet ya que facilitó que proyectaran de mejor manera cualidades que a veces escondían las personas en una conversación presencial pero que hicieron visibles en una mediada.
- Encontraron una mayor tendencia de proyectar las cualidades deseadas o ideales en la pareja u otras personas cuando se conocen por Internet y se interesan.
- Como se proyectan cualidades deseadas en la otra persona, las posibilidades de que de ahí se genere una amistad o relación de pareja son más altas.

La distinción entre el *self actual* y el *self verdadero* es muy importante porque, en la mayoría de los casos, el self verdadero busca hacerse visible pero no encuentra la manera de cómo hacerlo; para lograrlo, es necesario que este reconocimiento se haga presente en la vida social. La validación y reconocimiento que hagan los otros sobre uno mismo es lo que permitirá hacer estos rasgos parte de su self actual, pero muchas veces no son visibles porque la persona no desea hacerlos visibles, ya sea por timidez, porque crea que no son socialmente deseados u otro motivo, pero si tiene intención de hacerlo, de acuerdo con los hallazgos del equipo de Bargh, McKenna y Fitzsimmons (2002), las posibilidades de lograrlo a través de Internet son mucho más altas por la facilidad de la mediación. ¿Por qué Internet permite exteriorizar al self verdadero? Porque el anonimato o el manejo de las impresiones al crear un perfil facilita actuar más allá de los temores y juicios que están presentes en las interacciones sociales presenciales, que son reales para el individuo porque parten de una representación social.

Tania Rodríguez describe el impacto que puede tener el anonimato en este aspecto.

Para Suler (2004)<sup>63</sup>, las personas se muestran más abiertas a revelar sus asuntos personales, más dispuestas a actuar con frecuencia o con mayor intensidad de como suelen hacerlo en persona. Esto se debe a que algunos factores interactúan entre sí para crear el efecto de desinhibición online: el anonimato disociativo, la invisibilidad, la asincronía, la introyección, la imaginación disociativa y la minimización de la autoridad (Rodríguez Salazar, 2017: 117).

La denominación de self verdadero sería polémica si se asumiera que es completamente sincera por presentarse desde el confort del anonimato de la mediación tecnológica. En paralelo,

---

<sup>63</sup> Para más información, consultar: Suler, J. (2004). The online desinhibition. *Cyberpsychology & Behavior*, 7 (3), 321-325. Mary Ann Liebert, Inc. Nueva York, Estados Unidos.



también puede facilitar la posibilidad de la creación de un self enmascarado, más que en cualquier otra situación presencial, porque el anonimato y los recursos tecnológicos propios de una interacción mediada permite generar estrategias para aparentar ser quien se desee ser. Ésta es la polémica que giraría en torno del self digital: puede ayudar a que algunas personas expresen un self verdadero que muchas veces por temor a sentirse juzgados, por timidez o algún otro motivo no lo hacen visible en situaciones presenciales, pero también puede crear una representación completamente dirigida a provocar impresiones específicas en las otras personas aun a pesar de que la persona no se sienta de ninguna manera identificada con lo que pretende ser en una situación determinada.

- En Facebook el manejo de impresiones sería en relación con mostrar logros y aspectos de uno mismo para impresionar a familiares, amigos y colegas que se conocen de antemano, pero es por esta razón que difícilmente se tratará de un perfil falso.
- En Twitter, en cambio, no se tiene que dar a conocer el nombre propio, así que la cara y perfil pueden mostrar al *self* verdadero o pueden mostrar a un personaje creado con la intención de obtener visibilidad en función del reconocimiento de la audiencia (Sibilia, 2008; Marwick & boyd, 2010).
- En Tinder los perfiles pueden ser falsos, pero en general son auténticos, a pesar de la creencia popular de que la mayoría de los usuarios miente. El motivo por el que la mayoría recurre a la autenticidad es que se desea un encuentro presencial en un futuro que confirme la identidad virtual que se muestra a través de la aplicación; esto es, un espacio potencial para la validación del *self* verdadero y hacerlo parte del *self* actual. La autenticidad dependerá de los motivos de uso que tienen los usuarios en cuestión, pero ya algunas investigaciones realizadas confirman esta tendencia (Ranzini & Lutz, 2017) debido a que por una parte los usuarios desean ser auténticos para saber qué tan valorados son por los otros, así como poder llegar a interacciones presenciales, pero también se preocupaban por ser identificados fuera de la aplicación y que fueran tachados por el estigma que tiene (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014)<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Blackwell y su equipo hacen esta investigación con Grindr, una aplicación que funciona de manera similar a Tinder pero está dirigida a hombres homosexuales. Las conclusiones a las que llegaron respecto a la autenticidad también son efectivas en relación con Tinder porque persiste un estigma, aunque es necesario señalar que éste es mayor con Grindr.

Asimismo, se debe de recordar que no por haber una mediación siempre va a cambiar la manera en la que se relaciona una persona. Es una tendencia, pero no absoluta. Las diferencias socioculturales y el uso de determinadas tecnologías pueden hacer que varíen los resultados y ése es el caso de la investigación de Marriott y Buchanan conducida en 2014 como respuesta a la de Bargh, McKenna y Fitzsimmons; en ella, los investigadores encontraron que había pocas diferencias entre el self verdadero a través de Internet que en una interacción cara a cara, siendo la única destacable la que se refiere a mostrar neuroticismo, que fue más visible a través de Internet (2014).

Aquí es importante recordar que el self actual, al no ser el verdadero, no por eso es necesariamente falso, sino que es un self mediado por representaciones sociales sobre una situación o escenario en el que se encuentra el individuo y del que desea formar parte y ser reconocido, motivo por el cual se eligen qué aspectos de la personalidad exteriorizar y de qué manera hacerlo con el fin de que la integración social sea exitosa. En el self digital se hacen todavía más visibles las representaciones sociales desde las que actúa el individuo porque incluso cuando crea un personaje de sí mismo, lo hace a partir de lo que reconoce como deseable, de una lectura que considera correcta sobre las personas con las que va a interactuar y, en conjunto, estos elementos determinan cómo va a crear su perfil. Puede ser un perfil de su persona, pero en realidad es antes un perfil hecho para los demás.

Goffman imaginaba las interacciones como una obra de teatro en la que todos tienen un rol que desempeñar y destacaba el rol de la cara para referirse a las máscaras que se pueden utilizar en dichas situaciones. Si consideramos la cara o máscara como un perfil creado digitalmente, la obra de Goffman también puede leerse como si de la actualidad se tratara y ayuda a comprender este proceso:

Cuando una persona presiente que está en cara, responde por lo general con sentimientos de confianza y seguridad. Firme en la línea que adopta, siente que puede mantener la cabeza erguida y presentarse ante los demás en forma abierta. (...) Si presiente que está con la cara equivocada o sin ella, es probable que se sienta avengonzada e inferior, a causa de lo que ha sucedido con la actividad por su culpa, y debido a lo que puede suceder con su reputación como participante. Además, puede sentirse mal porque confiaba en que el encuentro respaldara una imagen a la cual se encontraba emocionalmente adherida y que, según descubre ahora, se halla amenazada (Goffman, 1967).

Este argumento permite pensar en la cara como el self actual, es decir, aquél construido en torno de un escenario social que implica reglas implícitas sobre el comportamiento y también implica un conjunto de actores sociales con los que se asume que se debe de llevar una interacción específica; por ejemplo, una persona puede ser estudiante de doctorado, profesora, amiga, hija y barista, pero de acuerdo con el rol que esté desempeñando en un dado momento, elegirá qué ‘cara’ utilizar para tener éxito en esa situación; asimismo, dependiendo de las personas con las que potencialmente desee relacionarse, en Tinder decidirá qué elementos dar a conocer en su perfil imaginando la respuesta que las otras personas tendrán ante la recreación de su perfil o cara.

Si bien la preocupación de la persona por la cara concentra su atención en la actividad del momento, para mantener la cara en dicha actividad tiene que tener en cuenta su puesto en el mundo social que se halla más allá de ella. (...) La propia cara y la de los demás son construcciones del mismo orden; las reglas del grupo y la definición de la situación determinan cuánto sentimiento se debe tener por la cara y de qué manera se distribuirá ese sentimiento entre las caras involucradas (Goffman, 1967).

Por otra parte, hay ciertos elementos de la cara que no se muestran porque sería utilizar una cara equivocada para aquella situación en particular, o porque dé vergüenza mostrarla, pero al final siempre es real, es parte de la identidad de la persona. La dependencia del reconocimiento de los otros siempre ha existido, pero ahora es más evidente y más necesaria por las redes sociodigitales: sonreír porque se sabe que eso genera confianza aun cuando no desee hacerlo<sup>65</sup>, subir fotografías conviviendo con amigos para mostrarse sociable aun cuando la persona sólo estuvo 15 minutos en la reunión y fue hace varios años, son ejemplos de la performatividad dirigida a crear impresiones consideradas como positivas que aumentarán la posibilidad de generar atractivo, sobre todo en una aplicación como Tinder.

La visibilidad de una persona ya no está limitada por la percepción que tengan las personas que le conocen, sino que ahora puede ser medida por número de seguidores, likes, retuits y, por supuesto, matches, así como otras interacciones que forman parte de la ya no tan *nueva* vida cotidiana. Las personas tienen que crear perfiles que no siempre coinciden con sus caras, en el

---

<sup>65</sup> Y la sonrisa en Tinder es todavía más importante y justamente por los mismos motivos.

sentido de Goffman, versiones digitales y presenciales, personajes y comportamientos orquestados y teatrales en ambos espacios de interacción, aunque con diferentes recursos en cada uno, pero al final todos dependientes de representaciones sociales.

“Una personalidad eficaz y visible, capaz de mostrarse en la superficie de la piel y de las pantallas. Y, además, ese *yo* debe ser mutante, una subjetividad pasible de cambiar fácilmente y sin mayores obstáculos. El mundo contemporáneo, así, sostenido sobre las bases aparentemente ilusorias de la cultura de espectáculo y de la visibilidad, ejerce una presión cotidiana sobre los cuerpos y las subjetividades para que éstos se proyecten según los nuevos códigos y reglas. Para que sean compatibles con los nuevos engranajes socioculturales, políticos y económicos” (Sibilia, 2008: 280).

El self digital, que permite controlar las impresiones con base en experiencias pasadas que quedan registradas (Ferraris, 2008) y le permiten mejorar sus interacciones para futuras ocasiones, está en constante cambio porque la distancia entre las personas que interactúan genera un tiempo que permite procesar de qué manera se va a actuar. Si se considera que la mediación tecnológica permite actuar a algunas personas con mayor confianza, esto puede concluir en lazos más fuertes entre las personas que se conocen en medios digitales a pesar de la ausencia de la presencia física. Parece descabellado, pero no lo es de ninguna manera. Incluso ya hay reportes de que quienes se conocen por estos medios construyen una relación de mayor confianza y solidez que algunas de las parejas que se conocieron de manera presencial (Páginas 40-41, 95).

De acuerdo con Derlega y Chaikin (1977), por ejemplo, "una de las funciones más importantes de las amistades y relaciones de pareja puede ser la de validar el propio concepto del self al obtener apoyo y comprensión de la otra persona" (p.110). Ser capaz de expresar el self verdadero a través de Internet puede ayudar a crear lazos de empatía y facilitar el establecimiento de amistades cercanas." (Bargh, McKenna & Fitzsimmons, 2002).

El self digital está influido tanto por representaciones sociales como por las características de los recursos tecnológicos de los que se dispone. La construcción de un perfil en redes sociodigitales es más sencilla por la diversidad de herramientas de creación que ofrecen. En Tinder es todavía más importante identificar los elementos que motivan la creación de los perfiles debido a que esta acción está orientada a gustar y atraer a otras personas, objetivo principal de la aplicación.

La autopresentación se convierte en uno de los procesos más complejos y diversos en su manifestación entre las personas que utilizan Tinder, así como en otras redes sociodigitales.

“A primera vista, Internet permite un yo múltiple, mucho más flexible y abierto, lo que hace que el epítome del yo posmoderno sea su capacidad de lograr un yo lúdico, autocreativo y hasta engañoso en su habilidad de manipular la información relacionada con el mismo. Sin embargo, los sitios de citas que analizo difieren de los usos posmodernos de Internet precisamente porque hacen que el yo se aprehenda a sí mismo por medio de tecnologías psicológicas del yo. De hecho, un yo posmoderno consiste sobre todo en las manipulaciones conscientes del propio cuerpo, los patrones de discurso, las maneras y la vestimenta. El trabajo de autopresentación que se realiza en y mediante Internet es de un orden diferente, ya que consiste sólo un lenguaje, y más específicamente lenguaje escrito, y porque no apunta a otro específico y concreto sino a un público general de candidatos abstractos desconocidos. En otras palabras, el trabajo de autopresentación del yo posmoderno presupone e implica la capacidad de ser sensible a diferentes contextos sociales y de representar papeles diferentes en los mismos. En el caso de los sitios web de citas, la autopresentación adopta un carácter opuesto: presupone un movimiento introspectivo hacia el interior del yo (quién soy y qué quiero); es general y estandarizado (hay que presentarse por medio de un cuestionario estandarizado). No es sensible al contexto -ni a la persona-, en el sentido de que el propósito del perfil es decir la verdad sobre sí mismo independientemente de la identidad de quien vaya a leerlo (Illouz, 2007: 172-173).

Como se puede observar, de acuerdo con Illouz es importante recordar la capacidad de adopción de diferentes formas que ofrecen los medios digitales en el proceso de autopresentación, algo que puede ser positivo como una estrategia de relación y comunicación con otros individuos por la posibilidad de adaptarse a diferentes entornos y personas. La capacidad de ser sensible a diversos contextos sociales y personas que se encuentran en ellos le permitirá al individuo una mayor posibilidad de crear una comunicación efectiva. A pesar de que la autora tiene razón al indicar que el propósito del perfil en un sitio para citas es decir la verdad y que por ello podría omitirse la posibilidad de crear diferentes máscaras para adaptarse a diversos contextos y personas, también se debe de considerar que hoy en día, en Tinder en particular, el objetivo no siempre es necesariamente una relación a largo plazo, por lo que la información compartida en el perfil no siempre es veraz, así como la adaptación a diferentes contextos y el uso de *máscaras* para integrarse a un grupo de personas en una situación determinada es algo que también ocurre fuera del ámbito de lo digital (Goffman, 2001).

Para comprender el proceso que hay detrás de un perfil de Tinder no basta con limitarse a analizar el uso que se hace de la aplicación, también se deben de considerar cuáles son las motivaciones que conducen a descargarla, pero todavía anterior a ello se debe de entender desde dónde está situada la persona y reconocer la presencia de elementos sociodemográficos que pueden influir en su uso como la edad, el género, la orientación sexual, la educación y el lugar en donde vive, así como factores psicológicos que también son relevantes cuando se analizan los perfiles, como la soledad, el narcisismo y la autoestima (Ranzini & Lutz, 2017). Es muy importante tener presentes todas estas variables: no todos los usuarios de Tinder se comportan igual, ya que hay diferencias entre hombres y mujeres, pero también las hay de acuerdo con la orientación sexual. Y no sólo eso, la edad también es un factor importante para identificar los motivos de uso de Tinder, así como la diversidad de variables socioculturales que pueden estar relacionadas con el lugar que habitan.

El reconocimiento de los otros como personas reales no puede ser visto únicamente desde una perspectiva romántica que implique que por ser mediado y saber que la otra persona existe el trato será positivo, ya que la distancia que genera entre las personas y la limitada información de cada uno los mantienen bajo un halo de anonimato que puede ayudar a expresarse a personas que puedan sentirse cohibidas en un trato presencial, como también puede facilitar que otras se expresen de manera violenta o coercitiva por la seguridad que da la distancia virtual a través del teléfono. Al final, como explica Sibilia, “(...) aprovechando ventajas como la posibilidad del anonimato y la facilidad de recursos que ofrecen los nuevos medios interactivos, los habitantes de estos espacios montan espectáculos de sí mismos para exhibir una intimidad inventada” (2008: 36), ya que al virtualizar el self lo que estamos haciendo es reinventarnos, tanto por deseo de nosotros mismos como por lo que se cree que desean ver los demás quieren ver.

“Todos y cualquiera, siempre que estén convenientemente estilizados como artistas de sí mismos, para poder transformarse en un personaje lo más aurático posible. Un personaje capaz de atraer las miradas ajenas. Por eso es necesario ficcionalizar al propio *yo* como si estuviera siendo constantemente filmado: para realizarlo, para concederle realidad. Porque estas subjetividades alterdirigidas sólo parecen volverse reales cuando están enmarcadas por el halo luminoso de una pantalla de cine o de televisión, como si viviesen dentro de un *reality show* o como si estuvieran atrapadas en las páginas multicolores de una revista de celebridades, o como si la vida transcurriese bajo la lente incansable de una *webcam*. Es así como se pone en escena, todos los

días, el *show del yo*. Al hacer de la propia personalidad un espectáculo, es decir, una criatura orientada a las miradas de los demás como si éstos constituyeran la audiencia de un espectáculo” (Sibilia, 2008: 295).

El manejo de las impresiones y la espectacularización de la intimidad que influye cada vez más en la vida, independientemente de la edad, el género o país que habite, han mostrado una parte de cada individuo que quizás ni él mismo conocía.

El self verdadero existe bajo las apariencias del self actual por el temor de la persona a no corresponder con lo que cree que es socialmente deseado, por lo que es probable que exista una intención de exteriorizarse, aunque no siempre. En otros casos puede ser una intención de crear una cara distinta de la de la persona emulando la de aquella con quien se está relacionando para incrementar las posibilidades de éxito en la relación que se está construyendo y ser aceptado por la o las personas en cuestión. En este caso, se estaría creando un personaje, sería un self actual dirigido a una situación específica; por ejemplo, un joven que recién ingresa a una escuela nueva en la que ve que la mayoría de sus potenciales amigos practica y habla sobre fútbol, así que es posible que se informe sobre este deporte o quizás incluso invente alguna historia relacionada con el tema para poder producir un primer acercamiento.

El self digital puede tomar la forma del self verdadero descrito por Rogers (1953), como la de un self enmascarado y dirigido como el que pensaba Goffman (2001). Lo que se evidencia en común es una mayor capacidad para adaptarse y expresarse.

## **2.4 Ni Eros ni Cupido: Tinder y las relaciones de pareja mediadas por dispositivos electrónicos**

El amor nunca fue el primer objetivo de Tinder, así como sus usuarios en general no creen que se pueda encontrar en la aplicación, aunque no por ello no se busca; no obstante, cada día se generan millones de matches, interacciones que muchas veces terminan ahí, pero en algunas ocasiones trascienden al chat y en otras al encuentro presencial. Estas interacciones y relaciones que se producen, aunque no son nuevas, nunca habían sido tan comunes como lo son hoy en día y eso puede generar cambios en la manera en la que se conciben las relaciones y el amor mismo, cuando es el caso, sobre todo entre adolescentes y jóvenes.

El amor romántico surgió a finales del siglo XVIII y estableció los roles del hombre y de la mujer con base en ideales morales del cristianismo (Giddens, 1995: 46) pero en la actualidad, en lo que algunos definen como posmodernidad, se enfrenta a cambios que se producen desde las prácticas de las personas en relación con ideales que constituyen parte importante de sus vidas en relación con la familia, la amistad, la política, la religión y su propia individualidad. La libertad en la elección de pareja, así como para expresar una orientación o identificación sexual son objetivos que todavía no se conquistan por completo, pero que están en la agenda política y social de cada vez más grupos como producto de la globalización y de las redes sociodigitales que permiten ampliar el horizonte social más allá de las fronteras políticas y territoriales.

Tinder también es producto de este contexto. En la actualidad los medios masivos, los dispositivos tecnológicos y la experiencia a través de ellos fomentan la individualización, nuevas libertades de expresión, así como de la recreación del narcisismo (Lipovetsky, 2000), tecnologías que los usuarios pueden utilizar para mediar la seducción de otras personas pero que terminan seducidos por ellas. A pesar de la interacción con todos, todo el tiempo, también estamos situados –y sitiados– en una soledad detrás de un dispositivo electrónico, relaciones en las que la intimidad es expuesta y socializada para existir. Quizás ahora hay un miedo a comprometerse en una relación (Bauman, 2008). Esto ocurre en un marco de acciones efímeras, relaciones que tienen problemas para mantenerse, que se enfrentan a conflictos nuevos y que carecen de una guía para solucionarlos, motivo por el cual proliferan revistas y sitios en Internet dando consejos para vestir a la moda, para aprender a invitar a salir a la persona que te gusta o consejos para conseguir una cita con tu match en Tinder.



Tania Rodríguez Salazar encontró en su estudio que la moral es un factor muy relevante al momento de la elección de pareja y de las prácticas de la sexualidad, también en Tinder (2017). La monogamia, la pareja tradicional, tener hijos y, en general, el concepto estricto, con influencia religiosa, del modelo de familia continúan ejerciendo una influencia importante entre los jóvenes; no obstante, los datos reflejan que está cambiando: aunque importante, cada vez menos quieren tener hijos, cada vez hay mayor apertura a la homosexualidad y diversidad en la identificación sexual –aunque en algunas regiones continúa una oposición con fuerza religiosa–, y cada vez es más común el uso de medios electrónicos para tener encuentros sexuales o buscar pareja.

Las redes sociodigitales deben de actuar como un complemento. Es inevitable su presencia ahora y cada vez será mayor en diferentes esferas de la vida privada.

(...) estas tecnologías favorecen la performatividad de ciertos componentes del modelo del amor romántico como: amar a una persona única, sin condiciones ni límites, con la que se crean altas expectativas de unidad, presencia y confianza plena. [...] al cambiar el significado de la presencia y de darse tiempo para el otro, al crear nuevas exigencias de comunicación amorosa, e incrementar las necesidades y posibilidades de los enamorados de conocer el mundo de las relaciones del otro (Rodríguez Salazar y Rodríguez Morales, 2016: 17 en Rodríguez Salazar, 2017: 84).

Pero también “(...) tienden a reforzar la idealización romántica, el sentimiento de propiedad sobre el otro y mayores exigencias de contacto y transparencia en la pareja” (Rodríguez Salazar, 2017: 84) porque al final son actantes, potencian una acción de los usuarios, potencian representaciones sociales desde las cuales actúan que muchas veces son reflejos de una sociedad, de sus valores, creencias y costumbres, o en este caso, de la concepción de amor romántico que aún persiste, aunque ahora está adquiriendo nuevas formas propias de los dispositivos utilizados.

Tinder facilita la justificación del primer acercamiento entre dos extraños que buscan una pareja o un encuentro, pero puede continuar la sensación de que no es real o de que es *menos real*.

Los jóvenes, en sus relatos, manifestaron dudas sobre lo que se puede lograr en internet en términos de pareja. No obstante, reconocen que esta tecnología les facilita el acceso a personas que probablemente nunca hubieran conocido sin esta mediación. Sus experiencias indican que lograr el objetivo de encontrar una pareja a través de aplicaciones de citas no es algo inmediato

ni tan fácil como parece; para algunos usuarios esto los conduce a bajar sus expectativas respecto de lo que pueden lograr con la aplicación o a tener periodos de uso y de abandono de la misma. En otros usuarios, la esperanza de encontrar una pareja se mantiene vigente, a pesar de haber enfrentado decepciones (Rodríguez Salazar, 2017: 115).

Es que es importante reconocer dos cosas: a) que aunque una relación se inicie en Tinder u otra aplicación móvil, muy probablemente ésta se terminará desarrollando de manera presencial; esto es, el teléfono móvil o cualquier dispositivo extienden las formas de contacto, pero desempeñan un rol complementario y no sustitutivo, y b) en su rol complementario actúa como actante, esto es, interviene en la acción y cambia el sentido de las relaciones tradicionales; por ejemplo, la conexión permanente y aparente disponibilidad total genera nuevas necesidades en la pareja, nuevas formas de expresión del amor, nuevos tiempos y vínculos, así como la ludificación de las citas a través de Tinder y la posibilidad de borrar un error o un match no deseado.

A diferencia de las «verdaderas relaciones», las «relaciones virtuales» son de fácil acceso y salida. Parecen sensatas e higiénicas, fáciles de usar y amistosas con el usuario, cuando se las compara con la «cosa real», pesada, lenta, inerte y complicada. Un hombre de Bath, de 28 años, entrevistado en relación con la creciente popularidad de las citas por Internet en desmedro de los bares de solas y solos y las columnas de corazones solitarios, señaló una ventaja decisiva de la relación electrónica: «uno siempre puede oprimir la tecla “delete”» (Bauman, 2008).

Y es que volver atrás y hacer *borrón y cuenta nueva* no era posible antes. No es común tampoco en las relaciones presenciales, sino que es más frecuente en las mediadas debido a que no existe la presión de estar frente a la otra persona (Ver pp. 520-530). Lo habitual es llevar la carga de los errores cometidos, pedir perdón o aprender de la experiencia. Pero ahora no. Ahora este *delete* finalmente es posible y conduce a un potencial problema nuevo: la pérdida de compromiso. Si es fácil eliminar un match, así como es tan fácil hacer uno nuevo con uno de los millones de usuarios y usuarias de Tinder o de otro espacio que permita conectar personas, entonces, quizás, también es fácil cambiar de pareja. Dos personas están a tan solo un clic de distancia. ¿Será que si la relación pasa por una crisis, ya no sería necesario trabajar por resolverla, sino que ahora se puede *eliminar* y buscar una nueva pareja? Amor líquido (Bauman, 2008), relaciones efímeras. Es importante precisar que ni Tinder ni las relaciones mediadas son obligatoriamente efímeras o que están a un clic o a un match de desaparecer, por supuesto que, son tan volátiles y tan sólidas como cualquier otra relación y de las acciones y decisiones que toma la pareja, pero es importante

analizar si la naturaleza de estos medios pueda estar generando un aumento en relaciones con vínculos menos fuertes, sobre todo entre los más jóvenes.

Si el «compromiso no tiene sentido» y las relaciones ya no son confiables y difícilmente duren, nos inclinamos a cambiar la pareja por las redes. Sin embargo, una vez que alguien lo ha hecho, sentar cabeza se vuelve aún más difícil (y desalentador) que antes —ya que ahora carece de las habilidades que podrían hacer que la cosa funcionara—. Seguir en movimiento, antes un privilegio y un logro, se convierte ahora en obligación. Mantener la velocidad, antes una aventura gozosa, se convierte en un deber agotador. Y sobre todo, la fea incertidumbre y la insoportable confusión que supuestamente la velocidad ahuyentaría, aún siguen allí. La facilidad que ofrecen el descompromiso y la ruptura a voluntad no reducen los riesgos, sino que tan sólo los distribuyen, junto con las angustias que generan, de manera diferente. Este libro está dedicado a los riesgos y angustias de vivir juntos, y separados, en nuestro moderno mundo líquido (Bauman, 2008).

Las diferentes formas para conocer personas pueden generar reserva en su uso. Algunos padres desconfían de las parejas de sus hijos e hijas porque el contacto ya no es a través del timbre de la casa o de la llamada telefónica, ahora es a través de un WhatsApp, Snapchat, match, entre otros, saltándose a los padres que son relegados de su rol de intermediarios y de autoridad, algo que ocurre desde décadas atrás y que también es parte inevitable del trato con adolescentes, pero que ahora se hace todavía más difícil por no poder acceder a todo lo que ocurre en la web (boyd, 2014). Estos cambios no son absolutos, ni tampoco homogéneos en la población, sino que están sujetos a condiciones socioculturales que influyen en la percepción que se tiene sobre la mediación tecnológica de las relaciones. Producto de estas diferencias a veces de brechas generacionales, a veces de analfabetismo tecnológico y otras sociales, es el estigma que persiste alrededor de las aplicaciones y páginas para citas.

## 2.5 Entre imaginarios y representaciones: el estigma en Tinder

Hace quince años muy pocas personas reconocían en público que estaban saliendo con alguien a quien conocieron a través de Internet, peor aun si hicieron el contacto a través de una página para citas. Y, no obstante, desde 1995, fecha en que se creó Match.com, hasta hoy en día, ya no son miles de personas quienes siguen utilizando estos medios para buscar pareja o una relación casual, sino que son millones.

En primer lugar se debe de identificar que el propio medio utilizado ha evolucionado, se ha diversificado y se ha especializado para los intereses que pueda tener el público al que se dirigen, pasando por páginas como Match, eHarmony, OkCupid, o aplicaciones móviles como Badoo, Happn, Bumble y Tinder, pero también hay algunas que se dirigen a un sector muy específico, como la aplicación de Hater para juntar a personas que odian las mismas cosas, otra para quienes son veganos, para mamás, para católicos, para negocios, para quienes buscan quien rente con ellos e incluso para niños<sup>66</sup>. Esta gran diversidad de aplicaciones es resultado de que la Web ha evolucionado en paralelo con los usuarios, se ha vuelto más social y adaptable, las personas se están acostumbrando al empoderamiento que facilita poder elegir contenidos y la posibilidad de personalizar los servicios a los que se accede.

Tinder es el mejor ejemplo de la evolución de las páginas y aplicaciones para citas y para conectar personas desconocidas. La dinámica ha cambiado, se ha simplificado y, lo más importante, ha generado una percepción de realidad a través de su interfaz debido a la geolocalización: los usuarios lo utilizan conscientes de que las otras personas son reales, que están a una distancia determinada que valida su existencia convirtiendo lo digital en real, personas a quienes quizás puedan gustarle y conocerse. La posibilidad de gustarle a alguien, independientemente de que sea grande o pequeña, de que se tenga interés de concretar un encuentro o tan solo de hacer match, de saberse reconocido y valorado, es un deseo muy humano, la búsqueda de la valoración de la imagen propia frente a los otros (Strubel & Petrie, 2017), mucho mayor en la última década

---

<sup>66</sup> Las aplicaciones para citas varían, pero siguen un sistema común. A partir de éste, se dirigen a diferentes públicos. Grindr es la más conocida e incluso es anterior a Tinder y se dirige a homosexuales, Minder es para musulmanes, Gamerbase para videojugadores, Budbo para marihuana, Peanut para madres que busquen relacionarse con otras madres, The Catholic App para quienes profesan la religión católica, RichKids para jóvenes de clase alta y The Yellow App para niños, muchas de ellas polémicas por su naturaleza. Como éstas, cada vez se desarrollan más aplicaciones similares con fines distintos.

ya que ahora es más sencillo establecer contacto con desconocidos gracias a las redes sociodigitales, y es la principal explicación del éxito que ha tenido Tinder.

A pesar de que las estadísticas indican un aumento continuo en el número de usuarios de Tinder, todavía persiste un estigma acerca de lo que significa utilizar una aplicación para conocer personas, ya sea porque se cree que es para quienes por timidez se les dificulta relacionarse cara a cara, para personas que ocultan algún defecto, desesperados y desesperadas, para quienes buscan sexo y el tabú que todavía existe en algunos sectores de la sociedad respecto a tener relaciones sexuales sin compromiso, esto es, sin una pareja estable, entre otras percepciones que constituyen la representación social de Tinder (Ver p. 496). Pero es sólo eso, un imaginario que lo estigmatiza y todo aquello que le rodea, una representación social que puede ser tan fuerte que incluso influya en las prácticas de los usuarios, en la manera de relacionarse a través de la aplicación, en los elementos que deciden compartir al crear un perfil y en la apertura que tengan para hacer público que utilizan la aplicación si les preguntan o surge el tema. La investigadora en comunicación digital de la universidad de Leeds, Cristina Miguel, insiste en que todavía existe un estigma acerca del uso de apps para ligar:

Está el estigma de que tú no tienes las habilidades sociales para conocer gente en tu entorno, eres un friki, y la última opción que te queda es irte a este tipo de redes. Da vergüenza decirlo. A título personal, acabo de venir de una boda de unos amigos, y en el discurso ante los invitados dijeron que se habían conocido por Tinder, y todo el mundo en 'shock', porque todavía hay bastante estigma social. Y en el caso de otra pareja que se conoció en Badoo, también me invitaron a la boda y no lo dijeron (Gutiérrez, 2017).

Es importante que se realicen más investigaciones sobre el estigma en aplicaciones móviles para ligar ya que hay poca información al respecto y las variaciones entre los resultados dependen de muchos factores socioculturales. La mayoría de la información al respecto proviene de revistas y espacios digitales dirigidos a jóvenes que se preguntan por el estigma en estas aplicaciones, así como también se generan discusiones desde entornos académicos. La directora del Instituto de Sexología de Barcelona, Carme Marín Medina, aseguró que “las citas online están totalmente *normalizadas* en nuestra sociedad. Hace no mucho había reparos en animarse a entrar en este mundo y muchas más reticencias a la hora de confesar ser usuario. Ahora está asumido que es una manera más de conocer a otras personas. Estas redes sociales no son más que herramientas

de comunicación y socialización” (Ossorio, 2015), un argumento sólido, compartido por muchos usuarios de estas aplicaciones, pero también limitado ya que se refiere al caso de Barcelona, España y Europa en general, donde probablemente sea cierto, aunque no en todas las regiones. ¿Será lo mismo en otros países?

Comprender el rol del estigma desde las ciencias sociales, sea Comunicación, Sociología, Antropología o Psicología, implica, entre otras cosas, que los resultados no serán exactos, sino que refieren a tendencias situadas en una población, tiempo y características específicas que le darán su validez. Por este motivo las dos reflexiones opuestas citadas recientemente, la de Cristina Miguel y la de Carme Marín, se refieren a una población similar, la europea, y a pesar de ello, difieren en sus conclusiones. Si ahora se consideran las diferentes características socioculturales que existen no entre usuarios de una misma ciudad o país, sino en comparación con aquellos que son de países y continentes diferentes, el uso de la aplicación puede ser significativamente distinto porque se interactúa desde representaciones sociales distintas, una de ellas la del estigma<sup>67</sup>.

El uso de Tinder varía dependiendo de las características del usuario, así como también dependerá de ellas la influencia que la aplicación pueda tener en su vida fuera del espacio virtual. Maurizio Ferraris indicaba que "fuera del texto existe todo un mundo, pero sin inscripciones no existe mundo social" (2008: 26), esto es, los significados y sentido del que dotamos a los medios que utilizamos para comunicarnos, entre ellos el estigma, y por ello es recordar que son valores que con el tiempo y en determinados grupos sociales van a tener un significado diferente.

Por estigma se entenderán aquellos atributos, comportamientos y características por las que un individuo o grupo son socialmente rechazados por estar asociados a ellas (Goffman, 2006). Estos atributos son mal vistos porque no forman parte de una normalidad implícita en la sociedad como una representación social aceptada. Por ejemplo, antes la obesidad no sólo no era mal vista, sino que en algunas culturas era deseada; los tatuajes hasta hace poco y todavía entre algunos grupos en la actualidad están socialmente acusados y se les relaciona con violencia, en general, aunque, en paralelo, sobre todo a través de redes sociodigitales como Instagram,

---

<sup>67</sup> Estas diferencias son analizadas con los resultados del análisis comparativo del uso de Tinder entre usuarios de Ciudad de México y de Madrid en el capítulo 5.

comienza a crearse una nueva representación social positiva sobre los mismos que destaca su valor como deseables y como una nueva moda y forma de resaltar la identidad. El individuo estigmatizado se ve influido porque las otras personas puedan tener visibilidad o perceptibilidad de aquello que es mal visto (Goffman, 2006: 64).

Es muy importante tener presente el estigma que todavía puede estar alrededor de Tinder y analizar si está cambiando, entre quiénes y cuál es su origen porque no sólo afecta la construcción de la representación social de la aplicación, sino que en paralelo afecta al individuo como usuario de Tinder dentro de la aplicación como fuera de ella. Si ha crecido con una educación muy estricta y que esté en contra de mantener relaciones sexuales con una pareja no estable, entonces su uso de Tinder podrá ser llevado con una carga de culpa que puede hacerse presente en la relación con las personas con quienes converse o conozca, así como en su vida fuera de la aplicación. ¿Por qué? No porque usar Tinder implique que va a tener sexo con quien haga *match*, sino porque crea que sus conocidos le van a juzgar y estereotipar por utilizar una aplicación de la que se cree que el objetivo final es tener sexo. Así, es más importante la representación social sobre Tinder que la realidad de la práctica del individuo.

También son visibles ciertas diferencias en sus roles de acuerdo con el género que, además, pueden tener como influencia los significados asociados con expectativas del amor romántico (Giddens, 1995; Rodríguez Morales, 2006), así como éstas se pueden reproducir de manera negativa no sólo estigmatizando en el imaginario, sino en las acciones como violencia simbólica contra hombres y mujeres (Pheterson, 2009). En la investigación de Tania Rodríguez Salazar se aprecia que las mujeres entrevistadas se sienten estigmatizadas por ciertos roles que creen que deben de cumplir por su género y que el uso de Tinder atenta contra ellos.

La vergüenza que experimentan las chicas revela que los actos de cortejo y de búsqueda de pareja explícitos entran en la clase de comportamientos femeninos que se sancionan socialmente como indignos y que, al ser descubiertos por otros a quienes no van destinados, generan turbación. Asimismo, muestra la importancia que tiene para las jóvenes enfrentar el estigma de ser una mujer que tiene deseos sexuales o que anhela tener una pareja y es activa en su búsqueda. (...) hay estigmatización social de las personas, de ambos géneros, que usan este tipo de aplicaciones al asignarles cualidades negativas como: ser incapaces para conseguir una pareja de manera presencial, ser tímidos, estar desesperados o ser promiscuos. Tal estigmatización proviene de normas de cortejo y ligue que favorecen una intimidad lenta, ambigua y progresiva, más que una

rápida, directa o inmediata, independientemente de los resultados que se obtengan (Rodríguez Salazar, 2017: 123).

Si bien este estudio no pretendía en un primer momento abordar lo que sucedía en Tinder, los propios entrevistados, jóvenes de 15 a 29 años de la ciudad de Guadalajara, México que usan tecnologías para mantener relaciones románticas o buscar pareja, mencionaron constantemente la aplicación y por ello decidió incorporarla. Por este motivo, los resultados no indagaron sobre la percepción entre usuarios homosexuales, una de las poblaciones más grandes de Tinder, quienes presentan características de uso todavía poco estudiadas ya que la mayoría de las investigaciones se refieren a Grindr, como la de Blackwell (2014) quien encontró la tensión que vivían los usuarios sobre ser auténticos o no ya que deseaban conocer a otras personas, pero al mismo tiempo no querían ser reconocidos y acusados socialmente. Otras investigaciones sobre Tinder encontraron que la mayoría de los usuarios homosexuales y bisexuales, sean hombres o mujeres, tienden a ser poco menos auténticos que quienes son heterosexuales, algo que, infieren los autores, podría deberse a que todavía hay usuarios que se sienten estigmatizados (Ranzini & Lutz, 2017); no obstante, Ward señala que es utilizada como una aplicación para divertirse en muchos casos y eso disminuye la culpa y el estigma de formar parte de ella (2016a).

Este capítulo tuvo como objetivo principal hacer una discusión teórica sobre los roles que pueden desempeñar la mediación tecnológica y las representaciones sociales en la conformación de su self digital y las acciones que lleven a cabo a través de la aplicación, sean en relación con los otros o con respecto a sí mismo. En los capítulos 4 y 5 se retoman estas discusiones en relación con las experiencias de los usuarios.



## CAPÍTULO 3

### METODOLOGÍA DE UNA INVESTIGACIÓN SOCIODIGITAL PARA ANALIZAR TINDER:

#### Etnografía digital, diseño de los instrumentos y reflexiones sobre el quehacer de investigación en un campo digital

##### 3.1 Construcción de una investigación sobre Tinder

La comunicación mediada y, en este caso en particular los encuentros, amistades y citas mediadas, presenta un reto y una oportunidad en el quehacer metodológico de la investigación social debido a que la mayoría de las interacciones y construcción de sentidos ocurren a través de espacios digitales difíciles de percibir y capturar por su naturaleza aparentemente efímera, en este caso una población de usuarios de Tinder que está en constante transformación debido a que cada día crece al incorporar a nuevas personas que la descargan y la comienzan a utilizar, pero además porque las interacciones que ocurren están condicionadas porque un interés común entre los usuarios.

Cuando la comunicación ocupa otras plataformas es importante generar estrategias para adaptarse a ellas y poder acercarse a ese fenómeno social. Para comprenderlo, se ha propuesto una inmersión en Tinder con el objetivo de conocer cómo se desarrollan las prácticas e interacciones desde dentro de la aplicación, pero también con la intención de conocer si tienen alguna intervención en la vida cotidiana de los usuarios más allá de ella.

En este capítulo se explica por qué se recurrió a una estrategia metodológica mixta y se describe cómo se realizó el trabajo de campo; asimismo, se exponen las consideraciones éticas que se tomaron a lo largo de la investigación debido a que la naturaleza digital del objeto analizado implicó crear un perfil digital para acceder e interactuar con los demás usuarios de Tinder. Finalmente, se presenta una descripción estadística general de las diferentes poblaciones de usuarios que participaron en los cuestionarios.

### 3.1.1 ¿Por qué es importante investigar Tinder?

Antes la Web era un privilegio de pocos y una extensión de la vida de muchos. Su incorporación en la vida cotidiana fomentó el desarrollo de muchas y cada vez más investigaciones sociales acerca de su uso e implicaciones, de muy diversa naturaleza. En los primeros años, evidentemente, se realizaron estudios exploratorios basados en las primeras experiencias de uso, los primeros datos que arrojaban encuestas y estudios sobre usos de Internet, así como hipótesis del impacto que podría tener basadas en trabajos que actuaban como antecedentes y que ayudaron a situar y problematizar las investigaciones propuestas. Actualmente, más de 20 años después, existe una gran diversidad de estudios sobre los *nuevos* medios en relación con las instituciones, con la comunicación, con la política, con la identidad, con el mercado, entre tantos otros, lo que permite el desarrollo de nuevos proyectos que se construyan sobre estos cimientos y también que propicie nuevos.

Las investigaciones sobre Tinder iniciaron a finales de 2013, un año después del desarrollo de la aplicación. El desarrollo de aplicaciones móviles que facilitan la relación con personas desconocidas plantea un fenómeno complejo, sobre todo por la dificultad para capturarlo. En los años recientes se han incrementado las investigaciones sobre relaciones afectivas a través de redes sociodigitales como Facebook, sobre cómo los jóvenes inician, mantienen y terminan sus relaciones a través de dispositivos electrónicos (Lenhart & Duggan, 2014; Winocur, 2015; Lenhart, Anderson & Smith, 2015), sobre fenómenos que aparecían como completamente nuevos como es el caso de la aplicación para citas dirigida a homosexuales como Grindr (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014), así como posteriormente investigaciones sobre Tinder, como se han mencionado, una vez que se convirtió en la aplicación para citas más reconocida. A pesar de que en los últimos 3 años se ha incrementado la cantidad de investigaciones, todavía son muy pocas.

Debido a que todavía es muy poca la investigación sobre Tinder y que son escasos los datos de uso que la compañía ha hecho públicos, este proyecto fue en un primer momento exploratorio con la intención de construir una primera base de datos específica sobre la población con la que se trabajó y para la identificación de los usos más comunes de Tinder a partir de una inmersión y observación estratégica en la aplicación, así como tras la revisión de los resultados obtenidos por investigaciones realizadas en otros países (Ward, 2016a, 2016b; Timmermans & de Caluwé,

2017; Strubel & Petrie, 2017, Ranzini & Lutz, 2017; Ranzini, Lutz & Gouderjaan, 2016; Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016; Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016; entre otros). A pesar de ello, una vez que se obtuvieron los datos, se procedió a una fase descriptiva en el capítulo 4 y una fase analítica en el capítulo 5.

Se necesita hacer un esfuerzo en conjunto para poder tener una comprensión holística y transdisciplinaria sobre Tinder: desde la sociología, psicología, antropología y comunicación, por mencionar algunas; estudios que se dirijan a poblaciones diversas, ya sean de diferentes ciudades, regiones o países, de diferente género, edad y orientación sexual, realizadas por equipos de investigación de universidades, por académicos y por estudiantes tesistas.

Es importante investigar Tinder con una mirada más allá de Tinder, esto es, el fenómeno de las relaciones personales mediadas por dispositivos electrónicos que, en este caso en concreto, están motivadas por la posibilidad de que dos desconocidos puedan decirse que existe un interés o atracción que pueda conducir a conocerse cara a cara. No sabemos cuánto tiempo va a durar el éxito de Tinder, pero lo que sí se puede inferir es que este modelo para conocer personas a la distancia va a continuar y cada vez utilizará diferentes recursos para generar una experiencia más inmersiva. Las relaciones que se mantienen a la distancia mediadas por dispositivos electrónicos también continuarán siendo una tendencia en los próximos años y probablemente van a adquirir nuevas formas de expresión en la interacción. Por todo lo anterior, es importante tener presente que esta investigación tiene como objetivo Tinder, pero en su esencia se refiere a las relaciones mediadas que se producen a través de una aplicación que tiene como objetivo juntar a dos personas que se atraigan. Cada usuario decidirá qué motivo de uso tendrá, pero en general éste es el que invita a utilizar la aplicación.

### **3.1.2 Pregunta, objetivos e hipótesis**

Antes de iniciar la investigación sobre Tinder, el mayor reto fue delimitarla debido a que, para empezar, se requería necesariamente una exploración sobre los usos más comunes que permitiera generar una base sobre la cual desarrollar este trabajo en específico.

La investigación es de carácter exploratorio, descriptivo y analítico: exploratorio durante la primera fase de campo para reconocer tendencias en el uso y comportamiento en Tinder; descriptivo, para explicar en qué grupos de personas se repiten con mayor frecuencia ciertas acciones, identificaciones, motivaciones de uso y representaciones, y finalmente analítico, sobre todo en el capítulo 5 donde se intenta explicar por qué ocurre esto tras cruzar y comparar los resultados entre sí y en relación con la experiencia compartida en las entrevistas.

En este caso, se propusieron como líneas de análisis el rol de Tinder desde la mediación tecnológica en paralelo con el significado como sentido común compartido que tiene entre los usuarios, comprendido desde las representaciones sociales.

### **Pregunta de investigación**

¿De qué manera intervienen la mediación tecnológica y el significado social que se asigna a Tinder en la relación entre usuarios y en su autopresentación?

### **Objetivos**

#### Principal

Analizar el rol de Tinder como mediador de las interacciones entre usuarios y de qué manera interviene en su autopresentación y en las relaciones que produce. La intervención será analizada a modo de influencia, esto es, sin que necesariamente se trate de un determinante, reconocer si la presencia de Tinder por su carácter tecnológico y por su carácter social está afectando la manera en la que se producen interacciones entre usuarios, así como su propia autopresentación.

Por su carácter tecnológico se va a referir al impacto que puede tener el uso de un dispositivo electrónico como intermediario en la relación e interacción con otras personas, así como un análisis de las características intrínsecas de Tinder que condicionan el tipo de relación e interacción que ocurre inicialmente.

Por otra parte, por el carácter social se refiere al impacto que tienen los significados que se asocian con Tinder, tanto lo que esperan los propios usuarios como lo que creen que otros usuarios esperan de ellos y de Tinder en general; es decir, un sentido común acerca de lo que es Tinder, representaciones sociales que se construyen alrededor de la aplicación y que están en constante cambio, así como presentan diferencias de acuerdo con el contexto sociocultural específico de dichas poblaciones.

### Particulares

- Analizar el perfil en Tinder como una virtualización del self a partir de tres momentos por los que pasa un usuario: a) las motivaciones y recursos que anteceden la creación del perfil, b) el uso del perfil y la interacción con los otros, y finalmente c) el paso de la interacción mediada a la interacción presencial con personas que se conocen a través de la aplicación.
- Identificar cuáles son los principales motivos de uso de Tinder y qué variaciones presentan a partir de la edad, género, orientación sexual y región donde vive.
- Realizar un análisis comparativo sobre el uso de Tinder entre usuarios de la Ciudad de México y usuarios de Madrid para investigar si existen diferencias socioculturales que generen usos y significados distintos en la aplicación y si estas diferencias pueden ayudar a explicar los cambios respecto al estigma de la aplicación.
- Identificar si el uso de Tinder está estigmatizado y cómo varía esta percepción entre usuarios de Ciudad de México y de Madrid, así como entre usuarios y no usuarios de la aplicación, haciendo énfasis en los significados asociados con la percepción del riesgo y de violencia, con Tinder como un medio tecnológico y respecto a su asociación con un uso principalmente sexual.
- Describir cuál es el rol de la mediación tecnológica de Tinder en la interacción entre dos personas, así como entre una persona y su contexto social.

### **Hipótesis**

Esta investigación, por su naturaleza originalmente exploratoria, motivó diversas hipótesis acerca de los hallazgos que se podrían obtener. La más importante de ellas, que guía el desarrollo de

este trabajo, es que las interacciones entre los usuarios de Tinder están influidas, en primer lugar, por múltiples representaciones sociales que generan diferentes usos y percepciones de la aplicación y, en segundo lugar, porque la mediación del dispositivo utilizado para interactuar, principalmente el teléfono, genera una distancia entre las dos personas que también influye en la comunicación que se produce. Algunas hipótesis particulares son las siguientes:

- Conforme los usuarios tienen una edad mayor, indican un mayor interés por buscar una pareja formal a través de la aplicación.
- Es más fácil comunicarse con una persona desconocida por la cual se siente una atracción a través de Tinder que de manera presencial.
- Las personas suelen comportarse de manera similar a través de Tinder que como son en sus relaciones presenciales, pero creen que los otros tienden a no hacerlo, algo que influye en su modo de actuar.
- El uso de Tinder entre usuarios homosexuales es distinto, con una intención de buscar pareja formal, por la presencia de Grindr como una aplicación con un uso principalmente sexual.
- Uno de los motivos de uso de Tinder más importantes es la facilidad de comunicarse con desconocidos a la distancia, un elemento que reduce la incertidumbre y la timidez.
- El uso de Tinder entre Ciudad de México y Madrid es diferente debido a la representación social sobre la inseguridad y a diferencias socioculturales sobre la percepción sobre la pareja y la libertad sexual.

### **3.1.3 Justificación metodológica**

Debido al carácter original exploratorio de la investigación, se hizo una inmersión en Tinder que se realizó en diferentes fases y desde diferentes modalidades. Por este motivo, tiene un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, pero también lo es en las interfaces desde donde se realizaron las interacciones, es decir, presenciales y digitales, escenarios de acción y de observación que generan resultados distintos. Estos cuatro momentos del trabajo de campo están interrelacionados entre sí y permiten crear una mejor comprensión de Tinder como un fenómeno social.

Los medios digitales no son utilizados únicamente para el entretenimiento y la comunicación, sino también para hacer investigación y obligan a repensar las ciencias sociales desde una mirada crítica y analítica (Trejo Delarbre, 2010) para comprender los nuevos fenómenos que se puedan estar generando, así como antiguos fenómenos en escenarios nuevos. Los enfoques cualitativos y cuantitativos adquieren nuevas dimensiones cuando se considera este espacio. Las personas son las mismas, pero se convierten en usuarios al estar detrás de la interfaz del dispositivo que utilizan. Al ocurrir esto, siguen siendo ellas mismas, pero también son algo diferente, o por lo menos tienen la posibilidad de serlo; la pantalla permite detenerse a pensar cómo responder, así como también facilita una comunicación atemporal si se desea. La espontaneidad que puede haber en entrevistas que se realizan de manera presencial, cara a cara, cambia y ahora el entrevistado adquiere mayor sensación de control porque puede precisar qué decir y qué no, y cuándo, ya que la inmediatez se ha ido; por otra parte, en relación con la aplicación de cuestionarios, el envío a través de redes sociodigitales, Tinder en este caso, permite un alcance más amplio y mayores posibilidades para su elaboración, se pueden enviar de manera masiva o de manera selectiva a un público específico.

También implica retos para el investigador: los resultados que se obtengan deben de comprenderse de acuerdo con la metodología y recursos utilizados; debe de aclararse qué características tenían los cuestionarios elaborados y en qué condiciones fueron enviados para que tengan validez, y debe de justificarse y situarse la realización de las entrevistas mediadas por correo electrónico en contraste con las presenciales ya que los resultados son distintos. Cada nueva posibilidad de investigación que es producto del uso de medios digitales conlleva una responsabilidad en la interpretación de los resultados. La rigidez metodológica es una constante en la investigación de cualquier tipo, pero en proyectos que se desarrollan desde medios digitales todavía hay espacios y situaciones pocos exploradas y muy difusas que exigen mayor atención.

#### ¿Por qué se decidió aplicar cuestionarios?

El primer cuestionario que se aplicó tenía como objetivo generar una primera base de datos sobre los usos más comunes de Tinder entre los usuarios de la Ciudad de México y cruzarlos por género, orientación sexual y edad para identificar si se presentaban tendencias en los usos de la aplicación con base en estas diferencias. Estos primeros hallazgos permitieron estructurar

un segundo cuestionario y una guía de entrevistas a partir de la identificación de los usos de Tinder entre las diferentes poblaciones de usuarios integrando en estos instrumentos las preguntas específicas que tenían como función operacionalizar los conceptos teóricos sobre los que se sustenta la investigación.

#### ¿Por qué se realizaron entrevistas?

Mientras que los cuestionarios permitieron tener una perspectiva general acerca de los usos de Tinder, las entrevistas cumplen la función de comprender estos hallazgos en relación con experiencias particulares sobre Tinder. Las vivencias de los entrevistados ayudan a reconstruir un sentido común compartido que ayuda a explicar la relación que construyen con los otros usuarios y, también, con la aplicación. Se realizaron entrevistas presenciales a profundidad y entrevistas mediadas por correo electrónico para poder llegar a un número mayor de usuarios, incluyendo a quienes por distancia, tiempo o disposición no podrían participar en las presenciales, pero sí en las mediadas.

#### ¿Por qué realizar entrevistas mediadas por correo electrónico y no por videoconferencia u otro medio?

Como complemento a las entrevistas presenciales a profundidad, se realizaron entrevistas mediadas por correo electrónico. Si bien es posible que algunas de éstas se pudieran haber realizado a través de videoconferencia, la ventaja que ofrece una entrevista mediada por correo electrónico radica justamente en una distancia todavía mayor entre el entrevistador y el entrevistado. Esto puede jugar a favor y en contra, así que se tiene que elaborar estratégicamente. Por el lado negativo, se pierde la espontaneidad e inmediatez de una entrevista cara a cara, pero, por otro, al tratarse de un tema que todavía está estigmatizado entre algunas personas y que refiere a temas sensibles que pueden llegar a ser considerados tabú o de difícil acceso, la distancia entre entrevistador y entrevistado puede facilitar que algunas personas deseen participar en la investigación y compartir su experiencia.



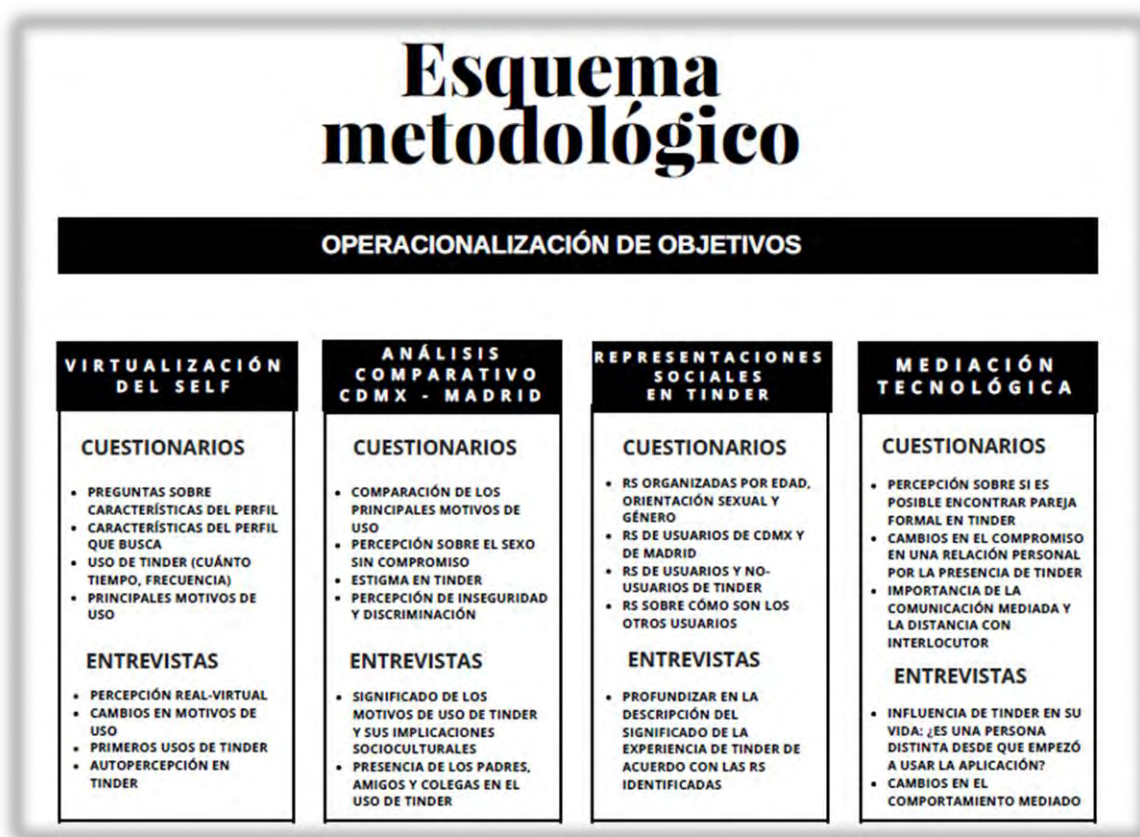
### ¿Por qué se trabajó con una población de no-usuarios y de exusuarios si la investigación es sobre usos y significados en Tinder?

Para tener una comprensión más completa de los significados de Tinder y analizar si estas percepciones tienen influencia en las acciones de los usuarios, no basta con trabajar únicamente esta perspectiva de los usuarios activos, sino que también influyen todas aquellas personas que conocen la aplicación pero que por algún motivo nunca la han descargado o la de quienes la abandonaron después de un breve uso. Las personas que no están en Tinder, pero que lo conocen, pueden tener una influencia sobre aquellos que utilizan la aplicación por tratarse de familiares, amigos, colegas de trabajo o personas cercanas, porque su opinión es valorada por los usuarios. De esta manera, se construyen representaciones sociales distintas sobre Tinder entre usuarios y no-usuarios, ambas igualmente importantes porque parten de un reconocimiento de que existe la aplicación, pero también de una elección acerca de utilizarla o no. Para trabajar con la población de no-usuarios, se aplicaron dos cuestionarios distintos: a) quienes conocen Tinder, pero nunca lo han descargado y b) quienes descargaron Tinder, lo utilizaron y lo eliminaron en un periodo menor a un mes de uso.

### ¿Por qué se realizó un análisis comparativo entre la Ciudad de México y Madrid?

Los análisis comparativos permiten conocer de mejor manera a una población frente a la otra, lo que adquiere todavía mayor relevancia si se observan representaciones sociales y diferencias socioculturales. Al tratarse de una investigación sobre Tinder, la aplicación actúa como un filtro que hace evidentes estas diferencias a través del uso que se hace de ella. Un análisis comparativo de Tinder entre usuarios de diferentes ciudades ayuda a comprender que no se puede generalizar, no es uno solo, sino que es diverso y dinámico, algo que invita a elaborar más y nuevos cruces entre diversas poblaciones para comprender la esencia de cada una de ellas, así como la de la propia aplicación. Se pueden comparar ciudades grandes y ciudades pequeñas, se pueden comparar delegaciones, barrios o municipios de una misma ciudad, se pueden comparar países o regiones en su conjunto, y así, a través de múltiples estudios, comparar unos resultados en relación con otros para tener una perspectiva más amplia del uso de Tinder y, todavía más, del significado de las relaciones mediadas en aplicaciones para citas.

En este caso, la comparación se eligió entre Ciudad de México y Madrid porque son las capitales de sus respectivos países y un uso importante de redes sociodigitales. México es uno de los 10 países con más matches de Tinder en el mundo<sup>68</sup>, mientras que de acuerdo con Tinder, en España se alcanzaron en 2017 10 mil millones de likes durante el año, es decir, 800 millones al mes (Europapress, 2017). Asimismo, a pesar de que el idioma es un elemento en común, se estiman diferencias socioculturales significativas que pueden explicar diversos comportamientos desde la aplicación cuando se relacionan con otras personas y cuando construyen su perfil. Tinder, en este caso, se convierte además en una herramienta que permite observar diferencias socioculturales que trascienden la propia aplicación (Evans, 2017).



Cuadro 3. *Esquema metodológico. Operacionalización de objetivos.* Elaboración propia.

<sup>68</sup> No hay datos oficiales sobre el número total oficial de usuarios de Tinder por países, pero en 2016 (Excélsior; El Universal) México ocupaba la segunda posición en América Latina en cuanto al uso de swipes o deslices a la derecha -indicar que una persona le gusta-, sólo por debajo de Brasil, mientras que en 2017 (Zócalo) ya ocupaba la primera posición del total de usuarios de América Latina, incluso sobre Brasil.

En el cuadro 3, se presenta un esquema metodológico que muestra cuál fue la estrategia que se siguió con la aplicación de cuestionarios y entrevistas para analizar los diferentes temas que constituyen los objetivos particulares anteriormente expuestos. En conjunto, los resultados obtenidos pretenden responder a la pregunta de investigación.

Como se puede anticipar, los cuatro temas de los objetivos particulares se entrecruzan constantemente y no son excluyentes unos de otros, esto debido a que deben comprenderse juntos. Cada uno plantea un enfoque específico respecto a una parte de la experiencia de Tinder.

- a) La virtualización del self refiere al proceso de conversión de una persona en un usuario, en un perfil de Tinder en este caso; la creación de un self digital que puede adquirir nuevas formas de presentación de acuerdo con la identificación de los otros actores y del escenario en el que se encuentra, un escenario no sólo físico ni digital, sino también social.
- b) El análisis comparativo entre Ciudad de México y Madrid retoma elementos específicos de las otras temáticas para centrarlas en un cruce de experiencias y usos de Tinder que puedan revelar la importancia de la presencia de diferencias socioculturales en las expectativas y significados en Tinder. Cada una de estas ciudades tiene una representación social sobre Tinder que serán analizadas de manera comparativa en un apartado del capítulo 5, así como los resultados de las entrevistas también serán transversales para entender el sentido de la virtualización del self en el capítulo 4.
- c) No hay una, sino múltiples representaciones sociales. Por fines de la investigación, además de la de Ciudad de México y de Madrid, se han elegido las de usuarios y no-usuarios, y la representación que se construye sobre los otros usuarios, todas ellas analizadas a partir del género, edad y orientación sexual. Finalmente, uno de los intereses de esta investigación es identificar si en conjunto se puede observar si es que hay una representación social de Tinder estigmatizado y en qué poblaciones ocurre con mayor intensidad que en otras.
- d) Por último, la mediación tecnológica es también un objetivo transversal que ayuda a comprender las prácticas de Tinder y las diferentes consecuencias que pueda tener tanto a nivel individual como a nivel social. La mediación tecnológica es precisamente la que genera la virtualización del self y por ende el self digital, así como a través de ella se evidencian las representaciones sociales.

<b>Descripción operacional</b> <b>de los instrumentos: cuestionarios y entrevistas</b>	
<b>Mediación tecnológica</b>	<p>Preguntas dirigidas hacia comprender qué valor le asignan al sentido de la mediación en las interacciones con otras personas. Se pretende identificar si la prefieren por las facilidades que implica en tanto que hay un mayor control de los tiempos y formas de la conversación, si prefieren la presencial por el contacto con la otra persona o si creen que no hay diferencias. Esto se aplicó en diferentes escenarios y también se planteó en las entrevistas. Asimismo, se indagó en su percepción acerca de si consideran que se comportan diferente cuando es una comunicación mediada o si han identificado que, en su opinión, las otras personas lo hacen.</p>
<b>Representación social</b>	<p>Las preguntas están orientadas a conocer principalmente la representación social acerca de lo que piensan respecto a mantener relaciones sexuales sin compromiso –debido a que es una de las asociaciones más comunes a Tinder–, comprender si existe un estigma y por qué, cómo es la relación con los otros usuarios de Tinder y en general qué significa ser un usuario de Tinder, tanto su autopercepción como la que tienen de los demás. Para comprender las características de las representaciones sociales, se elaboran a partir de un análisis comparativo entre las dos ciudades elegidas.</p>
<b>Virtualización del self y el self digital</b>	<p>El análisis comprende los tres momentos descritos: antes del match, después del match y la interacción presencial. Para analizar lo que ocurre antes del match, se les hicieron preguntas acerca de cómo construyen su perfil y de qué valoran en el perfil de los demás; para comprender qué ocurre después del match, se indagó sobre el desarrollo de la interacción con los otros usuarios y las estrategias de la conversación con intención de descubrir si se desea formalizar un encuentro presencial, y, finalmente, se les preguntó tanto en los cuestionarios como en las entrevistas acerca de sus experiencias en las citas con otros usuarios de Tinder, especialmente para conocer más acerca de la mediación tecnológica y del sentido de las representaciones sociales previas al momento de cotejar el self digital con la persona presencial.</p>

Cuadro 4. *Descripción operacional de los instrumentos: cuestionarios y entrevistas.* Elaboración propia.

### 3.2 La Etnografía Digital como estrategia exploratoria y transversal en la investigación sobre Tinder

En el año 2000, Christine Hine publicó un libro llamado “Etnografía virtual” en donde invitaba a cuestionar el rol de la etnografía en un escenario completamente distinto. En ese entonces – que data de los primeros años del acceso público y cada vez con mayor alcance de la Web–, se interesó por aquellos espacios de convivencia virtual en donde diversas personas interactuaban entre sí a pesar de la ausencia de su corporeidad. La noción de virtual la utilizó para referirse a algo que carece de cuerpo, como se ha dicho, pero también en relación con un *casí*, algo que existe en potencia, pero no se ha logrado materializar, relaciones que son reales a pesar de que no son visibles, y que por su naturaleza es capaz de adaptarse a diferentes entornos y situaciones (Hine, 2000: 80-82). Mucho se ha desarrollado desde ese entonces, para empezar una discusión más amplia de lo que puede implicar el término de lo virtual, y Hine, así como otros investigadores, siguieron explorando y reflexionando sobre cuáles son las implicaciones de que la web se socialice cada vez más y que cada vez se multiplican más las interacciones que ocurren mediadas por dispositivos electrónicos.

¿Es posible hacer etnografía cuando ni siquiera hay contacto con las personas y cuando el lugar carece de un espacio físico? Definitivamente sí y tiene que hacerse. Las estrategias de investigación tienen que adaptarse para responder a nuevas demandas y modos de expresión de lo social. Evidentemente, esto implica nuevos retos y hacer una descripción muy clara de cómo se va a actuar. Hine identifica que las *tres E's* que pueden ayudar a cuestionar el rol de la etnografía en Internet, pero también a situarlo y aclarar la manera en la que se va a proceder (Hine, 2015: 32-53).

- a. *Embedded* [incrustado]: Se refiere a que Internet está cada vez más presente en la vida cotidiana a través de diversos objetos y acciones que forman parte de la vida diaria. El Internet de las cosas es un ejemplo. Los teléfonos fueron de los primeros objetos en incorporar Internet y transformar su propia esencia, pero las casas ahora ya pueden incorporarlo y ser *inteligentes*, también los automóviles, los relojes, quizás pronto la ropa, entre tantos otros objetos con los que se interactúa a diario.
- b. *Embodied* [encarnado]: A pesar de que el acceso a Internet sea a través de los objetos, se encarna en la práctica y acciones individuales a través de ellos. Las personas interactúan

entre sí a través de Internet. Se virtualiza el self para ingresar a un escenario con muy diversas posibilidades y facultades que complementa y extiende lo que ocurre fuera de la red, y a pesar de que es intangible, no por ello es menos real.

- c. *Everyday* [Cotidiano, todos los días]: Finalmente, considerando que Internet está incrustado en objetos que forman parte de la vida diaria y que además los individuos lo integran en sus prácticas sociales y forman parte de la misma red, es así como la red se ha convertido en una parte de la vida cotidiana, en algo mundano, y ha adquirido una percepción mundana, casi natural.

La presencia de Internet continúa en aumento y el uso que se hace de la red es cada vez más inmersivo, afirmaciones que justifican la necesidad de hacer etnografía digital para comprender fenómenos sociales de diversa índole, aunque se debe de recordar que el acceso no es universal y todavía hay millones de personas que no lo tienen y por ello quedarían excluidas. No obstante, si se desea investigar con profundidad comunidades de usuarios de algún sitio o red sociodigital en específico, difícilmente se logrará sin que los investigadores hagan una inmersión en este terreno, se quedaría limitado a estadísticas de uso, mas no a significados de la experiencia.

La etnografía digital debe de ser comprendida como una adaptación de la etnografía tradicional a nuevas interfaces digitales, pero también se debe reconocer un carácter autónomo. A pesar de que tiene un procedimiento similar, la naturaleza de las poblaciones con las que trabaja y los escenarios donde actúa son completamente distintos: las personas son perfiles, los lugares son páginas web, foros de discusión, redes sociodigitales o aplicaciones móviles, mientras que la presencia del investigador nunca es una *presencia* como lo sugeriría su nombre porque físicamente no está ahí, aunque digitalmente pueda estarlo: lo que cambia en este aspecto es el sentido del tiempo y de una convivencia que puede ser en tiempos distintos. Al etnógrafo se le presentan retos que pueden asumirse como oportunidades ya que debe de construir el campo, los tiempos y la manera en la que reconstruirá su propia presencia y la relación con las otras personas que lo conforman como usuarios (Hine, 2015: 59-61), pero la ausencia de un campo como escenario físico no debe de ser una limitante, sino una oportunidad etnográfica (Winocur, 2013).

Cada día se producen nuevas investigaciones que utilizan la etnografía digital como metodología para poder comprender qué ocurre en la web y relaciones sociales mediadas. Todas ellas, aunque estuvieran enfocadas en tratar un objeto de estudio en particular, con su experiencia aportan

también en el aspecto metodológico para conocer cuáles son los alcances y limitaciones. Por su naturaleza aparentemente efímera, casi líquida (Bauman, 2008), uno de los aspectos más importantes que debe de llevar cualquier investigación con estas características -y toda investigación en general, pero éstas en particular- es hacer una descripción muy clara de la construcción del campo, del proceso de acercamiento de los investigadores con la población con la que se trabajó, de las técnicas e instrumentos utilizados y la justificación por utilizarlos, así como una descripción de los espacios, aunque digitales, y tiempos, aunque extendidos, en que se desarrolló. Es decir, se debe de describir todo, o por lo menos, si se hace, los resultados podrán ser comprendidos de mejor manera. Finalmente, un aspecto que destaca en investigaciones con etnografía digital es el de las consideraciones éticas que se tomaron al momento de relacionarse con los usuarios y de obtener la información debido a que por las características maleables de la red y sus contenidos, es fácil tergiversarlos o actuar bajo el anonimato provocando respuestas que carezcan de una mayor objetividad.

La presencia de la etnografía digital fue transversal a lo largo de toda la investigación. Comenzó desde que se creó un perfil para iniciar la interacción con los usuarios. Primero fue pasiva durante una fase de observación de perfiles y después activa al iniciar una comunicación con los usuarios y explicarles brevemente en qué consiste la invitación para participar, así como posteriormente la aplicación de cuestionarios, la realización de entrevistas por correo electrónico –que se extendieron durante varios días según fuera el caso–, así como una presencia constante en Tinder, en general. Ése fue el campo: la aplicación.

La interacción entre investigador y la población de usuarios dista significativamente de aquella que un antropólogo puede tener con la de una población en específico con la que trabaja. Como se decía, nuevos espacios digitales implican diferentes acercamientos. En este caso, las relaciones con los usuarios en particular fueron muy breves -exceptuando las entrevistas- pero con los usuarios de Tinder en general -a través de la aplicación-, se mantuvo una interacción constante ya que se estuvo presente durante todo el tiempo de la investigación con la intención de analizar las características de los usuarios, de los perfiles, las reacciones hacia ciertos usuarios variando por género, edad y orientación sexual, entre otros factores. Como parte de esta aproximación, se realizaron las entrevistas y se aplicaron los cuestionarios para generar un mayor acercamiento y poder conocer sobre sus usos y experiencias.

Es necesario considerar que el uso de Tinder todavía está estigmatizado y aún más en ciertas poblaciones, algo que reivindica esta necesidad de encontrar nuevas formas de hacer investigación. El objetivo de esta primera etapa era conocer cómo funciona la aplicación y, sobre todo, hacer observación de los perfiles de otros usuarios en Tinder identificando tendencias en la selección de fotografías y en otros elementos de la creación del perfil.

Hacer campo en Tinder implica adaptar la etnografía a un entorno digital muy incierto en el que, para empezar, se desconoce cuál es la población que lo compone. La etnografía tradicional implica ir al lugar en el que se realizará el campo y permanecer en observación o contacto con la población en cuestión; en contraste, en la etnografía digital el tiempo y el espacio adquieren un sentido distinto: no se está todo el tiempo en el campo, así como tampoco se está presencialmente en relación con las personas que participan en él. El campo en Tinder no es un espacio tradicional ya que todas las interacciones iniciales tienen que estar mediadas por la aplicación y por los significados que a ella se asignan.

Observación de los usuarios de Tinder: octubre-noviembre del 2016.

En esta primera etapa etnográfica el objetivo era la observación pasiva para identificar tendencias en los otros usuarios, así que el perfil creado todavía no tenía una intención de interactuar con los demás por lo que no estaba dirigido. El proceso fue el siguiente:

1. Observación aleatoria: Con el perfil creado, se dio el máximo de *likes* cada 12 horas para visualizar todos los perfiles disponibles. Con la intención de alcanzar a una población mayor, el perfil cambiaba su orientación: primero era hombre, después mujer; primero heterosexual, después homosexual. Este procedimiento se repitió a lo largo de dos semanas.
2. Identificación y selección de tendencias: En la primera fase de observación se identificaron elementos comunes en la creación de perfil de los otros usuarios. La repetición de ciertas características en las fotografías elegidas indicaría posibles tendencias que fueron elegidas para medir en la siguiente etapa. Las características más repetidas en las fotografías fueron:



- *Selfie*. Aquí se identificaron por separado si muestra sus ojos o si los tiene cubiertos - lentes, por ejemplo-, así como si sonríe o no.
- Pose. Aquí se identificaron por separado si hace algún gesto en particular –como la *duck face* que es común en fotografías en redes sociodigitales– o si hace algún tipo de pose con su cuerpo.
- Actividad física. Se separaron si aparece corriendo -una de las actividades físicas más comunes en la última década- o si está en el gimnasio.
- Social. En compañía de otras personas. Se separó si está en una fiesta, bar o antro y si aparece bebiendo o fumando.
- Escenario. Lo que ocurre en la foto detrás del usuario. Se identificaron como posibles escenarios aquellos que remiten a algún viaje o vacaciones y al lugar donde estudia o donde trabaja.

3. Observación analítica y captura: Una vez que se identificaron las tendencias, se inició otra vez el proceso de observación borrando la cuenta de Tinder para volver a iniciar con una nueva. En esta ocasión tuvo algunas diferencias:

- Periodo de aplicación: el proceso de observación tuvo una duración de dos semanas.
- Lugar: Fue llevado a cabo en diferentes partes de la Ciudad de México con el objetivo de tener una población más diversa.
- Observación: La actividad de Tinder se inició en un rango de 5 kilómetros desde puntos céntricos de estas delegaciones. A pesar de que resultaba imposible crear un perfil único del usuario de Tinder, todavía menos en esta primera instancia, la diversidad hipotética de la población que accede desde las delegaciones mencionadas fue importante para categorizar los perfiles.
- Cada perfil observado fue capturado en un archivo de Excel. El nombre de la persona fue omitido. Los elementos capturados fueron los siguientes:
  - a) Perfil sociodemográfico: género, orientación sexual, delegación desde donde se hizo la captura, edad, si tiene o no una descripción, si tiene su perfil asociado con Instagram o con Spotify.
  - b) Fotografías: Tinder permite elegir 6 fotografías; de éstas, se separaron para la observación la principal y las secundarias. La captura se hizo identificando los siguientes elementos en cada una de ellas: selfies, si sonríe, si tiene los ojos descubiertos, si está

posando, si su fotografía remite a algún viaje, si remite a su trabajo, si remite a la universidad, si está en un coche, si aparece en compañía de otras personas, si aparece bebiendo o fumando y si está en el gimnasio.

\* Elaboración del cuestionario: Los resultados obtenidos en la observación actuaron como un indicador para la elaboración del cuestionario que se aplicó en la siguiente etapa.

El periodo descrito de observación fue llevado a cabo entre los meses de octubre y noviembre del 2016. Todo el proceso ha sido una práctica de etnografía digital porque implica una adaptación de las estrategias y aproximaciones etnográficas tradicionales a un entorno digital; si bien la relación con los otros usuarios ha sido intermitente y pocas veces presencial, esto se debe a las propias características efímeras de Tinder y del entorno digital, pero, asimismo, esto ha permitido una presencia en el campo constante. La inmersión como investigador y la captura de información desde una plataforma digital tuvieron ventajas y desventajas. La etnografía digital no terminó con la observación, sino que fue una constante a lo largo de todo el campo trabajado como es descrito en las próximas páginas.

### **3.3 La construcción del perfil de investigación en Tinder**

El enfoque de la etnografía digital implica entrar al campo en el que se va a trabajar y establecer vías de comunicación con las personas que lo habitan; en este caso, la inmersión ocurre en Tinder a través del teléfono móvil y de la computadora, mientras que el campo en sí mismo no está delimitado como ocurre con la etnografía tradicional, sino que se convierte en una oportunidad y necesidad de que sea el propio investigador, de acuerdo con los objetivos que se persigan, quien lo construya.

A continuación, en este apartado se explica cómo fue el proceso de la creación de un perfil de investigación utilizado para contactar a quienes participarían y ayudarían con las respuestas de los cuestionarios y las entrevistas.

#### **3.3.1 Consideraciones éticas**

Al hacer una investigación en campo, es importante aclarar a la población con la que se trabajará cuáles son las condiciones en que se llevará a cabo el trabajo. Todavía más importante lo es cuando el campo está tan poco definido y la relación entre el investigador y los individuos es mediada por un dispositivo que invisibiliza la presencia física de las dos partes involucradas. Es fundamental generar una discusión ética sobre proyectos que trabajan temas que se construyen a través de medios digitales porque la variedad en el uso y la poca definición desde un enfoque académico hace que las barreras éticas aparentemente se puedan perder. Los límites entre lo correcto y lo incorrecto, y entre lo público y lo privado, no son tan aparentes.

Cuando una persona crea un perfil en Tinder –en sentido estricto– está haciendo público ese contenido, fotografías y la información que contiene, algo que ha generado problemas en más de una ocasión a algunos usuarios<sup>69</sup>. En esta investigación en todo momento se optó por proteger la identidad de las personas que participaron directa e indirectamente: los cuestionarios fueron

---

<sup>69</sup> Las características de Tinder como un juego, su ludificación, a veces pueden hacer parecer que lo que ocurre ahí no es real y las personas pueden adoptar comportamientos que no harían en una interacción presencial como puede ser discriminar a otros, criticarlos, hacerles peticiones directas de índole sexual, entre otras. Por otra parte, hay algunos usuarios que están en una relación, utilizan Tinder y son descubiertos por personas cercanas a su pareja.

anónimos, mientras en las entrevistas, tanto en las presenciales como las mediadas por correo electrónico, se les permitió elegir qué nombre desearían que apareciera, así como en la observación de los perfiles no se tomó nombre ni referencia de ninguna cuenta de Tinder en particular. La investigación se realizó sin revelar información personal; ni nombres, ni fotografías, ni capturas de pantalla que puedan comprometer a cualquier usuario, únicamente se utilizaron los nombres que indicaron.

Más allá de que el principal uso de Tinder fuera sexual o no, lo importante es que muchos de los usuarios así lo creen (Ver p. 496) y es posible que una gran parte de las personas que conocen Tinder y no han utilizado la aplicación también creen que su principal uso es sexual (Ver p. 497); por este motivo, en la descripción del perfil de investigación se explica claramente que el objetivo es exclusivamente académico, ya que los escenarios de ligue en Tinder son tan diversos que algunos usuarios creen que es una estrategia para crear un primer acercamiento<sup>70</sup>.

Al perfil de investigador se le cambió el género ocasionalmente entre hombre y mujer, así como la edad, por motivos que se explican en el siguiente apartado. En la descripción se aclaraba que es una cuenta genérica y que cambia sus características con la intención de alcanzar una población más diversa de usuarios. En todo momento hubo transparencia al interactuar con los demás usuarios para seguir un protocolo ético y que no se sientan engañados.

### **3.3.2 Características del perfil**

Durante el periodo de aplicación de cuestionarios se crearon varios perfiles. Así como en Tinder algunos usuarios parecen adaptar estrategias para iniciar una conversación con las demás personas o para hacer match, ocurrió algo similar desde la perspectiva de la investigación: el uso de imágenes, descripción del perfil y comunicación con los otros usuarios fue cambiando y adaptando en función de las experiencias con los usuarios para elaborar una mejor estrategia para atraer su atención e interés y conseguir respuestas.

---

<sup>70</sup> Al momento de invitar a participar en la investigación respondiendo cuestionarios, hubo usuarios, tanto hombres como mujeres, que creyeron que era parte de un performance y que la intención final era tener una cita. Esto es hasta cierto punto normal en Tinder ya que para poder conseguir una cita se requiere originalidad, abandonar el desgastado *hola, ¿qué tal?*, lo que les llevaba a pensar que era la intención última de este perfil.

Las características generales del perfil fueron:

- Nombre: El nombre que aparecía era el de la cuenta de Facebook, ya que Tinder no permite cambiarlo. De esta manera, los nombres utilizados fueron “Rodrigo”, “Rho”, “ProyectoTinder” y “TinderTesis”, aunque fueron muchas más cuentas que esas cuatro.
- Edad: Las cuentas variaban: algunas eran de 23 años y otras de 28-29 años. Los cambios fueron necesarios para llegar a poblaciones distintas ya que quienes querían conocer personas, digamos, de entre 18 y 24 años, no podrían encontrar la cuenta de 28 años, mientras que quienes buscaban a alguien de 25-31 años no podrían encontrar la cuenta de 23.
- Género y orientación sexual: Constantemente se cambió el género entre hombre y mujer para poder llegar a una población más completa; lo mismo se hizo con la orientación sexual indicando en Tinder si se busca hombres, mujeres o ambos. Estos cambios fueron necesarios ya que con una cuenta de hombre sólo se puede encontrar a hombres homosexuales y mujeres heterosexuales, mientras que con una de mujer sólo se pueden encontrar hombres heterosexuales y mujeres homosexuales.
- Descripción: Se indica que el perfil ha sido creado como parte de un proyecto de tesis de maestría realizada en la UNAM y que se están buscando personas que deseen ayudar respondiendo a un cuestionario. Se especifica que deben de ser residentes en la Ciudad de México y en Madrid, según sea el caso. No se especifica la edad ya que ésta se controla desde la cuenta de Tinder en donde se seleccionó un rango de 18 a 31 años. Por último, se indica que el cuestionario es anónimo y que cualquier duda será aclarada.
- Fotografías: Se editó el logotipo de Tinder con diferentes filtros y se agregó un cuadro invitando a los usuarios a ayudar y participar en la investigación. La intención era que pareciera una imagen atractiva visualmente, concisa y clara. Al final se agregó una fotografía propia del investigador en donde sólo se muestra la cara con la intención de permitir entrever que, a pesar de que sea un proyecto de investigación, también hay una persona real detrás del mismo y que las personas puedan tener una mayor sensación de confianza de que la ayuda que proporcionen será anónima y útil en una investigación verdadera.

### 3.3.3 Cambios en el perfil de investigación

Todo el proceso fue un aprendizaje metodológico. Se inició con un conjunto de ideas y estructura que debería de tener, pero fueron requeridos algunos cambios y adaptaciones tanto como estrategia para poder iniciar canales de conversación, como para conseguir que Tinder permita llevarla a cabo.

#### Fotografía del perfil

Como imagen del perfil, se eligió el logotipo de Tinder con algunas modificaciones y un texto que refería a que se invita a participar en una investigación sobre los usos de la aplicación. Se hicieron cambios para sugerir con mayor precisión cuáles eran los objetivos, pero siempre manteniendo un estilo sencillo y visualmente atractivo. Tinder es una aplicación muy visual, así que la imagen principal es muy importante ya que si no genera interés y los usuarios no dan clic, no se puede hacer match y en consecuencia no pueden revisar la descripción que indica en qué consiste el proyecto. Por eso mismo, se hicieron cambios para agregar más información a la imagen y, al final, se hizo a modo de presentación de diapositivas indicando muy brevemente que se les invitaba a participar en la investigación. Las imágenes utilizadas en el perfil fueron las siguientes:

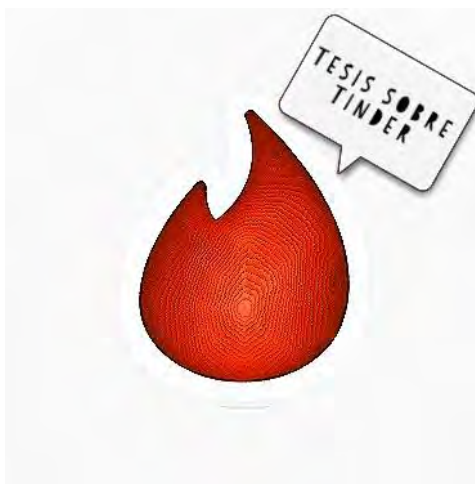


Figura 3. *Imagen de perfil 1.*

Se usó el logotipo de la aplicación y una nube de diálogo similar a la de un cómic en donde se indica que se está realizando una tesis sobre Tinder.



Figura 4. *Imagen de perfil 2.*

Se empezaron a hacer pruebas haciendo pequeños cambios con la apariencia del logotipo de Tinder para evitar que fuera retirada la fotografía, pero intentando que guarde una relación inmediata con la aplicación. Se intentó crear una sensación de misterio sobre la investigación para que dieran clic y revisaran en qué consiste la investigación.



Figura 5. *Imagen de perfil 3.*

En esta imagen se invirtieron los colores de Tinder con el fondo, mientras que en la nube de diálogo se indicó de manera muy breve qué es lo que motiva a la investigación (creación propia).



Figura 6. *Imagen de perfil 4.*

En esta ocasión, se intentaron hacer cambios mayores, pero sin perder la apariencia de que refiere a Tinder, para evitar que se retire la imagen. El cuadro de texto se refiere a que se realiza un análisis comparativo entre México y España.

Debido a que las imágenes eran retiradas, se procedió a recortarlas mostrando únicamente una parte de ellas con el texto y una parte del logotipo de Tinder.



# Tesis sobre Tinder

¿Me ayudas?

Más información en las siguientes fotos:

*It's a Match!*



## Cuestionario

Usos y representaciones en Tinder

Se resuelve en menos de 10 minutos. Es anónimo.

Es parte de una tesis realizada en México. En cuanto esté terminada, compartiré resultados con quienes estén interesados.



Si tienes alguna duda sobre la investigación o el cuestionario, dime y con gusto puedo aclarar tus dudas.

Atte. Rodrigo Cardoso. 29 años. Tesis de maestría en Comunicación realizada en la UNAM en México en colaboración con la UCM de Madrid.

## Gracias



Figuras 7, 8 y 9. *Imágenes de perfil para Madrid, España.*

Finalmente, en la última etapa se creó una serie de imágenes con apariencia de diapositivas con la intención de explicar en qué consiste el cuestionario al que se les invita a participar, así como algunos detalles de la investigación (creación propia).

Se debe de considerar que Tinder actualmente presenta las fotos del perfil en grande y ya no se ve la descripción a menos de que el usuario la busque. Aparece la fotografía principal, que por ello debe de ser atractiva, y si la persona que observa el perfil lo desea, entonces puede dar clic y deslizar para ver las demás fotografías o elegir consultar la descripción del perfil, pero todo esto únicamente es posible si la primera imagen capta su atención.

### Descripción genérica

El texto base que se utilizó en las diversas cuentas de Tinder que se crearon consistía en indicar que la cuenta se ha creado para hacer una investigación de Tinder, se indicaba la universidad en la que se presenta la tesis, se invita a participar en un cuestionario indicando que es anónimo y que se resuelve en menos de 10 minutos. También se ofreció la posibilidad de compartir los resultados. Éstas son las características básicas que tuvo la descripción, pero se hicieron pequeñas modificaciones ocasionalmente, como adaptarla cuando era para usuarios de Madrid. La descripción fue la misma en su esencia en todas las cuentas que se crearon, ya sea de hombre o de mujer, así como de las diferentes edades.

*Hola. Mi nombre es Rodrigo Cardoso y estoy trabajando en una tesis paera la maestría en Comunicación en la UNAM, México, sobre usos y representaciones de Tinder. ¿Te gustaría participar y responder un breve cuestionario? Es anónimo y te tomará menos de 10 minutos hacerlo. Cualquier duda que tengas, con gusto puedo aclararla. Compartiré los resultados con quienes deseen consultarlos. Si te interesa participar, dime y te paso el link. Gracias.*

### Compartir resultados con quienes ayudaron en la investigación

Al principio, la participación era moderada y no alcanzaba las expectativas, así que en la descripción se agregó que se compartirían los resultados a partir en cuanto esté finalizada la tesis y eso generó una respuesta muy positiva de parte de la gente. Todos son usuarios activos de Tinder, algunos llevan medio año, otros más de dos años, pero la gran mayoría tiene mucho interés por saber más acerca de lo que sucede ahí, de cómo se relacionan las otras personas, qué buscan y qué ocurre una vez que una relación trasciende lo digital. Se hizo público que se compartirán los resultados y el efecto fue muy positivo. En cuanto la tesis esté publicada, será

enviada por correo electrónica a todas las personas que expresaron el deseo de conocer la versión final de los resultados.

#### Ajustes al perfil debido a denuncias

La cuenta de Tinder fue denunciada y se perdió en 5 ocasiones en la primera etapa de México y 6 en Madrid; más de 10 en la segunda etapa de México. Esto que obligó a crear diversas cuentas de Facebook para poder acceder a la aplicación. Sólo una vez la denuncia fue retirada a pesar de que se le enviaron correos a Tinder explicando la situación, pero en los otros casos no fue posible. El motivo es desconocido ya que al usuario en cuestión no se le notifica, sino que únicamente aparece un aviso de que la cuenta está siendo investigada. Si esto ocurre, la cuenta se pierde, no se puede utilizar Tinder ni acceder a los contactos que se tenían ahí. Cuando tres usuarios denuncian una cuenta, es entonces cuando ésta es investigada y bloqueada. Uno de los motivos que pueden explicar por qué ocurrieron las denuncias es que el uso de la cuenta no era estrictamente para relacionarse con otras personas, sino para hacer investigación. Tanto en México como en Madrid, todas ocurrieron cuando se trabajó con la población de hombres heterosexuales. Una hipótesis sería que en el caso de los hombres es más común dar *like* a todos los perfiles y después revisarlos de acuerdo con la investigación de Tyson, et al (2016), lo que podría dar a entender que el perfil con el que hicieron match, de una cuenta para una investigación, no era lo que anticipaban y por ello decidieron hacer la denuncia a pesar de que en la descripción y en las imágenes utilizadas se indicaba que era un perfil exclusivamente creado para hacer la investigación.

En la etapa final de aplicación de cuestionarios de Madrid, finales de diciembre y principios de enero, así como la última etapa de la Ciudad de México, de febrero a abril del 2018, fue muy difícil hacer uso de Tinder para enviar cuestionarios. Ya no eran denuncias de los otros usuarios, sino que los algoritmos de la aplicación lo detectaban como spam. Se utilizaron diferentes estrategias, diferentes teléfonos -ya que también actúa a partir del número telefónico-, así como diferentes mensajes enviados a los usuarios. No obstante, el resultado fue el mismo: se hacían matches a los pocos minutos de usar la aplicación, pero a lo mucho 30 minutos después, sin perderlos, parecía que se perdía el contacto porque, aunque se enviaban los mensajes, no había respuestas, la cuenta es invisibilizada y, sin ser eliminada, no se puede interactuar. Se crearon

más de 20 cuentas en total, también correos electrónicos y cuentas de Facebook para poder crear la de Tinder, pero no fue posible proceder. Tan solo se obtenían 1 o 2 respuestas por cada cuenta creada, y eso sólo en las mejores ocasiones. Posteriormente las interacciones iniciadas se perdían debido a que la cuenta era bloqueada.

### **3.3.4 Interacción con los demás usuarios y la invitación para participar en la investigación**

Para poder enviar los cuestionarios, fue necesario hacer match, es decir, enviarles un like y también recibir un like para poder abrir un nuevo canal de interacción a través del chat de Tinder y ahí enviarlo. No hubo un criterio especial acerca de cómo elegir a quién darle like, únicamente la edad de 18 a 31 años (que se elige antes de poder ver los perfiles) y la región (personas que vivan en la Ciudad de México o en Madrid), como ya había sido explicado anteriormente. A todos se les dio like conforme aparecían los perfiles.

En cuanto se hizo el match, se les envió a un mensaje similar al mencionado en el apartado anterior –pero personalizado porque es importante que sepan que la participación de todos, como individuos independientes, es importante– en donde se agradecía el interés por la investigación, que el cuestionario es anónimo, que los resultados serán compartidos con quienes así lo deseen y que si tienen alguna duda sobre el mismo o sobre la investigación en general, sería aclarada en el chat de Tinder. Una vez que indicaron que estaban de acuerdo y que reiteraron su intención por participar, se les envió un link que redirigía al cuestionario.

Es importante recordar que a pesar de la distancia que implica contactar a otras personas a través de medios digitales, el rol del investigador fue de inmersión, fue de conocer e interactuar, resolver dudas, no de mantenerse distante. Podría pensarse que sería más difícil por ser una comunicación mediada, pero al final presentó ventajas en este aspecto.

El investigador se arriesga a participar desde su experiencia como sujeto posicionado en su propia intimidad, no como un observador neutro (Cruces, 2012, p. 66 en Winocur, 2013).

Aunque ocurrió en muy pocas ocasiones, también se utilizó la aplicación de happn, similar a Tinder, para llegar a más personas. En la descripción se utilizó la misma imagen de perfil y se invitaba a participar únicamente a quienes fueran usuarios activos de Tinder, no sólo de happn.

### **3.4 Identificación de los usos de Tinder: una aproximación cuantitativa**

En la última década se han elaborado muy diversos estudios para comprender qué sucede en las redes sociodigitales, la mayoría de ellas Facebook y Twitter abarcando temas desde la identidad hasta la actividad política. A pesar de que cada vez se realizan más estudios sobre estos temas, el contexto desde el cual se analizan genera diferentes resultados: un estudio con tintes políticos previo a las elecciones de un determinado país, un estudio sobre la percepción de la imagen propia a través de Instagram, las relaciones homosexuales en Grindr en 2012 (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014; Díaz Sánchez, 2016), entre otros; todos ellos aportan valiosas sobre el uso de redes sociodigitales en diferentes ámbitos de la vida, pero adquieren sentido si reconocemos en qué marco metodológico, ciudad y país, a qué población y en qué periodo fueron construidos.

Dicho esto, todavía hay muy poca investigación acerca de Tinder ya que está centrada en poblaciones de ciertas regiones, especialmente Norteamérica y algunas regiones de Europa. Las metodologías utilizadas son diversas, exploratorias la mayoría debido a que es un fenómeno que acepta la innovación y diferentes enfoques para aproximarse a él. Si bien el aumento de investigaciones a partir de 2016 en comparación con el periodo de 2012-2015 es muy significativo, la mayoría de los estudios se están llevando a cabo en las mismas regiones: norte y centro de Europa, sobre todo en los Países Bajos; Estados Unidos y Brasil. Por supuesto que hay más, pero todavía son pocas.

Cuando se investiga acerca de Tinder, no se trata exclusivamente de la aplicación, sino que ésta actúa como un filtro sociocultural para conocer más sobre una población o temática en específico (Evans, 2017). Por este motivo, es valioso cada vez se haga más investigación en diversos países y regiones, poblaciones, grupos de edad y enfoques de investigación. Sólo a través de esta diversidad es que se puede comprender el impacto que pueda tener esta aplicación, aquellas que son similares y aquellas comunes que se desarrollen en los próximos años. Las relaciones mediadas por dispositivos electrónicos son cada vez más comunes, así como el estigma acerca de las relaciones con interés de formalizar pareja o de tener un encuentro sexual casual será cada vez menor hasta probablemente ser inexistente.

El objetivo de los cuestionarios es conocer cómo es el uso de Tinder, qué características tienen los usuarios de la aplicación, cómo perciben Tinder como representación social y, en general, qué diferencias puede existir entre la población de usuarios en función de variables sociodemográficas como la edad, el género, la orientación sexual y la región donde viven. Los resultados permitieron elaborar la guía de la entrevista y después, en conjunto, una interpretación de las relaciones que ocurren en Tinder, como se muestra en los capítulos 4 y 5.

### **3.4.1 Aplicación y descripción de los cinco tipos de cuestionarios**

Se aplicaron un total de cinco tipos de cuestionarios que fueron elaborados a través de la plataforma de E-Encuestas<sup>71</sup>, así como se obtuvieron más de 800 respuestas totales. Previo a la aplicación, se realizó una prueba con un grupo de 20 usuarios seleccionados aleatoriamente para asegurarse de que las preguntas y la manera de responderlo fueran claras, entre usuarios de Tinder y conocidos. Estos cuestionarios fueron eliminados. La creación y aplicación de un cuestionario online ofrece una gran variedad de ventajas sobre la manera de estructurar y codificar las respuestas obtenidas (Llauradó, 2006) de acuerdo con los objetivos del proyecto, así como esta vía presentaba la mejor oportunidad para llegar a personas que se encuentran y comunican desde un medio digital.

El género, edad, orientación sexual y lugar donde viven son las variables más importantes que se están considerando y por ese motivo era obligatorio que respondieran esas preguntas para continuar.

Edad: Usuarios activos de Tinder con una edad entre 18 y 31 años (aunque en el análisis se van a distinguir por grupos los de 18-24 y a los de 25-31).

Género: Hombres, mujeres, hombres trans y mujeres trans.

Orientación sexual: Heterosexual, homosexual, bisexual y se abrió una opción en donde indicaran que no se identifican con ninguna de las anteriores.

Región donde vive: Usuarios que viven en la Ciudad de México (no el área metropolitana, sino

---

<sup>71</sup> El sitio web <https://www.e-encuesta.com/inicio/> permite crear encuestas a partir de diversos recursos en función de los objetivos concretos de la investigación que se realice. Hay diferentes versiones, una gratuita y otros servicios de paga dependiendo de las necesidades que se tengan. Se utilizó su servidor para crear y aplicar todos los cuestionarios.

la Ciudad de México como estado; sólo aquellos que son residentes) y usuarios que viven en la ciudad de Madrid (aunque originalmente fueran de otras provincias o países, lo importante es que por lo menos hayan estado viviendo ahí durante un periodo mínimo de 6 meses previo a la respuesta del cuestionario).

- Ciudad de México. Cuando se les preguntó por región, se refiere a la delegación donde vive el usuario que responde. Por ello, con la intención de obtener una población más diversa, los cuestionarios se aplicaron desde distintas regiones de la ciudad. Esto no era una garantía ya que quienes respondían no necesariamente vivían en dichas delegaciones, sino que en el momento de dar like al perfil de investigación y hacer match se encontraban en un radio de 5 kilómetros de distancia, pero es posible que se encontraran de paso o que ahí trabajen o estudien, no necesariamente que ahí vivan.
- En el caso de España, la investigación se dirigió a usuarios residentes de Madrid<sup>72</sup>. Como se indicaba anteriormente, el periodo de residencia mínimo solicitado fue de 6 meses. No todos los que respondieron son españoles y ésta es precisamente una de las riquezas del análisis que se puede obtener. Madrid, capital de España y un destino muy importante para realizar estudios entre poblaciones diversas de Europa y de América Latina, tiene una población muy diversa. Por este motivo, se preguntó por su país de origen, datos que en su respectiva comparación revelan elementos muy valiosos de los diferentes usuarios, representaciones sociales y usos de Tinder.

### 1. Primer cuestionario de Ciudad de México

Periodo de aplicación: De noviembre del 2016 a mayo del 2017.

Respuestas: 393 cuestionarios resueltos. Originalmente eran 441, pero se eliminaron 48 cuestionarios en los que se respondió menos de una tercera parte<sup>73</sup>.

---

<sup>72</sup> A pesar de que la mayoría de las respuestas eran de Madrid, se abrió una opción para indicar si algunos eran de Barcelona, Andalucía u otra provincia. Si se alcanzaba una proporción alta de estos casos, se haría una comparación proporcional entre dichas provincias para identificar si había diferencias en el uso y la población que accedía, pero no fue así.

<sup>73</sup> Se decidió eliminarlos porque las respuestas no aportaban nada. Simplemente eran datos demográficos, pero no atendían a los intereses de la investigación.

Objetivo: Identificar tendencias sobre los principales usos de Tinder, la creación del perfil y motivos de uso.

Temas de las preguntas del cuestionario:

- Variables sociodemográficas: Edad, género, orientación sexual y delegación.
- Uso de aplicaciones para citas y encuentros.
- Uso de Tinder
- Construcción del perfil: elementos en las fotografías, descripción, entre otros.
- Características que interesan del perfil de las otras personas: apariencia, edad, elementos en las fotografías y la descripción, entre otros.
- Motivaciones de uso de Tinder.
- Citas con otras personas conocidas a través de Tinder: expectativas, buenas y malas experiencias, entre otros.
- Percepciones sobre el compromiso y las relaciones mediadas.

## 2. Segundo cuestionario de Ciudad de México

Periodo de aplicación: De mayo del 2017 a principios de septiembre del 2017. Fecha de extensión de la aplicación: Marzo y abril del 2018.

Método de aplicación: A través de Tinder, Facebook y correo electrónico<sup>74</sup>.

Respuestas: 132 cuestionarios válidos. Se eliminaron 9 en los que se la mayor parte no fue resuelta.

Población<sup>75</sup>: Las características eran las mismas de quienes resolvieron el cuestionario anterior, es decir, jóvenes de 18 a 31 años; hombres y mujeres; heterosexuales y homosexuales, y que

---

<sup>74</sup> El segundo cuestionario de México se envió a los usuarios de Tinder a través de la aplicación, pero también por correo electrónico con aquellos que habían participado en el primer cuestionario e indicaron que deseaban continuar, así como a través del perfil personal de Facebook en el que se extendió una invitación a participar y compartir la publicación para que participaran personas usuarias activas de Tinder de entre 18 y 31 años que vivan en la Ciudad de México.

<sup>75</sup> Cabe mencionar que en el primer cuestionario se dejó una pregunta para que dejen su correo electrónico si deseaban seguir participando en futuras etapas de la investigación: resolviendo otro cuestionario y/o si aceptarían ser entrevistados. Algunas de las personas que respondieron el primer cuestionario también participaron en el segundo, así como hubo nuevos usuarios de Tinder que lo resolvieron, todo ello de acuerdo con los mismos criterios utilizados anteriormente.



habiten en la Ciudad de México.

Temas que abarca el segundo cuestionario:

- Mismos datos sociodemográficos, aunque también se agregó el estado actual de relación y los estudios cursados (en una segunda etapa de la aplicación, por lo que la muestra es menor).
- Representaciones sobre el sexo sin compromiso.
- (Nuevas) Motivaciones de uso: una selección basada en las que se preguntaron en el primer cuestionario y en otras investigaciones (Timmermans & de Caluwé, 2017; Sumter, Vandebosch & Ligtenberg, 2016). Se agregaron como motivos el interés por olvidar a su anterior pareja y por buscar personas de su misma orientación sexual.
- Sobre cómo creen que son los otros usuarios de Tinder y qué características desean que tengan.
- Autoestima y autopercepción a partir de que respondieran qué tan atractivo consideran que es su perfil y en función de ello cómo se relacionan con las otras personas, así como qué características de sí mismos creen que son deseables por los otros usuarios.
- Estigma y la apertura acerca de conversar con otras personas acerca del uso de Tinder
- En una segunda etapa de la aplicación del cuestionario, se preguntó por la percepción de algún tipo de violencia en Tinder, así como si creen que ellos han actuado de esa manera.

### 3. Cuestionario de Madrid

Periodo de aplicación: Principios de septiembre del 2017 hasta finales de diciembre del 2017.

Respuestas: 153 cuestionarios válidos. Se eliminaron sólo 4 cuestionarios en los que la mayor parte no fue resuelta.

Población: Los usuarios de Tinder a quienes se buscó para enviar este cuestionario tenían las mismas características sociodemográficas que los de la Ciudad de México para poder homologar y hacer una comparación de los resultados. Está dirigido exclusivamente a usuarios activos de Tinder que residen en Madrid. Como se mencionó anteriormente, cabe mencionar que Madrid es un destino importante para profesionales y estudiantes que se mudan temporal o permanentemente a vivir desde otras partes de España o desde otros países del mundo; por este motivo, se agregó una opción para que indiquen el país donde nacieron y otra en donde indiquen

cuánto tiempo llevan viviendo en Madrid. La diversidad de la población madrileña genera resultados significativos.

<b>Características de los usuarios residentes en Madrid</b>			
<b>Nacionalidad<sup>76</sup></b>	Española	78.6%	
	País de Latinoamérica o el Caribe	13.6%	
	Estados Unidos o Canadá	2.6%	
	Europa	3.2%	
	Asia	1.3%	
<b>Región donde viven</b>	Madrid	99.3%	
	Otra	0.7%	
<b>¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Madrid?</b>	Menos de 3 meses	7.2%	
	3 a 6 meses	2%	
	6 a 12 meses	3.9%	
	1 a 2 años	8.6%	
	2 a 5 años	24.3%	
	Más de 5 años	53.9%	
<b>Total</b>		153 respuestas	

Tabla 2. *Características de los usuarios residentes en Madrid*

Temas: Este cuestionario retomó las preguntas más importantes del primero de la Ciudad de México que tenía como objetivo conocer cómo era el uso de Tinder y cómo era el proceso de la creación del perfil, mientras que incorporó por completo el segundo cuestionario que ya se refería a los objetivos particulares de la investigación.

<sup>76</sup> Ningún usuario indicó tener nacionalidad de algún país de África o de Oceanía.

#### 4. Cuestionario para quienes utilizaron Tinder por un periodo máximo de 1 mes y después lo eliminaron<sup>77</sup>

Periodo de aplicación: Marzo del 2018.

Respuestas: 50 cuestionarios en total. Se eliminaron 3 cuestionarios.

Temas: El cuestionario fue muy parecido al que se aplicó a los usuarios activos, pero se adaptó la redacción para referirse a aquellos que fueron usuarios y ya no lo son. Asimismo, se agregaron enunciados de afirmaciones al respecto del uso de Tinder para que valoraran qué tan de acuerdo estaban con ellos del 1 al 10.

Para comprender el significado social que tiene Tinder e indagar si afecta en los comportamientos, se consideró que era importante conocer qué pensaban aquellas personas que utilizaron la aplicación, pero la abandonaron después de menos de un mes de haber comenzado a utilizarla. No se sabe si fue por una mala experiencia, porque no cumplía sus expectativas o porque no podían conectar con otras personas, u otro motivo, pero la abandonaron. Al haberlo hecho, si deciden hacerlo, podrán compartir su experiencia con terceros, quizás algunos usuarios activos, y afectar su percepción y quizás también su comportamiento.

#### 5. Cuestionario para quienes nunca usaron Tinder, pero lo conocen

Periodo de aplicación: Marzo del 2018.

Respuestas: 96 cuestionarios en total. Se eliminaron 4 cuestionarios.

Temas: Lo mismo que el de los exusuarios de Tinder, sólo que fue adaptado para quienes nunca lo han sido, pero que conocen la aplicación.

Si bien es importante conocer qué piensan sobre Tinder aquellos que fueron usuarios y abandonaron la aplicación, es también necesario investigar por qué las personas que la conocen no han decidido utilizarla y, sobre todo, qué es lo que piensan de ella. Los no-usuarios de Tinder pueden ser amistades, familiares, colegas de trabajo o parejas de quienes sí son usuarios, personas cercanas, y es por ello que su opinión, aun a pesar de que nunca han utilizado Tinder, puede afectar la representación que tengan los usuarios activos y por ende su comportamiento. La

---

<sup>77</sup> En marzo del 2018 se enviaron los cuestionarios dirigidos a no-usuarios y exusuarios de Tinder a través de Facebook y Twitter debido a que se tenía que llegar a una población que estaba ausente de la aplicación. Para hacerlo, la invitación a participar se hizo desde Facebook y Twitter.

percepción que tengan puede ayudar a comprender cómo se construye el estigma que persiste entre las aplicaciones y páginas para citas.

### Distribución de la población de usuarios

En los cuestionarios para usuarios activos se intentó balancear la población de participantes para que fuera equitativo entre hombres y mujeres y por orientación sexual, pero no era sencillo hacerlo ya que en Tinder no se puede filtrar por orientación sexual. Lo que se hizo fue crear un perfil de hombre y buscar hombres y mujeres (es decir, un uso homosexual y uno heterosexual) y uno de mujer y buscar hombres y mujeres (un uso heterosexual y homosexual respectivamente), pero en ambos casos había usuarios que se identificaron como bisexuales, una característica que resulta difícil de equilibrar.

<b>Distribución de la población</b>					
	<b>Cuestionario 1</b>	<b>Cuestionario 2</b>	<b>Cuestionario</b>	<b>Exusuarios</b>	<b>No-usuarios</b>
	<b>México</b>	<b>México</b>	<b>Madrid<sup>78</sup></b>		
<b>Hombres</b>	48.9%	50.8%	47.1%	36%	35.4%
<b>Mujeres</b>	51.1%	49.2%	52.9%	64%	64.6%
<b>Heterosexuales</b>	56.7%	61.4%	44.4%	74%	87.5%
<b>Homosexuales</b>	28.3%	22%	32.5%	12%	4.2%
<b>Bisexuales</b>	15%	16.7%	20.8%	14%	5.2%
<b>18 a 20 años</b>	13.2%	6.8%	7.8%	6%	2.1%
<b>21 a 24 años</b>	33.3%	29.5%	38.6%	42%	25%
<b>25 a 28 años</b>	35.6%	39.4%	33.3%	28%	29.2%
<b>29 a 31 años</b>	17.9%	24.2%	20.3%	24%	43.8%
<b>Total</b>	393 respuestas	132 respuestas	153 respuestas <sup>79</sup>	50 respuestas	96 respuestas

Tabla 3. *Distribución de la población de participantes en todos los tipos de cuestionarios.*

<sup>78</sup> Entre paréntesis se agrega el porcentaje de usuarios transexuales. Para el análisis de la investigación, no se hizo diferencia entre quienes se identificaron como transexuales y no, sino simplemente como hombres o mujeres.

<sup>79</sup> 1.9% de los usuarios españoles indicó que no se identificaba con ninguna de las orientaciones sexuales sugeridas.

Como se puede apreciar, en general la distribución está equilibrada. Los usuarios más jóvenes, aquellos de 18 a 20 años, fueron quienes tuvieron una menor presencia, muy probablemente debido a la diferencia de edad con los perfiles de investigación: de 23, 28 y 29 años.

También es necesario precisar más detalles sobre sus características socioculturales para poder situar los resultados presentados en los próximos capítulos.

		Datos socioculturales			
		CDMX <sup>80</sup>	Madrid <sup>81</sup>	Exusuarios	No-usuarios
Estudios	Bachillerato	17.6% b	8.4%	2%	3.1%
	Licenciatura	70.6% b	57.1%	64%	72.9%
	Posgrado	11.8% b	31.2%	32%	22.9%
	Carrera Técnica	0%	0%	2%	1%
Actividad	Estudia	26.8% a	29.2%	18%	14.6%
	Trabaja	56.9% a	37.7%	48%	55.2%
	Estudia y trabaja	12.2% a	31.4%	28%	22.9%
	No estudia ni trabaja	4.1% a	1.3%	6%	7.3%
Estado de relación	Soltero/a	72.7% b	93.4%	58%	37.5%
	Novio/a <sup>82</sup>	25% b	3.9%	32%	32.3%
	Unión libre	0% b	2.7%	6%	17.7%
	Casado/a	1.5% b	0%	2%	10.4%
	Divorciado/a	0.8% b	0%	2%	2.1%
	Total de respuestas	a: 393 b: 132	153	50	96

Tabla 4. *Datos socioculturales de la población de usuarios de los cuestionarios.*

<sup>80</sup> Las preguntas sobre los estudios se incorporaron en una etapa tardía de la aplicación de cuestionarios.

<sup>81</sup> 1.3% de los usuarios españoles reportó haber alcanzado la primaria y 1.3% la secundaria. En el caso de los otros cuestionarios, todos reportaron haber alcanzado desde bachillerato hasta posgrado.

<sup>82</sup> Hay que tener varias consideraciones al leer este resultado. El segundo cuestionario de la Ciudad de México se aplicó a través de Facebook, además de correo electrónico a quienes ya habían participado y nuevos usuarios de Tinder. Esto significa que algunos, aunque pocos, abandonaron la aplicación después de un uso mínimo de tres meses y por eso es que indicaron ya tener pareja. Aun así, sugiere el porcentaje tan alto que fue en esta población entre quienes es más común utilizar Tinder a pesar de tener novio o novia. Por otra parte, es normal que exusuarios como no-usuarios de Tinder reporten tener pareja en un porcentaje más alto. En el caso de Madrid, tan solo el 6.6% tenía pareja.

### **3.4.2 Consideraciones para la lectura e interpretación de los resultados: limitaciones y oportunidades**

A pesar de que los usuarios que respondieron la mayoría de los cuestionarios fueron seleccionados aleatoriamente a través de Tinder dentro de los parámetros de edad y distancia mencionados, los resultados serán relevantes siempre que se comprendan las implicaciones y el contexto de este proceso.

Es una población representativa en función del total de usuarios de Tinder, pero aun así se debe de considerar cuáles fueron las limitaciones al momento de invitarlos a participar en la investigación, ya que las respuestas son exclusivamente de aquellos que decidieron participar en la investigación, evidentemente. Esto significa que hay otras personas que también utilizan Tinder y que no decidieron participar, motivo por el cual se desconoce el uso que hacen. Éste es un problema presente en toda investigación y es importante reconocer que las ciencias sociales no son exactas, pero tras haber definido las características de la muestra de la población con la que se trabajó y las condiciones en las que fueron seleccionados, los resultados pueden ser muy reveladores desde ese contexto. El interés que se mostró por participar fue muy positivo y en un primer momento inesperado, algo que puede indicar que Tinder cada vez es más aceptado en la esfera pública como una herramienta de comunicación orientada a citas y encuentros normales, reflejo de una disminución de su estigma.

#### Aclaraciones importantes para la lectura de la tesis

\* La importancia de tener perspectiva de género

La naturaleza digital de Tinder facilita las interacciones y las conexiones entre personas debido a la mediación tecnológica y las características para autopresentarse y para filtrar la búsqueda de otros usuarios. Como se ha mencionado, Tinder, frente a las demandas de sus usuarios, se ha actualizado para ofrecer nuevas formas de identificarse a partir del género –aunque en realidad es una estrategia más comercial que social si se analiza detalladamente la oferta que hacen–, así como ha ofrecido una disculpa pública por haber cerrado perfiles frente a denuncias no revisadas

que atentaban contra su género u orientación sexual. Si bien estas acciones responden principalmente a la intención de atender correctamente a sus clientes, también es una oportunidad para reflexionar en el quehacer de la investigación y las consideraciones que se deben de tener para que sea inclusiva.

A pesar de ello, a lo largo de todo el texto es común encontrar palabras como “usuarios”, “individuos” y “personas”, pero se debe de tener que presente que, a menos de que indique lo contrario, se refiere tanto a hombres como a mujeres.

Es importante que actualmente cada vez más investigaciones se realicen con una perspectiva de género en mayor o menor medida. A pesar de que en este trabajo es común que se nombre en masculino para referirse tanto a hombres como a mujeres por motivo de practicidad y de extensión, como se ha indicado, se intentó mantener en general un tono de neutralidad y de mención a ambos.

\* “Homosexuales” como orientación sexual para referir tanto a hombres como a mujeres

Por homosexuales no se refiere únicamente a hombres homosexuales. Se hace referencia tanto a gays como a lesbianas, esto es, hombres y mujeres que tienen una orientación sexual homosexual.

En el primer cuestionario aplicado en la Ciudad de México no se ofreció en un primer momento la posibilidad de identificarse como hombres o mujeres trans, sino hasta que se actualizó el cuestionario. Aun así, fueron muy pocos los casos. En los siguientes cuestionarios ya se agregó la posibilidad de indicar si son hombres o mujeres trans, así como si no se sentían identificados con ninguna de las orientaciones sexuales mencionadas –heterosexual, homosexual y bisexual–.

Más allá de la estructura de los instrumentos de investigación, es importante que la perspectiva de género sea transversal en todo el proceso, aun si en esta tesis en particular no fue del todo evidente. Si se reconocen las diferencias en los roles de género como algo social y no como algo

biológico (Lamas, 1996: 114-115), se puede tener una mejor comprensión e interpretación de la diferencia en los usos de Tinder entre hombres y mujeres como producto de pensamientos aprendidos por su reproducción histórica-social, asociados con los ideales del amor romántico y los roles correspondientes. En la actualidad esto está cambiando paulatinamente y en un estudio longitudinal de Tinder quizá se podría hacer visible, pero lo importante es tener presente que estos roles existen y que explican acciones que se han naturalizado tanto que pasan como imperceptibles para los individuos, como se puede evidenciar en las profesiones más deseadas entre usuarios y usuarias (Ver p. 310).



### **3.5 El sentido de la experiencia: realización de entrevistas presenciales y de entrevistas mediadas por correo electrónico**

El objetivo de la aplicación de los cuestionarios fue conocer algunas de las tendencias de uso y de imaginarios acerca de Tinder, en particular de los usuarios que ayudaron respondiendo el cuestionario, debido a que es una investigación que en primer lugar es exploratoria. De acuerdo con los resultados obtenidos en el primer cuestionario y siguiendo los objetivos de esta investigación, se realizaron entrevistas con el objetivo de poder profundizar sobre los primeros hallazgos. La finalidad era pasar de lo general a lo particular, de un mapa de usos generales de Tinder a las experiencias individuales de los usuarios entrevistados.

#### **3.5.1 Construcción de la entrevista**

La realización de entrevistas es uno de los procesos más importantes de la tesis, una estrategia para poder conocer más allá de los resultados generales obtenidos a través de los cuestionarios para llegar a la construcción de sentidos a través de las entrevistas. El contacto con los entrevistados se hizo primero a través de Tinder y posteriormente a través de correo electrónico. A continuación, se explica con mayor detalle el proceso de invitación y los datos que se solicitaron.

##### Invitación para participar en la entrevista

Invitación: Todos los entrevistados fueron contactados primero a través de los cuestionarios aplicados en la fase anterior debido a que al final se dejó un espacio en el que podían indicar si tenían interés en continuar participando en la investigación en una entrevista. A todos los que dejaron su correo electrónico, se les contactó por este medio y se les solicitó información general sobre ellos mismos para poder elegir a quiénes serían entrevistados.

##### Datos solicitados y selección de entrevistados

La información que se les solicitó fue su edad, su género, su orientación sexual y la delegación en la que viven en el caso de la Ciudad de México, mientras que en el caso de Madrid se solicitó su nacionalidad en caso de que no fuera española. Estos datos son importantes porque a partir

de ellos se buscó diversidad en la población de entrevistados: que sea lo más equitativo posible entre hombres y mujeres, y también entre heterosexuales, homosexuales y bisexuales.

### **3.5.2 Modalidad de la entrevista**

Se realizaron entrevistas presenciales a profundidad y entrevistas mediadas por correo electrónico. En el correo que se envió a los interesados, se les invitó a elegir qué modalidad preferían. Existen diferencias muy importantes entre ambas, pero precisamente ésa es una de las motivaciones que condujeron a utilizar las dos estrategias.

#### Entrevistas mediadas por correo electrónico

Una vez que se recibió una confirmación de participación, se les envió un correo electrónico explicando cómo sería el proceso de entrevista. La duración fue de cinco correos electrónicos en un plazo no determinado con la intención de tomar el tiempo que fuera necesario para elaborar sus respuestas, considerando que tienen otras actividades como son trabajo, estudios y otros compromisos. Estos cinco correos estaban estructurados de manera que cada uno diera continuidad a las respuestas que se iban recibiendo, pero también que agregara preguntas sobre los temas objetivos de la investigación. La guía de los correos fue la siguiente:

1. Cómo conocieron Tinder, hace cuánto tiempo comenzaron a utilizarlo, qué expectativas tenían, cuáles fueron sus primeras impresiones y cómo fue el proceso de la construcción de su perfil.
2. Las motivaciones que conducen el uso de Tinder, su utilización en la vida cotidiana, imaginarios en las relaciones con las potenciales parejas, rasgos y características de los otros usuarios buscados.
3. Representaciones y percepciones sobre violencia, sexismo, racismo y discriminación en la relación con los otros en Tinder, uso de la aplicación en viajes en otra ciudad o país y la presencia o ausencia del estigma en el uso de Tinder.

4. Tinder como una herramienta para la comunicación mediada, diferencias en el comportamiento presencial y cara a cara, así como conocer sobre las experiencias que hayan tenido al conocer presencialmente a otras personas de la aplicación y lo que significaron estas experiencias.
5. Se retoman los elementos más significativos de todas las experiencias compartidas en la entrevista para relacionarlos entre sí y generar nuevas y últimas preguntas. Asimismo, se plantea el efecto que tuvo Tinder en sus vidas, si es que lo tuvo.

### Entrevistas presenciales

Como se mencionaba anteriormente, los entrevistados fueron contactados originalmente a través del cuestionario enviado en Tinder. Ahí, en un apartado al final, dejaron su correo electrónico quienes deseaban participar en futuras etapas de la investigación con la posibilidad de ser entrevistados. Una vez seleccionadas las personas que participarían en este proceso, se les envió un correo electrónico para confirmar su participación y comenzar a acordar el punto de reunión, que fue en cafeterías de la Ciudad de México y de Madrid, según fuera el caso. La duración fue de entre 50 y 90 minutos dependiendo del tiempo que cada uno de los entrevistados y entrevistadas necesitara para compartir su experiencia. Las entrevistas fueron semi-estructuradas para seguir los objetivos de la investigación, pero en paralelo poder conocer la experiencia completa que compartían.

### Características de las entrevistas

En ambas modalidades se les dio la oportunidad de elegir el nombre que quisieran que apareciera en la versión final de la tesis.

#### Ventajas de las entrevistas mediadas por correo electrónico

- Cada entrevistado podía elegir el momento en el que quisiera reflexionar sobre su experiencia con Tinder y compartirla. No había prisa. Si tenían compromisos laborales,

si tenían que salir de la ciudad o si tenían tiempo limitado para participar, nada de esto importaba cuando se les empoderaba con la oportunidad de ser ellos quienes eligieran el momento para responder.

- Las respuestas que enviaron han pasado por un proceso de reflexión, quizás incluso por un filtro sobre qué decir o cómo decirlo. Esto, que podría pensarse como una desventaja, no lo es: las respuestas compartidas son experiencias que han sido analizadas y reflexionadas detalladamente por ellos mismos, que ya no cuentan únicamente qué fue lo que ocurrió, sino que se ha convertido en un qué-significó-lo-que-ocurrió, una experiencia consciente.

#### Ventajas de las entrevistas presenciales a profundidad

- La espontaneidad al compartir su historia en una interacción cara a cara genera una sensación de exposición, un resultado distinto de aquella que fue mediada por correo electrónico: las respuestas son inmediatas, con pocos o quizás sin filtros, un reflejo de la experiencia, relatos que no han pasado por un filtro de edición.
- La inmediatez permite guiar la interacción y las experiencias en relación con los objetivos con mayor fluidez como producto del rapport que se puede generar en una relación presencial si ésta es bien llevada a cabo.

Las diferencias entre ambas modalidades se complementan y conducen hacia una reconstrucción más completa de la experiencia y significación de Tinder. Cuando era presencial, las respuestas fueron espontáneas y tendieron a ser en mayor medida un reflejo de los hechos ocurridos y de las emociones que generaron, mientras que cuando fueron por correo electrónico, mostraron el relato de una experiencia analizada y el significado que tiene para la propia persona. Si se tienen presentes estas diferencias y se genera una confianza con la persona entrevistada a pesar de que sea una relación mediada por un dispositivo, la entrevista por correo electrónico ofrece ventajas significativas para llegar a personas que de otra manera no sería posible, como puede ser por la distancia, por el tiempo o por la disposición para participar, ya que puede tratarse de personas en situación vulnerable o temas de carácter delicado (Cook, 2012); no obstante, la extensión de las respuestas depende en una mayor medida del entrevistado, ya que se le invita a extenderse cuanto crea necesario para poder compartir su experiencia, pero la extensión en la descripción lo decide cada quien.

En las entrevistas realizadas, en cada uno de los correos electrónicos enviados se les dieron un conjunto de preguntas con la intención de guiar sus respuestas, así como se retomó lo que compartían para intentar crear un diálogo y evitar que parezca un interrogatorio. Para ello, las experiencias descritas en cada correo se entrelazaban con las preguntas del siguiente, así como se hizo explícita una intención por indagar más sobre lo que estaban compartiendo.

### Transcripción de las entrevistas

Todas las entrevistas presenciales fueron transcritas para poder llevar a cabo su posterior interpretación a partir de las categorías que las organizaron. En los capítulos cuatro y cinco de la tesis se citan fragmentos de las entrevistas que son presentados de manera literal: en las presenciales se hizo una transcripción literal de lo que compartieron y es lo que se cita, mientras que respecto a las respuestas que se obtuvieron mediante el correo electrónico se presentan las citas de manera literal, sin modificar de ninguna manera el texto de lo que los entrevistados respondieron.

### 3.5.3 Entrevistados

Se realizaron un total de 24 entrevistas: 13 en la Ciudad de México y 11 en Madrid. Es necesario precisar que no todas las mediadas por correo electrónico se finalizaron ya que hubo algunos entrevistados que en la etapa final dejaron de contestar, uno de los riesgos asumidos al decidir aplicarlas con este método.

ENTREVISTADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO								
Entrevistado	Género	Orientación	Edad	Estudios	Relación	Conoce Tinder	Modalidad <sup>83</sup>	Fecha de aplicación
Alex	Hombre	Homosexual	26 años	Licenciatura	Soltero	Abril 2016	Presencial	29/08/2017
Fabián	Hombre	Homosexual	24 años	Licenciatura	Soltero	2014	Presencial	24/08/2017
Sonia	Mujer	Homosexual	26 años	Maestría	Soltera	Principios 2016	Presencial	17/08/2017
Raúl	Hombre	Homosexual	27 años	Licenciatura	Soltero	Principios 2016	Presencial	21/08/2017
Ivette	Mujer	Heterosexual	28 años	Licenciatura	Soltera	Noviembre 2014	Presencial	26/08/2017
Karen	Mujer	Heterosexual	31 años	Licenciatura	Soltera	2014	Presencial	23/08/2017
Yanin	Mujer	Heterosexual	31 años	Licenciatura	Soltera	2014	Presencial	28/08/2017
André	Hombre	Homosexual	20 años	Licenciatura	Soltero		Correo electrónico	22/08/2017
Alan	Hombre	Heterosexual	22 años	Licenciatura	Soltero		Correo electrónico	28/08/2017
Areli	Mujer	Heterosexual	27 años	Licenciatura	Soltera		Correo electrónico	24/08/2017
Áyda	Mujer	Heterosexual	26 años	Licenciatura	Soltera		Correo electrónico	25/08/2017
Efrén	Hombre	Homosexual	30 años	Licenciatura	Soltero	2015	Correo electrónico	24/08/2017
Marilyn	Mujer	Heterosexual	27 años	Licenciatura	No se sabe	2014	Correo electrónico (4)	10/04/2018
							electrónico (3)	

Tabla 5. *Entrevistados de la Ciudad de México.*

<sup>83</sup> En caso de que haya quedado incompleta la entrevista por correo electrónico, se agrega entre paréntesis en qué parte de la entrevista se quedó. El máximo fueron 5.

ENTREVISTADOS EN MADRID								
Entrevistado	Género	Orientación	Edad	Estudios	Relación	Conoce Tinder	Modalidad	Fecha de aplicación
<b>Yolanda</b>	Mujer	Heterosexual	24 años	Licenciatura	Soltera	2014	Presencial	18/01/2018
<b>Rick</b>	Hombre	Heterosexual	30 años	Licenciatura	Soltero	Octubre 2016	Presencial	8/01/2018
<b>Xiao</b>	Hombre	Homosexual	18 años	Licenciatura	Soltero	Verano 2017	Presencial	8/01/2018
<b>Ana</b>	Mujer	Heterosexual	21 años	Licenciatura	Soltera	2016	Presencial	10/01/2018
<b>Sara A.</b>	Mujer	Bisexual	26 años	Licenciatura	Soltera	Finales del 2014	Correo electrónico	4/01/2018
<b>David</b>	Hombre	Homosexual	22 años	Licenciatura	Soltero	2014	Correo electrónico	4/01/2018
<b>Irene</b>	Mujer	Heterosexual	30 años	Posgrado	Soltera	2014	Correo electrónico (2)	10/01/2018
<b>Sofía</b>	Mujer	Heterosexual	27 años	Posgrado	Soltera	Febrero del 2016	Correo electrónico	14/01/2018
<b>Gramenauer</b>	Hombre	Heterosexual	29 años	Máster	Soltero, luego c/ pareja	2015	Correo electrónico	7/01/2018
<b>Alex Z</b>	Hombre	Homosexual	22 años	Licenciatura	Soltero	2015	Correo electrónico (2)	2/08/2018
<b>Mariana</b>	Mujer	Heterosexual	29 años	Licenciatura	Soltera	2013	Correo electrónico	5/01/2018

Tabla 6. *Entrevistados de Madrid.*

### **3.6 Descripción de la población de usuarios participantes en la investigación**

#### Género

¿Por qué es importante que el estudio contemple tanto a hombres como a mujeres? Las representaciones sociales desde las cuales interactúan pueden ser significativamente distintas dependiendo del género y de los roles que consideren que están desempeñando en una relación o como usuarios de Tinder, así como también sería muy valioso encontrar que no existen diferencias a partir de la diferencia de género con respecto a determinados usos o representaciones. La mayoría de los estudios realizados hasta ahora sobre Tinder muestran diferencias importantes a partir del género (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016).

#### Orientación sexual

¿Por qué es importante que se contemplen las diferencias en la orientación sexual? No es suficiente saber si los hombres muestran una tendencia muy distinta de la que muestran las mujeres sobre un aspecto en específico del uso de Tinder ya que sería un resultado engañoso. Si, en cambio, la población de hombres y la de mujeres es comprendida también a partir de una preferencia sexual, los resultados obtenidos tendrán un significado mayor. Los motivos de uso de Tinder no se pueden separar únicamente entre hombres y mujeres ya que dentro de cada género puede haber motivaciones muy distintas en función de otras variables, una de ellas ésta, la orientación sexual.

#### Edad

El rango de edad escogido fue de 18 a 31 años. En el cuestionario la edad se valora dentro de cuatro grupos: de 18 a 20, de 21 a 24, de 25 a 28 y de 29 a 31, que se comprenden en dos momentos de la vida sugeridos en la investigación: de 18 a 24 años quienes comienzan estudios universitarios y/o su vida laboral y no tienen una pareja definida para largo plazo, y quienes tienen entre 25 y 31 años, que tienen una mayor estabilidad laboral, están terminando sus estudios o en un posgrado y quizás buscan una pareja formal e incluso vivir juntos.

Es importante señalar que estos supuestos son sólo eso, supuestos, que actúan como perfiles genéricos hipotéticos sobre los cuales posteriormente se analizan los resultados obtenidos. Pero



no son absolutos: también hay casos en que es común que algunos desde jóvenes encuentren una relación estable para largo plazo como que haya otros de 28 a 31 años que no la estén buscando; así como hay quienes deciden no continuar sus estudios o quienes por diferentes circunstancias no pueden hacerlos.

Es preciso recordar que puede variar en la Ciudad de México y en Madrid, así como probablemente lo hacen en comparación con otras regiones de México o España o con algún otro país. Su función es crear un parámetro que funcione como punto de partida de análisis basado en estudios y datos sobre jóvenes en ambas ciudades. A continuación, se desarrollan los perfiles genéricos hipotéticos sobre los grupos de edad selectos:

- De 18 a 20 años. El perfil es de jóvenes que, en general, no buscan un compromiso de pareja y que están iniciando su vida universitaria o laboral.
- De 21 a 24 años. Jóvenes que han ya tienen experiencia laboral o que se encuentran avanzados en sus estudios universitarios. Todavía no buscan formalizar una relación con su pareja.
- De 25 a 28 años. Ya están terminando sus estudios y comienzan a formalizar sus expectativas laborales. Aumenta el interés por encontrar una pareja estable.
- De 29 a 31 años. Adultos emergentes que esperan desean encontrar un trabajo en el que vean un futuro o continuar estudios de posgrado y aspirar por un trabajo en ese campo elegido. Buscan una pareja estable.

### Región

Un análisis comparativo entre la población de usuarios de dos ciudades es importante porque Tinder actúa como un filtro que hace visibles características socioculturales propias de cada región y de sus representaciones sociales a partir del uso o de su presencia en la aplicación, por lo que se realiza la comparación entre la Ciudad de México y Madrid.

## CAPÍTULO 4

### LA VIRTUALIZACIÓN DEL SELF PARA EL USO DE TINDER

En los últimos 6 años, Tinder se ha convertido en un gigante entre las aplicaciones para citas, y en una referencia cada vez más común tanto en conversaciones locales, como en los contenidos de los medios masivos. Su fama ha propiciado el desarrollo de las más diversas aplicaciones que utilizan una dinámica similar y, en conjunto, han mejorado para ofrecer un mejor servicio. Uno de los mayores retos que ha enfrentado Tinder, y que actualmente enfrentan aplicaciones más pequeñas, fue el de conseguir un número significativo de usuarios ya que si se sabe que son pocos quienes están ahí, menor es la probabilidad de éxito para conocer otras personas y en consecuencia es menor el interés por utilizar dicha aplicación, pero ese reto ha quedado atrás debido al abrumador número de usuarios en la aplicación tanto en México, España, como en el resto del mundo. Con el paso de los años, el reto fue otro: desestigmatizar su uso, que las personas no se sintieran culpables por utilizar la aplicación o que no fueran juzgados socialmente por quienes no la utilizaban. El uso de redes sociodigitales ha influido en que poco a poco cambie esta percepción y lo que explica el crecimiento en la población de usuarios en los últimos años, algo que lleva a pensar que quizás sí se ha logrado desestigmatizar, por lo menos en una mayor medida en comparación con los primeros años de la aplicación o con la experiencia de páginas para citas como Match.com.

La aplicación funciona en todo momento a través de una interfaz, por lo menos hasta que se conoce a la persona de manera presencial. Es importante comprender qué implica este proceso ya que la persona, como usuario, gana y pierde propiedades y facultades al pasar a una realidad digital. Para hacer este análisis, se plantea la discusión en torno de la virtualización del self y del self digital, dos conceptos propuestos para el desarrollo de esta tesis que no deben confundirse como equivalentes ya que el primero refiere a un proceso y el segundo a un estado.

Por virtualización del self se va a entender un proceso dinámico de transformación del escenario de interacción de una persona que transita de lo presencial a lo digital, en un espacio en el que se manifiestan nuevas posibilidades de expresión y de identificación. En el capítulo 2 se explicó con mayor detalle este concepto (Ver pp. 110), pero es importante recordar que al referirse a una

transformación dinámica se quiere decir que no es absoluta y definitiva, esto es, que la persona no abandona nunca por completo su entidad física y material por una digitalizada, sino que en los escenarios digitales de interacción encuentra nuevas posibilidades para autopresentarse y para relacionarse con otras personas, así como puede abandonarlo cuando así lo deseé.

Este capítulo, de carácter descriptivo, analiza dos momentos significativos en el uso de Tinder y en la relación con los otros usuarios a partir de que dos personas tienen un interés común y se abre un canal de interacción.

- Antes del match y los antecedentes a la creación del perfil: Todo aquello que antecede al match, al uso de Tinder en general, es fundamental para comprender su uso. Por una parte, se discuten los motivos de uso que una persona tiene al descargar y utilizar Tinder -que hay que considerar que éstos pueden cambiar conforme su uso avanza-, así como el proceso de la creación del perfil debido a que está en constante cambio en función de las experiencias que tienen con la aplicación y con los otros usuarios. En este momento se va a identificar el proceso de la virtualización del self.
- Después de hacer match, el uso de Tinder y la interacción con los demás usuarios: Este periodo se refiere al momento en que dos personas muestran un interés común, se hace match y se abre un canal de comunicación. Por supuesto que no está limitado a una sola persona, ya que se pueden tener múltiples matches y múltiples conversaciones al mismo tiempo. En este momento se va a identificar un self digital a través de las interacciones mediadas.

El desarrollo del capítulo consiste en un análisis del uso de Tinder a partir de los datos obtenidos en los cuestionarios y en las entrevistas dentro del marco teórico propuesto. Los resultados de los cuestionarios actúan como indicadores de tendencias del uso de Tinder y de la construcción del perfil, mientras que las entrevistas ayudan a focalizar estos datos en la experiencia de los usuarios. La posibilidad de conocer con detalle el proceso de la creación del perfil y de la virtualización del self ayuda a comprender cuál es el significado de la práctica de Tinder y cuáles son las diferentes motivaciones que tienen los usuarios para hacer uso de la aplicación, algo que resulta muy significativo si consideramos que éstos varían y que pueden tener una influencia en la manera en la que actúan y también en la propia construcción de su perfil.

## 4.1 La creación del perfil de Tinder

En cualquier red sociodigital el perfil es quizás el elemento más importante porque se convierte en el avatar de la persona, en su identidad, sea ésta una representación con intención de ser transparente o performativa. Comprende la representación digital de la persona a través de imágenes selectas, pero también puede estar acompañado de una descripción que dote de sentido a aquellas imágenes, que agregue un toque de personalidad que le quiera asignar la persona en cuestión, algo que complemente lo que estas fotografías o imágenes sugieren. El perfil digital puede ser tan importante en una interacción digital como lo es la cara<sup>84</sup> para Goffman en una interacción presencial (2001) porque se convierte en la primera impresión que se tiene sobre esa persona. Pero un perfil y una cara tienen diferencias importantes, sobre todo en relación con el control de impresiones que generan. A continuación, se presentan algunas diferencias importantes que se deben de considerar entre la cara y el perfil digital.

Cara	Perfil digital
Expresiones y reacciones inmediatas y espontáneas	Expresiones y reflexiones procesadas
Expresiones dinámicas	Expresiones estáticas
Influencia directa	Influencia mediada
Puede llevar <i>máscara</i>	Puede llevar <i>máscara</i>

Tabla 7. *Comparativa Cara y Perfil Digital.*

En una interacción cara a cara, la persona tiene que hacer un reconocimiento inmediato de la situación y del contexto social en el que se encuentra para que, si lo desea, pueda adaptarse y actuar de acuerdo con las expectativas que anticipa que se presenten. Esta adaptación puede ser

---

<sup>84</sup> El rostro y la cara suelen utilizarse como intercambiables. En este trabajo, se considera el rostro como la parte del cuerpo, física, mientras que la cara se va a utilizar con connotaciones de expresión social. Al respecto, Goffman (1959, 1969) reitera la importancia del análisis de la cara para comprender el rol que está desempeñando un individuo y para describir la situación en la que se encuentra, así como refiere a la posibilidad de “salirse de la representación”, es decir, quitarse del rostro la máscara expresiva que utiliza en sus interacciones cara a cara” (1959) donde se pueden apreciar estos tres niveles descritos: el rostro como la parte del cuerpo, la cara como una expresión social del rostro y la máscara como una expresión social controlada del rostro.

inmediata, pero también es resultado de la experiencia que ha tenido en situaciones anteriores que le ayudan a definir de qué manera comportarse en otras similares.

Cuando un individuo o actuante representa el mismo papel para la misma audiencia en diferentes ocasiones, es probable que se desarrolle una relación social. Al definir el rol social como la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado, podemos añadir que un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado por el actuante en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas (Goffman, 2001).

Esto le permite anticipar escenarios para actuar en consecuencia en caso de que se presenten y así desarrollar personajes preparados para situaciones previsibles. A pesar de todo ello, por mayor anticipación y planeación que tenga, o por más experiencias que haya tenido en escenarios similares, la interacción cara a cara puede presentar situaciones que no pueda prever y tendrá que adaptarse en el momento.

Las experiencias pasadas le ayudarán a actuar con espontaneidad y a reaccionar de manera socialmente asertiva con mayor frecuencia. Las expresiones son dinámicas porque cambian y tienen que adaptarse al flujo de la interacción con los otros, motivo por el cual la influencia que se puede tener en los demás o los demás en uno mismo es directa, muchas veces reflejada en la imitación de movimientos o en reiterar lo que se está diciendo. Por último, es necesario precisar que a pesar de que la situación sea cara a cara e inmediata, eso no quiere decir que no se lleve una máscara en el sentido de Goffman. El uso de máscaras no sólo es común, sino que casi es necesario: es el reconocimiento de una situación social y la capacidad de generar una estrategia para adaptarse y formar parte de ella. Usar una máscara no significa exclusivamente que se esté mintiendo, sino que se está adaptando.

Cuando se trata de un perfil, la inmediatez pasa a un muy lejano segundo plano; las respuestas son procesadas y las reacciones se convierten en acciones reflexivas porque hay una mayor distancia de espacio y tiempo en la comunicación con la otra persona. Esta mediación puede ocurrir en diferentes formas e intensidades, ya que no es lo mismo la mediación de un chat que la de un foro de discusión debido a que se espera que la respuesta del chat, aunque no inmediata, no debería de tardar tanto porque en muchos casos se puede saber si la otra persona ha leído el mensaje, mientras que en un foro de discusión se expone una idea y después, sin tiempos

asignados, cualquier persona puede responder o no sin anticipar necesariamente una respuesta; otro caso muy distinto sería el de una videollamada ya que se trata de una interacción mediada, que no ocurre en un espacio físico compartido, pero sí en una temporalidad común, lo que aumenta la percepción de realidad a partir de mantener la sensación de inmediatez.

En el caso de las redes sociodigitales, Tinder en específico, la inmediatez pasa a un segundo plano y lo más importante es el perfil con el cual se presenta la persona. Las interacciones son mediadas, procesadas y reflexionadas porque hay un tiempo que permite crear un perfil acorde con lo que se desea mostrar, así como pensar una respuesta dependiendo de la reacción que se desee intentar generar. Las expresiones son estáticas, esto es, la manera en la que se interactúa a partir de una expresión digitalizada a través del teléfono; son estáticas porque están determinadas por los recursos disponibles de Tinder y porque una vez dichas, quedan plasmadas en la interacción. El perfil se puede cambiar, pero la persona no puede observar en tiempo real cómo son percibidos los cambios, sino que aparecen como fijos, como estáticos.

Por estos motivos, la influencia que se puede tener en la otra persona es mediada y las diferentes expresiones faciales, el tono de voz y el lenguaje corporal de una conversación cara a cara son reemplazadas por una expresión textual y visual en donde la manera de escribir, las palabras elegidas, el uso de emojis y gifs, así como asegurarse de que todos estos elementos tengan un sentido en relación con la interacción que se está generando, se convierten en la manera de expresión y de persuasión a través del chat; de ellos dependerá que pueda existir una posibilidad de extender la comunicación y mantener el contacto con esa persona. Finalmente, es necesario reiterar que en una conversación mediada también hay máscaras que pueden estar mucho mejor diseñadas por la distancia y los recursos digitales que una que sea utilizada en una conversación presencial por, pero también se debe de precisar que el hecho de que sea una comunicación mediada no implica que necesariamente vaya a haber una o muchas máscaras, sino que puede ser un recurso para intentar presentarse uno mismo de una manera más transparente que en una interacción real debido a que no está la presión de la interacción presencial.

Los antecedentes a la creación del perfil se van a analizar a partir de dos indicadores: a) las estrategias de autopresentación o manejo de impresiones y b) los motivos de uso de Tinder que tienen los usuarios. Para hacerlo, se utilizó una estrategia similar a la que desarrolló Janelle Ward (2016a), quien en su estudio retomó los trabajos de Leary y Kowalski sobre las estrategias de

manejo de impresiones para adaptarlo al contexto de Tinder. De acuerdo con ese trabajo<sup>85</sup>, identificaron dos procesos en el manejo de impresiones: la motivación de las impresiones y la construcción de las impresiones, esto es, lo que motiva a una persona a realizar algo y la manera en que lo lleva a cabo. En el contexto de Tinder, Ward lo ilustra con claridad: “(...) Si eres un usuario de Tinder, tú tienes la motivación para descargar y utilizar la app: puede ser buscar el amor, sexo o simplemente una conexión. Pero también haces una construcción de las impresiones cuando eliges qué imágenes y textos incluir en tu perfil” (Ward, 2016a: 85).

Estos dos indicadores serán analizados a partir de los resultados obtenidos en los cuestionarios aplicados sobre las características de su perfil, de las fotografías selectas, de su descripción, de los elementos que fueron anotados durante la fase de observación y comprendidos a partir de las experiencias compartidas en las entrevistas; después, estos resultados son analizados a partir de los hallazgos sobre los principales motivos de uso de los jóvenes que participaron resolviendo el cuestionario. Es importante tener presente cómo se realiza el análisis y lectura de los datos: se construye a partir de los resultados obtenidos en los cuestionarios aplicados en la Ciudad de México exclusivamente, pero se complementan con las experiencias transmitidas a través de las entrevistas tanto de usuarios de la Ciudad de México como de Madrid, tanto en las entrevistas presenciales como en las mediadas por correo electrónico.

#### **4.1.1 Autopresentación en Tinder: la construcción de un perfil público**

El subtítulo puede parecer redundante, pero es intencional: la autopresentación se refiere a la manera en que se construye la imagen propia y a que se manejan las impresiones que se provocan para poder influir en los demás o en un contexto social determinado, es decir, siempre está en relación con un grupo de *otros*, estén definidos o no. Es importante recordar esto porque en Tinder el primer y más común objetivo de la aplicación es precisamente gustarle a los demás, lograr que den un like al perfil para poder iniciar una conversación o por lo menos para tener la certeza de que otras personas se están fijando en uno mismo, que se está generando una atracción o interés por quienes somos, un deseo que en general es compartido porque somos seres sociales.

---

<sup>85</sup> Leary, M. R., & Kowalski, R. M (1990). “Impression management: A literature review and two-component Model” en *Psychological Bulletin*, 107 (1), 34–47.

Durante la fase de observación, antes de aplicar los cuestionarios, se identificaron tendencias en las características de las fotografías de perfil. Se eligieron las siguientes: Uso de filtros, uso de selfies, si aparece con amigos, si está fumando o bebiendo, si los ojos están descubiertos, si sonríe, si se encuentra en una fiesta, bar o antro, si la fotografía remite a algún viaje, si aparece con su mascota o algún animal, si se encuentra en relación con un coche, si está haciendo una pose o duck face. Todas ellas se pueden organizar dependiendo de si son fotografías que refieren a la apariencia de la persona o si refieren a sus intereses.

Apariencia física <sup>86</sup>	Intereses
Uso de filtros	Remite a un viaje
Selfies	Aparece con una mascota
Está sonriendo	Aparece con amigos
Tiene los ojos descubiertos	Está fumando o bebiendo
Tiene el torso, pecho o abdomen descubierta	Está en una fiesta, bar o antro
	Aparece en relación con un coche

Tabla 8. *Características principales de la apariencia física y de los intereses.*

Las características que refieren a la apariencia física tienen el objetivo de crear la imagen mental de la apariencia de la persona desde el entorno digital. Evidentemente, estas fotografías pueden ser tomadas con la intención de generar la mejor impresión en la otra persona. Por ello, si bien refieren a la apariencia física, lo hacen de modo performativo, esto es, mostrando de manera selecta una construcción de una apariencia considerada como deseable, con la intención de atraer a la otra persona. Por otra parte, los intereses que se hacen visibles a través de lo que cuentan las fotografías, por ejemplo, de algún viaje que se haya hecho, de una fiesta con amigos o de alguna

---

<sup>86</sup> Si bien en esta tabla se organizan las características observadas a partir de la apariencia física, es importante mencionar que también se podría considerar simplemente la apariencia, esto es, desde una posición performativa con la intención de dirigir las impresiones que genere en los otros usuarios. Un ejemplo de ello sería la sonrisa con la intención de generar la apariencia de confianza, aparecer con una mascota que genera la apariencia de ser una persona cariñosa o en una fiesta, que puede crear la apariencia de ser una persona sociable. Estas lecturas se consideran en el análisis, pero no se consideraron para el momento de estructurar la organización de los elementos analizados.



actividad que realice, ayudan a construir la imagen que se va a crear sobre la persona, también parte de un performance. En este sentido, ambas categorías, la de la apariencia física como la de intereses, construyen un self digital.

A continuación, se analizan estas características de las fotos de perfil organizadas por género, orientación sexual y grupos de edad de los usuarios. Se les preguntó si dichas características están presentes en su foto principal, en sus fotos secundarias o si están ausentes de su perfil. Es importante recordar que a pesar de que estos resultados revelan tendencias en la creación del perfil, todos ellos adquieren sentido cuando se miran a través de la experiencia de los entrevistados.

Para hacer una lectura correcta de las tablas que se presentan, es importante considerar lo siguiente:

- a) Principal: Se refiere al porcentaje de usuarios que tiene dicha característica exclusivamente en su foto de perfil.
  - b) Secundarias: Se refiere al porcentaje de usuarios que tiene dicha característica exclusivamente en sus fotos secundarias, esto es, en ninguna foto principal.
  - c) Ambas: Indica que dicha característica está presente tanto en su foto principal como en alguna de las fotos secundarias.
  - d) Ninguna: Dicha característica no aparece en ninguna de las fotos
  - e) Total Principal: La suma de los porcentajes que se encuentran en “Principal” y “Ambas” indica el total de los usuarios que tienen dicha característica en su foto Principal.
  - f) Total Secundarias: La suma de los porcentajes que se encuentran en “Secundarias” y “Ambas” indica el total de usuarios que tiene dicha característica en alguna de sus fotos secundarias.
- Ejemplo: Si la característica fuera llevar sombrero y el 23% indica que lo hace exclusivamente en la foto Principal y el 29% indica que lo hace en Ambas, eso quiere decir que el 52% utiliza sombrero en su foto Principal. Asimismo, si el 52% lleva sombrero, esto significa que el 48% no utiliza sombrero en su foto principal: dicho porcentaje se explica con la suma de quienes indicaron que no hacerlo en ninguna foto (18%) más quienes indicaron que llevan sombrero únicamente en las secundarias (30%).

a) Uso de filtros

Es una de las características más comunes en todo tipo de perfiles para redes sociales. En la actualidad, la edición de fotografías requiere muy poca experticia debido al elevado número de aplicaciones que ayudan a crear filtros o con herramientas para modificar las fotos en pocos minutos. A esto hay que sumar que Tinder es una aplicación principalmente visual y, por ello, en un primer momento tiende a ser superficial debido a que el primer contacto con la otra persona, que suele ser completamente desconocida, es únicamente a través de una fotografía; si resulta suficientemente atractiva, entonces merece que se dé un clic y descubrir qué otras fotografías tiene, así como la descripción que agregó la persona. Todo esto ocurre sólo si la primera foto resulta suficientemente interesante y atractiva. Por este motivo, mejorar las fotografías que se exponen en el perfil es una práctica muy común, todavía más por la diversidad de aplicaciones para edición de fotografías que son sencillas de utilizar y muy accesibles.

USO DE FILTROS EN LAS FOTOS							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	21.23%	18.23%	18.2%	25.5%	14.3%	26.31%	14%
Secundarias	16.20%	23.44%	22%	16%	19.5%	18.12%	21.5%
Ambas	10.61%	14.58%	10%	15.1%	17.9%	15.78%	10%
En ninguna	51.96%	43.75%	49.8%	43.4%	48.2%	39.76	54.5%
Total Principal	31.83%	32.81%	28.2%	36.6%	32.2%	42.09%	24%
Total Secundarias	26.81%	38.02%	32%	31.1%	38.4%	33.9%	31.5%

Tabla 9. *Uso de filtros en las fotos.*

- En promedio, sumando el género, la orientación sexual y la edad, poco más de la mitad de los usuarios tienden a utilizar filtros.
- El grupo que lo hace en mayor medida es el de jóvenes de 18 a 24 años en un 60.24%; en contraste, quienes menos utilizan filtros son los de 25 a 31 años con un 45.5%.

- Esta diferencia también se percibe entre quienes utilizan filtros en la foto principal en la misma población: 42.09% de los jóvenes de 18 a 24 años contra 24% de los de 25 a 31 años.
- De los usuarios de 18 a 24 años que utilizan filtros exclusivamente en su foto de perfil, es decir, el 26.31%, el 60% de esta población está compuesta por hombres y de ellos 55% son homosexuales.

La edición de las fotos es una práctica normalizada en las redes sociodigitales; por ejemplo, en Instagram, la red para compartir fotografías más utilizada en el mundo, que tiene una función para agregar un filtro a la fotografía justo antes de publicarla. La función puede ser darle una apariencia más artística, mejorar las condiciones en que se tomó o cubrir algo que le quita atractivo a la foto, pero en general se trata de mejorarla y eso también lo hacemos las personas con nuestra apariencia en las fotos en las que aparecemos, como explica Karen sobre una persona que conoce que utiliza filtros para mejorar sus fotos en Tinder.

Considero que es una persona no muy bien parecida, tampoco es horrible, pero en sus fotos se ve mucho mejor de como se ve en persona (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Esto debe de ser comprendido en un contexto superficial en el que se utiliza la aplicación. La primera impresión que se genere de la otra persona puede ser definitiva para decidir si se dará el like y si habrá una oportunidad de hacer match y conversar, o incluso tan solo para que se dé un clic y decida ver las demás fotos y conocer a la otra persona más allá de esa primera impresión. Este primer contacto es puramente visual.

El manejo de impresiones es una estrategia común dentro y fuera de Tinder: ir de traje a una entrevista de trabajo, sonreír en una foto para Tinder o no sonreír en una foto para solicitar un pasaporte, vestirse de una manera en que se sienta cómodo y casual en una reunión con amigos o una fiesta, entre otras, son decisiones de vestimenta y de apariencia basadas en las expectativas que se anticipa que los otros tengan sobre uno mismo. A pesar de ello, estas estrategias no siempre funcionan con cualquier persona y pueden generar el efecto opuesto como comenta Alex sobre el uso de filtros de Snapchat en las fotos de Tinder:

Me caga la gente que usa filtros de Snapchat porque “wey, ¿qué pedo contigo? Quiero ver tu cara, no una parte distorsionada de ti” (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Y es cierto. En Tinder es muy valorado que se pueda apreciar la apariencia de la persona tal como es porque existe un deseo final de poder conocerse. Por ello, mirar su rostro con la menor cantidad de filtros, sobre todo si alteran su apariencia, es algo deseable. Por este motivo, el uso de selfies es una de las características más comunes entre todos los usuarios de Tinder.

**b) Utiliza selfies.**

A pesar de que las selfies existían desde hace muchos años, apenas hace poco menos de una década han adquirido un carácter de reconocimiento social muy amplio debido al uso en redes sociales y al deseo de mostrarse uno mismo en las fotografías de las situaciones que vivimos, lugares que frecuentamos y personas con las que estamos, así como por la facilidad para tomar este tipo de fotografías por la cámara frontal del teléfono. El éxito de la selfie radica en un sentido de apropiación de la experiencia vivida y capturada, del saberse parte de ese momento y de poder compartirlo. Precisamente su importancia radica en que lo que se comparte no es el lugar o la situación, sino la persona en el lugar o en la situación que retrata la foto. La selfie es quizás la fotografía más importante que se puede subir a Tinder porque muestra la cara de la persona, el elemento más significativo para poder generar una impresión sobre el otro (Goffman, 2001).

UTILIZA SELFIES							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	36.87%	39.58%	42.1%	40.2%	20%	34.11%	41.47%
Secundarias	26.26%	21.88%	22.5%	24.3%	29.1%	25.29%	22.88%
Ambas	23.46%	25.52%	23%	24.3%	30.9%	27.05%	22.39%
En ninguna	13.31%	13.02%	12.4%	11.2%	20%	13.52%	12.93%
Total Principal	60.33%	65.1%	65.1%	64.5%	50.9%	61.16%	63.86%
Total Secundarias	49.72%	47.4%	65.5%	48.6%	60%	52.34%	45.27%

Tabla 10. *Utiliza selfies.*

- En promedio, alrededor del 85% de los usuarios de Tinder utilizan selfies en alguna(s) foto(s) de su perfil.

- Por género, se puede observar que las mujeres tienen una tendencia ligeramente mayor a utilizar selfies en la foto principal.
- En casi todas las poblaciones es mayor la proporción de usuarios que prefieren utilizar la selfie en la foto principal en contraste con las fotos secundarias, sólo entre bisexuales salió un resultado inverso con un 29.1% que prefiere utilizarlas exclusivamente en las secundarias en contraste con el 20% que las prefiere en la principal.
- Por orientación sexual, el mayor contraste se encuentra en la presencia de selfies en las fotos secundarias de heterosexuales (65.5%) y bisexuales (60%) en contraste con homosexuales (48.6%). Asimismo, entre los homosexuales se puede observar que la tendencia es utilizar las selfies en la foto principal.
- Por edad, los dos grupos utilizan con una frecuencia similar selfies en la foto principal, pero los de 25 a 31 años indicaron una mayor tendencia a hacerlo exclusivamente en la principal (41.47%) en contraste con los de 18 a 24 (34.11%).

Se puede observar que el uso de la selfie es un recurso muy común en Tinder, sobre todo en la primera fotografía ya que actúa como una carta de presentación de uno mismo frente a una audiencia todavía desconocida. Para Alex, una selfie puede decir mucho más que la primera impresión de la persona, esto es, puede referir que no tiene quien le tome otra foto y ello puede indicar narcisismo o soledad, un motivo por el cual prefiere evitarlas:

Evito poner selfies porque reflejan mucho... no soledad, sino así como de “ni siquiera tiene un amigo que le tome fotos”, “es un ególatra”, “está enamorado de sí mismo”. Quiero que mis fotografías reflejen que soy una persona que tiene a alguien que le tome una foto, que no tiene pedos con tener fotos tuyas, que está a gusto con su imagen; que sean variadas, que no sean siempre en la peda, en un antro, sino que sean en diferentes momentos, en un viaje, en un parque (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Por otra parte, para Raúl las selfies son importantes precisamente porque no compromete a otras personas y porque es identificable en la fotografía. Por ello, hizo cambios en su perfil y ahora todas sus fotos son selfies:

Sí, creo que todas son selfies. También porque no me gusta aparecer con nadie, como por privacidad de mi familia y mis amigos, y porque no me gusta recortarlas, porque luego se ve medio raro que salen dos personas y a una le ponen una carita o la tachonean, no me late.

Entonces sí, son selfies; según recuerdo son 4 o 5 selfies y sonriendo (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Es importante notar que hizo hincapié en que no sólo todas sus fotos son ahora selfies, sino que además sonríe, una de las características más valoradas en Tinder, junto con tener los ojos descubiertos, antes de decidir si un perfil es interesante o no.

### c) Los ojos están descubiertos

Se dice que los ojos son la ventana o el reflejo del alma, también se dice que los ojos nunca mienten y son la mejor manera para conocer a una persona; pues bien, estos dos dichos refieren a un conocimiento popular, a experiencias compartidas o aprendidas sobre el contacto con otras personas que adquiere aún mayor sentido cuando éstas son extrañas, y todavía más cuando el contacto con ellas no es presencial. Por ojos descubiertos u ojos visibles, lo que se buscó fue determinar si se podían apreciar en la foto. Si la persona se encontraba muy lejos, con gafas oscuras o algo que cubra su mirada, entonces se consideraba que sus ojos estaban cubiertos. Los ojos, la mirada en realidad, son uno de los elementos más valorados y analizados en Tinder, algunas veces de manera inconsciente, pero muchas otras con intención. Por este motivo, utilizar gafas oscuras puede ser contraproducente, así como fotografías muy lejanas en donde no se pueda ver la cara.

LOS OJOS ESTÁN DESCUBIERTOS							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	33.70%	38.54%	41.9%	34.6%	17.9%	33.33%	38.61%
Secundarias	19.34%	15.10%	15.2%	19.6%	19.6%	15.2%	18.81%
Ambas	35.91%	37.5%	34.8%	37.4%	42.9%	40.93%	33.16%
En ninguna	11.05%	8.85%	8.1%	8.4%	19.6%	10.52%	9.4%
Total	69.61%	76.04%	76.7%	72%	60.8%	74.26%	71.83%
Principal							
Total	55.25%	52.60%	50%	57%	62.5%	56.13%	51.97%
Secundarias							

Tabla 11. *Los ojos están descubiertos*

- Un caso similar al de las selfies: alrededor de 9 de cada 10 usuarios tienen los ojos descubiertos en alguna de sus fotos de perfil, así como indicaron una preferencia para hacerlo en la foto principal contra las fotos secundarias (una vez más, sólo el grupo de bisexuales mostró resultados opuestos).
- Las mujeres tienden a mostrar sus ojos descubiertos con mayor frecuencia que los hombres (76.04% contra 69.61%).
- Por orientación sexual, la mayor diferencia fue con los bisexuales ya que fueron quienes indicaron una proporción menor en mostrar los ojos descubiertos en su foto principal (17.9% contra 33.33% de los de 18 a 24 años como el segundo valor más bajo), así como tuvieron la mayor proporción al indicar que en ninguna foto mostraban sus ojos descubiertos con un 19.6% (contra 11.05% de los hombres como segundo valor más alto).

Esta tabla muestra resultados muy similares a los del uso de la selfie ya que alrededor del 90% de los usuarios suele tener los ojos descubiertos, como se explicaba. Es verdad que podría anticiparse que es una práctica muy común, pero también se puede creer que las gafas oscuras hacen más atractiva o interesante a una persona, y puede ser, pero eso no siempre funciona en Tinder porque se le da un valor significativo al hecho de poder mirar a la persona a los ojos, aun si es de manera distante y mediada a través de una fotografía. Por ello, el valor de los ojos descubiertos puede comprenderse en relación con quienes se toman selfies: el 93.6% de quienes tienen una selfie exclusivamente en su foto principal, también tienen los ojos descubiertos.

Para Raúl, Yanin, Karen y Fabián, cubrirse los ojos es algo negativo y resta posibilidades de que se haga un match. Puede ser entendido como que oculta algo o que tiene intenciones que no siempre son compartidas. Al respecto, explican por qué no le darían like a alguien que utilice gafas para cubrir sus ojos en Tinder:

Primero porque no se le ve la cara completa. A mí no me molesta que esté alguien serio. Quizá el factor serían los lentes (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Por ello, para Yanin incluso puede denotar intenciones sexuales de acuerdo con lo que ha observado en Tinder.

Es que en las fotos notas un buen quién es super sexoso. La posición. Un chico que sale así como con lentes oscuros, es más probable que sea ese tipo de perfil (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Por otra parte, para Karen las expresiones faciales le ayudan a reconocer si la otra persona podría darle confianza y por ese motivo las gafas pueden ser contraproducentes, así como Sonia coincide en que no se puede evaluar a la persona si no se aprecia su cara completa.

[Acerca de las personas que le dan *buenas vibras*] (...) expresiones faciales. Si en todas las fotos lleva lentes oscuros, no. Si se ve en todas sus fotos de lejos, el 99.9% de esas personas no son bien parecidas y son inseguras (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Es importante que se les vean los ojos. La gente que sólo tiene lentes... no. Te estás tapando media cara, entonces no veo (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Para Fabián también generan un efecto negativo, aunque reconoce que hay situaciones que puedan justificarlo.

No. Lentes oscuros, no. Si está en la playa, a lo mejor es válido. Algo que me atrae mucho de las personas y en lo que sí me fijo bastante también es en la mirada (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Más que los ojos, es precisamente la mirada el elemento que resulta tan significativo al evaluar el interés por una persona. Lo que pueda transmitir, confianza en primer lugar, será determinante para que exista la posibilidad de hacer match. Por otra parte, todo esto depende de cuáles sean las intenciones de la persona. Hay quienes crean perfiles mostrando partes de su cuerpo, pero no la cara, e indicando abiertamente que buscan relaciones sexuales y diversión sin compromiso, o parejas que buscan un trio, pero en estos casos muy rara vez se muestra la cara debido a que no existe una intención de formalizar una relación, siquiera de amistad, porque la intención es más física que mental o emocional.



#### d) Sonríe

Finalmente, otro elemento que es muy importante en la apariencia digital cuando se trata de atraer a otras personas es sonreír. Una sonrisa, en la mayoría de los casos, puede generar confianza, algo muy difícil de obtener sobre todo porque se trata con desconocidos. De acuerdo con Jessica Carbino, quien ocupaba el título de la socióloga de Tinder (Earthy, 2017), las personas que sonríen y muestran sus dientes al hacerlo, tienen 14% más probabilidades de hacer un match (Kussin, 2016).

ESTÁ SONRIENDO EN SU FOTO							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	24.02%	38.54%	32.7%	29%	24.1%	28.82%	33.83%
Secundarias	30.17%	18.75%	21.1%	26.2%	27.8%	24.11%	24.37%
Ambas	28.49%	30.21%	29.1%	27.1%	27.8%	30.58%	28.35%
En ninguna	17.32%	12.5%	11.2%	17.8%	20.4%	16.47%	16.47%
Total Principal	52.51%	68.75%	61.8%	56.1%	51.9%	59.40%	62.18%
Total Secundarias	58.66%	48.96%	50.2%	53.3%	55.6%	54.69%	52.72%

Tabla 12. *Está sonriendo en su foto.*

- La mayoría de los usuarios parece estar de acuerdo con Carbino, ya que alrededor del 85% sonríen en alguna de sus fotos, una de las tendencias más importantes en Tinder.
- La mayor proporción de usuarios que aparecen sonriendo exclusivamente en su foto principal es la de mujeres con un 38.54%, así como un total de 68.75% que sonríen en su foto principal, también el mayor porcentaje de todos los grupos.
- En contraste, sólo poco más de la mitad de los hombres sonríe en su foto principal (52.21%) y tan solo el 24.02% sonríe únicamente en ella. No obstante, es mayor la proporción de hombres que sonríen en las fotos secundarias en contraste con el grupo de mujeres (58.66% contra 48.96%).
- Por orientación sexual, se puede observar que los heterosexuales mostraron la mayor tendencia al sonreír, aunque la diferencia es mínima en comparación con homosexuales (61.8% contra 56.1% respectivamente).

Raúl distingue dos momentos importantes en su uso de Tinder que se pueden reconocer a partir del cambio en la apariencia de su perfil, tanto en las fotos como en la descripción. El cambio más evidente en sus fotos fue que en sus fotos ahora sonríe:

[Sobre por qué hizo ese cambio en su perfil] Bueno, fueron dos factores: primero porque varias personas con las que hice match me decían “qué serio”. No tengo problema con eso, pero igual y eso influye. Y la segunda porque antes estaba más gordo y no me gustaba salir como sonriendo porque se notaban más los cachetes. Entonces poco a poco perdí peso y veía que en algunas fotos ya no se notaba tanto, entonces eso me motivó a cambiarlas (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Su caso puede ser particular, pero al mismo tiempo puede ser generalizable ya que muchas personas podrían identificarse con él. Una de ellas es Gramenauer, que no sólo hizo el cambio, sino que reproduce el consejo de sus amigas.

En la foto principal salgo sonriendo (fundamental) y con un perro. En las otras también salgo sonriendo y de cuerpo completo, lo cual es muy importante también. He cambiado algunas fotos por consejo de una amiga, simplemente porque en algunas salgo peor y en otras mejor (según ella). Asimismo mi amiga desaconseja salir en traje de baño. Las fotos en grupo no son buenas tampoco (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Se trata de una aplicación para conocer personas y la sonrisa, como se puede apreciar, es uno de los recursos más valiosos. Xiao concuerda con ello y para explicarlo reflexiona sobre la ausencia de la sonrisa en una aplicación como Tinder.

[...] una foto que sales con mala leche de cara, que eso no invita a la gente a conocerte. [...] La gente que se hace las fotos así de super melancólico, triste, no me gusta. Es como que no tiene ninguna razón para salir así en las fotos. En las fotos te muestras alegre, sonriendo, una foto para recordar. Estás en una aplicación donde intentas convencer a gente y tienes que tener fotos que inviten a la gente a conocerte. Con una cara alegre tienes más posibilidades (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Por ello, si bien la sonrisa es importante, hay que recordar que también es estratégica. Sólo se pueden mostrar 6 fotografías como máximo, sin considerar la anexión de la cuenta de Instagram, así que son no siempre un reflejo de quién es la persona, sino de cómo desea ser vista. Como

menciona Xiao, en general, una persona que se muestra alegre, de confianza y segura, tiene más posibilidades de tener éxito en la relación con otros usuarios.

e) Aparece con otros amigos

Tomarse una fotografía con amigos puede tener significados muy distintos para cada persona, puede ser un acierto o un error, aunque también depende de en qué orden se ponga esa fotografía. Para algunos, aparecer con amigos puede significar que es una persona sociable y apreciada, pero para otros puede ser problemático porque no saben quién es en realidad el usuario de Tinder de entre todas las personas que aparecen en la foto. Por ello, si esta fotografía es utilizada como la principal, tiende a ser mal visto, mientras que si aparece entre las secundarias, puede ser indiferente o positivo.

FOTOGRAFÍA CON AMIGOS							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	5.56%	3.65%	3.3%	6.6%	5.4%	6.43%	2.98%
Secundarias	22.22%	23.96%	27.1%	15.1%	23.2%	26.31%	20.39%
Ambas	3.33%	1.04%	2.4%	1.9%	1.8%	3.51%	2.99%
En ninguna	68.89%	71.35%	67.1%	76.4%	69.6%	63.74%	75.62%
Total Principal	8.89%	4.69%	5.7%	8.5%	7.2%	9.94%	5.97%
Total Secundarias	25.55%	25%	29.5%	17%	25%	29.82%	23.38%

Tabla 13. *Fotografía con amigos*

- Al contrario de elementos anteriores que tendían a estar presentes en la mayoría de fotos de perfil, utilizar fotografías con amigos es poco común. Alrededor de 7 de cada 10 aparecen sin amigos en todas sus fotos.
- Los hombres aparecen con mayor frecuencia que las mujeres con amigos en su foto principal (8.89% contra 4.69%), pero aún así son porcentajes muy bajos en ambos casos.
- Los homosexuales son quienes mostraron una mayor tendencia a aparecer sin amigos en todas sus fotos (76.4%) seguidos por los usuarios de 25 a 31 años (75.62%).

- Asimismo, de los usuarios de 25 a 31 años, tan solo el 2.98% apareció con sus amigos exclusivamente en la foto principal, la proporción más baja.
- A pesar de estos porcentajes bajos, hay una diferencia importante en todos los grupos analizados entre aparecer con amigos en la foto principal contra aparecer con amigos en las fotos secundarias, pasando de un promedio de 5% en la principal a un promedio de 20% en las secundarias.

Son muy pocas personas quienes aparecen con amigos o amigas en su foto principal, independientemente de su género, orientación sexual o edad. Esto es comprensible porque, en general, se trata de una aplicación para atraer a otras personas y si no se sabe quién es la persona a quien se podría conocer o si pareciera que promociona más a sus amistades que a sí misma, es una estrategia contraproducente. Pero si lo hace en las fotos secundarias con la intención de contar un poco más sobre cómo es, puede ser positivo, como señala Sonia (27 años, CDMX, presencial) “Es una persona que le gusta salir, socializar.” Por ello, el orden en que aparecen las fotografías es muy significativo.

#### f) Está haciendo una pose o duck face.

En primer lugar, se debe de aclarar que por pose se refiere a que el usuario reconoce que en la fotografía aparece de una manera no natural o espontánea, que es intencional y está posando porque desea ser visto. Por otra parte, la *duck face* es una expresión facial que se viralizó a través de redes sociales y se convirtió en una moda desde principios de la década del 2000, sobre todo entre mujeres jóvenes; podría comprenderse como un tipo de *pose* en selfies. La expresión juega con los labios e imita dar un beso mientras se contraen los pómulos. Se decidió integrar tanto poses como *duck face* en una misma categoría porque ambas están especialmente dirigidas para crear una impresión en las otras personas.

ESTÁ HACIENDO UNA POSE O UNA <i>DUCK FACE</i>							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24	25-31
Principal	7.26%	4.74%	4.3%	9.4%	5.5%	6.47%	5.52%
Secundarias	11.73%	11.58%	9.1%	16%	12.8%	13.52%	10.05%
Ambas	1.68%	3.68%	2.9%	2.8%	1.8%	2.94%	2.51%
En ninguna	79.33%	80%	83.7%	71.7%	80%	77.05%	81.91%
Total Principal	8.94%	8.42%	7.2%	12.2%	7.3%	9.41%	8.03%
Total Secundarias	13.41%	15.26%	12%	18.8%	14.6%	16.46%	12.56%

Tabla 14. *Está haciendo una pose o una duck face*

- Sólo 2 de cada 10 usuarios hacen una pose o duck face en alguna de sus fotos.
- No hay una diferencia destacable entre hombres y mujeres.
- Los homosexuales son quienes suelen hacer poses o duck faces con mayor frecuencia: 12.2% en su foto principal y 9.4% únicamente en la principal sin que lo hagan en otras fotos.
- Los heterosexuales (83.7%) y los de 25 a 31 años (81.91%) son quienes tienen la mayor proporción de no hacer ninguna pose en sus fotos.

Los resultados indican que es poco común que las personas aparezcan posando o haciendo una *duck face*, o por lo menos que así lo consideraron al contestar los cuestionarios. Es común asociar la pose con una imagen de que la persona es falsa, que exagera o, en general, tomarlo como algo negativo y quizás por eso los resultados salieron tan bajos, pero en realidad la pose es mucho más común de lo que a veces se reconoce, sólo que muchas veces lo hacemos de manera inconsciente o no consideramos que lo que se está haciendo es posar. Por ello, es importante destacar que podrían identificarse diferentes maneras e intensidades de hacer poses, algo que es muy difícil de capturar ya que es principalmente subjetivo. Lo importante es la percepción de cada persona y es eso lo que se refleja en el cuestionario y lo que comparten en las entrevistas.

En toda red social una quiere mostrar su mejor versión. Hombres y mujeres. Los que están en el gym de estoy super fit con bikini o sin playera. Los de viaje. Si tienes esa vida, pues chido, pero a mí no me gusta mucho esa gente porque se me hace mucha pose. Un día sí le dije a una chava: ¿qué más aportas? Y me dice “pues ya, estoy guapa”. “Si eso a ti te llena, pues está perfecto, pero a mí va más allá qué aportas como ser humano” (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

“La era del espectáculo” advertía Paula Sibilia con admirable precisión (2008). El deseo por ser reconocidos y por presentarnos ante el mundo, que es cada vez más común y más fácil ante la gran diversidad de aplicaciones y espacios en la Red, conduce a crear personajes de nosotros mismos, a hacer un performance de nuestra propia vida dirigido a esa audiencia invisible que se sabe que nos está viendo (Marwick & boyd, 2010). Sonia destaca esa actitud performativa de las fotos en Tinder en relación con la demostración del cuerpo, de la apariencia, como uno de los aspectos más valorados en Tinder, aunque no por todas las personas de la misma manera. Por ello, las fotografías sin playera o realizando actividades físicas suelen asociarse con esta mirada que describe. Karen concuerda con ella:

[Sobre si le daría like a alguien que apareciera en su foto posando en un gimnasio] Nunca. Me hace pensar que no son muy listos o que se preocupan mucho por su físico (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

No obstante, en una aplicación como Tinder donde la intención principal es atraerle a la otra persona, la tendencia principal es el manejo de las impresiones sobre los demás y las actitudes performativas pensadas en generar una reacción determinada acerca de uno mismo. Al final, el objetivo es que transmita algo y ello suele implicar un performance, como dice Alex:

Uno pone fotos no nada más porque se ve bien, sino porque quiere que transmita algo. En todas me veo un poco pose, un mucho pose [risa] (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

#### g) Aparece fumando o bebiendo

Fumar y beber son hábitos muy comunes, sobre todo en situaciones sociales, pero no por ello generan una percepción positiva. Si bien no son hábitos prohibidos, cada vez están más reguladas tanto por los daños que pueden tener en la salud como por el respeto hacia las otras personas. A pesar de ello, como decía, siguen siendo hábitos comunes, aunque esto no signifique que sean un rasgo atractivo en Tinder.

ESTÁ FUMANDO O BEBIENDO							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	1.69%	0.52%	1.4%	.9%	0%	1.17%	1%
Secundarias	6.74%	7.81%	6.3%	6.6%	12.5%	8.82%	6%
Ambas	0.56%	0.52%	0%	0%	3.6%	.58%	.5%
En ninguna	91.01%	91.15%	92.3%	92.5%	83.9%	89.41%	92.5%
Total Principal	2.25%	1.04%	1.4%	.9%	3.6%	1.75%	1.5%
Total Secundarias	7.3%	8.33%	6.3%	6.6%	16.1%	9.4%	6.5%

Tabla 15. *Aparece fumando o bebiendo.*

- Los datos que revela la tabla son muy congruentes entre todas las poblaciones que se están analizando. Las diferencias por género, orientación sexual y edad son mínimas, casi inexistentes.
- Se aprecia una aversión hacia aparecer fumando o bebiendo en cualquiera de las fotos del perfil de Tinder.
- Únicamente los bisexuales mostraron resultados ligeramente distintos al indicar el uso de fotos donde aparecen fumando o bebiendo con mayor frecuencia entre las fotos secundarias en contraste con los otros grupos.
- En promedio, tan solo aproximadamente el 1% de los usuarios aparece fumando o bebiendo en su foto principal de Tinder.

Es importante recordar que en Tinder todo lo que se sabe de la otra persona es lo que las fotografías muestran, así que si en ellas la persona aparece bebiendo en 4 de las 6 fotos disponibles, puede crear una imagen que puede ser percibida como negativa, aunque en algunos casos también puede generar atracción si la otra persona comparte esos intereses. Aun así, como los datos revelan, es muy poco común que eso ocurra.

Fumar o beber, aparecer con amigos, estar en una fiesta o en un bar, son características que tienden a ser percibidas como negativas, sobre todo si son sacadas de contexto, motivo por el cual es importante valorar si es conveniente o no utilizarlas y de qué manera. La fotografía tiene

la función de contar un poco más sobre el usuario en cuestión, así que es preciso valorar las impresiones que pueda suscitar dicha foto, como sugiere Karen.

[Sobre si daría like a alguien que aparece con varios amigos en una fiesta y está fumando o bebiendo] Si es para que no sepas quién es, no. Si se ve muy borracho, no. El problema es identificarlos (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

En Tinder es probable que se desee conocer a una persona divertida y sociable, pero que genere confianza y no impresiones equivocadas. Aun así, también puede ser utilizado como un filtro para relacionarse con personas que tengan los mismos intereses, como sugieren Ivette y Raúl al cuestionarse si le darían like a una persona que aparece en su foto de Tinder con varios amigos en una fiesta fumando o bebiendo:

Yo nunca, pero tengo la prima de mi mejor amigo que obviamente sí porque ella es igual. Yo jamás (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Sí... Lo dudé porque primero muestra a sus amigos, pero luego sí porque podríamos ir un día a tomar. Si fuera una foto secundaria, sí, pero si no, lo dudaría como lo hice ahorita (Raúl, 27 años, CDMX, online).

Fumar o beber no es necesariamente malo, a menos de que refleje un problema de adicción o pérdida de control. Como Raúl dice, si puede funcionar como un pretexto para conocerse, es positivo, pero como indican Karen e Ivette y los resultados de la mayoría de los usuarios, en general tiene una representación negativa.

#### h) Se encuentra en una fiesta, bar o antro

Esta característica es común con la de aquellos que aparecen con amigos porque una fiesta puede reflejar que la persona es apreciada por sus amigos y que es sociable. Por este motivo, puede ser una decisión acertada, pero en algunos de los casos equivocada si este rasgo es interpretado como una persona que sólo desea salir a divertirse con demasiada frecuencia.



SE ENCUENTRA EN UNA FIESTA, UN BAR O UN ANTRO							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	3.89%	1.56%	2.9%	2.8%	1.8%	2.92%	2.49%
Secundarias	19.44%	18.27%	19%	17%	25%	22.22%	16.91%
Ambas	2.22%	1.56%	0%	3.8%	5.4%	1.16%	2.49%
En ninguna	74.44%	77.6%	78.1%	76.4%	67.9%	73.68%	78.11%
Total Principal	6.11%	3.12%	2.9%	6.6%	7.2%	4.08%	4.98%
Total Secundarias	21.66%	19.83%	19%	21.5%	30.4%	23.38%	19.4%

Tabla 16. *Se encuentra en una fiesta, un bar o un antro*

- Al igual que fumar o beber y que aparecer con amigos, tener una fotografía en una fiesta como principal es muy inusual, ya que tan solo un promedio de 2% lo hace.
- No obstante, al contrario de quienes aparecen fumando o bebiendo en las fotografías secundarias en las que también era muy poco común que las utilizaran, aquí sí es un recurso más frecuente en todas las distintas poblaciones de usuarios. Mientras que en la foto principal el promedio de uso era de 2%, en las secundarias es de casi el 20%.
- Los hombres (6.11%) suelen aparecer en estas situaciones con mayor frecuencia que las mujeres (3.12%) en la foto principal, aunque sigue siendo una proporción muy baja.
- Si se observa por orientación sexual, mientras que sólo el 2.9% de los heterosexuales suele utilizar estas fotos en la principal, el 6.6% de homosexuales y 7.2% de bisexuales suele hacerlo, una proporción mayor, pero tampoco significativa.

Estos datos en su conjunto son muy comunes con los de quienes aparecen con amigos, algo que es comprensible debido a que en las fiestas suelen tomarse fotos con amigos. En este caso, la proporción de preferencia de que aparezcan estas características en las fotos secundarias contra la foto principal también es significativamente mayor, algo que se comprende si se considera que no se quiere generar una primera impresión de una persona que va de fiesta en fiesta (principal), pero sí de alguien que es sociable y que le gusta salir con amigos (secundarias). Como indica Fabián, todos los detalles de las fotografías son significativos y muchas veces pueden no coincidir con el ideal que se está buscando cuando la intención es una pareja formal, así que actúa como un filtro:

[Sobre si le daría like a alguien que aparezca en fiestas, bares o antros] No, porque yo no soy mucho de fiestas. Lo veo en una situación muy a futuro, entonces sí considero todo eso (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

i) La fotografía remite a algún viaje

Todas estas características de las fotos dicen un poco de la apariencia de la persona o de sus intereses y pasiones, de la persona que es detrás de la apariencia. Por este motivo, hay un interés importante por compartir fotografías de lugares a donde ha viajado ya que es una manera de extender la descripción sobre quién es y qué le puede gustar.

LA FOTOGRAFÍA REMITE A ALGÚN VIAJE							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	9.5%	7.85%	10.1%	5.7%	8.9%	7.69%	9.45%
Secundarias	31.84%	34.55%	29.3%	37.3%	39.3%	36.68%	30.34%
Ambas	13.41%	8.38%	8.7%	12.3%	16.1%	8.88%	12.44%
En ninguna	45.25%	49.21%	51.9%	44.3%	35.7%	46.74%	47.76%
Total Principal	22.91%	16.23%	18.8%	18%	25%	16.57%	21.89%
Total Secundarias	45.25%	42.93%	38%	49.6%	55.4%	45.56%	42.78%

Tabla 17. *La fotografía remite a algún viaje*

- En promedio, 5 de cada 10 usuarios utilizan fotos que remiten a algún viaje que han hecho en sus fotos de Tinder.
- Los homosexuales suelen hacerlo muy rara vez exclusivamente en su foto principal, con un promedio de 5.7%. No obstante, el 37.3% lo hace exclusivamente en las fotos secundarias. Asimismo, en total, el 49.6% de los homosexuales muestra viajes en sus fotos secundarias.
- Las mujeres (16.23%) y los usuarios de 18 a 24 años (16.57%) son quienes suelen utilizar con menor frecuencia fotos que remitan a algún viaje en su foto principal.

- En general, todos los usuarios tienden a mostrar sus viajes en las fotos secundarias. Mientras que en promedio 2 de cada 10 lo hacen en la principal, casi la mitad lo hacen en las secundarias.

Las fotografías de viajes pueden ser valoradas como positivas por quien revisa el perfil de la otra persona, aunque las opiniones son diversas al respecto. Para algunas personas, quien utiliza estas fotos puede ser considerada como presuntuosa, dependiendo de qué tipo de viaje remita y en qué orden aparezca esa foto, como puede ser el caso de una persona que se tome una fotografía con la Torre Eiffel de fondo:

“No, se me hace muy presumido” (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

La foto genérica del como “me voy de viaje” son de hueva (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Pero no siempre es un impedimento:

“(…) Ahí depende de si me atrae físicamente el chavo. No tanto por la Torre Eiffel. Pensar si tiene dinero o cosas así, me da igual” (Fabián, 24 años, CDMX, presencial)

Algo que a pesar de que no es un problema, resulta interesante que se asocie como un indicador socioeconómico. Y es que cuando sólo se conoce de la otra persona lo que indica en la descripción y lo que permite interpretarse a través de 6 fotografías máximas -a menos de que incluya su Instagram-, todo elemento que aparece en ellas se vuelve mucho más significativo, y lo es, solo que en otras situaciones en las que hay más referencias sobre la persona, éstos pasan desapercibidos o no reciben tanta atención.

Hay que tener un equilibrio. Hay muchos que ponen fotos en cada uno de sus viajes. Entonces mejor sólo una, que parezca que viajas, ¿no? (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Quizás por este motivo es que se puede observar una diferencia importante entre utilizar estas fotos en la principal contra utilizarlas en las secundarias.

Como primera foto, no. Menos si son todas sus fotos. Es lo que te digo, la presunción de todos los mexicanos. Obviamente está padre viajar y conocer otros lugares, pero eso te lo quedas tú (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Se puede inferir a partir de esto que es deseable compartir sobre los viajes que han hecho y lugares que han conocido, pero no en la fotografía principal para evitar generar una mala impresión. Estas fotografías pueden ser muy útiles para relacionarse con los otros usuarios, posibles parejas, porque suelen funcionar como un tema de conversación, ya sea por preguntar sobre el viaje que hicieron o para iniciarla bajo la justificación de que el usuario en cuestión también viajó ahí, o simplemente porque es compartir un poco más sobre quién es y qué le gusta hacer.

(...) usualmente me gusta compartir fotos de cuando salí de la ciudad (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

No ponía fotos de cuerpo entero, en bikini o así. Son fotos que me he tomado en otros lugares y supongo que proyectan eso, que me gusta conocer lugares (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Las fotografías que remiten a un viaje son arriesgadas porque sus interpretaciones son diversas y dependen tanto de la frecuencia de fotos que remiten a viajes, como del tipo de viaje y la actividad que se realiza, y también depende de si se trata de la primera fotografía o de alguna de las secundarias. Por un lado, puede tener una representación de una persona aventurera, que quiere conocer nuevos lugares y personas, o que ya lo ha hecho y quiere compartir su experiencia o conocer personas que también gusten de hacerlo o hayan viajado a los mismos lugares, pero por otro lado, también puede ser interpretado como una persona que presume de sus viajes, que presume de un nivel socioeconómico alto o que utiliza sus viajes para distraer la atención de sí misma. Como sea, es una de las estrategias más importantes del manejo de impresiones para dirigirse a las personas que les interese de acuerdo con la manera en la que la utilicen.

#### j) Aparece con su mascota u otro animal

Las fotografías con animales pueden ser tiernas, pero también pueden ser algunas de las fotografías más polémicas en Tinder. Aparecer cargando a un cachorro o acariciando a un animal, sea propio o de otra persona, puede hacer ver a la persona como amable, cariñosa y preocupada por los seres vivos y el medio ambiente, algo que puede generar un imaginario de que es una potencial buena pareja. También pueden presentarse casos polémicos como aparecer

con animales ilegales o peligrosos<sup>87</sup>. Independientemente de ello, estas fotos son utilizadas porque extienden la construcción de lo que quiere dar a conocer la persona sobre su personalidad y la imagen que desea dar a conocer.

APARECE JUNTO A SU MASCOTA U OTRO ANIMAL							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	4.47%	2.08%	3.3%	2.8%	3.6%	4.67%	2%
Secundarias	16.20%	17.19%	16.7%	14.2%	21.4%	12.28%	20.5%
Ambas	2.79%	2.60%	1.9%	3.8%	3.6%	4.09%	1.5%
En ninguna	76.54%	78.13%	78%	79.2%	71.4%	78.95%	76%
Total Principal	7.26%	4.68%	5.2%	6.6%	7.2%	8.76%	3.5%
Total Secundarias	18.99%	19.79%	18.6%	16%	26%	16.37%	22%

Tabla 18. *Aparece junto a su mascota u otro animal*

- Sorprendentemente, fueron muy pocos usuarios quienes indicaron aparecer con animales en alguna de sus fotos. En promedio, alrededor del 25% tienen fotos con animales.
- Los hombres tienden a mostrarse con animales con mayor frecuencia que las mujeres en la foto principal.
- Por otra parte, los bisexuales y los usuarios de 25 a 31 años son quienes utilizan con mayor frecuencia fotos con animales entre sus fotos secundarias con 21.4% y 20.5% respectivamente.
- Al contrario, los más jóvenes, de 18 a 24 años, muestran con mayor frecuencia fotos con animales en la foto principal que los de 25 a 31 años.

Las motivaciones y reacciones por utilizar este tipo de fotografías pueden ser muy diversas. Para algunas personas, como mencionaba, aparecer de manera cariñosa con un animal, puede

<sup>87</sup> Se realizó una campaña para evitar que las personas utilicen a los tigres en sus fotografías de perfil tras convertirse en una moda en redes sociodigitales y Tinder. La compañía envió un comunicado solicitando que se eviten esas fotos por el peligro que representan y porque propicia que saquen a los tigres de su entorno natural (Tinder, 2017b).

interpretarse como una señal de que serían potenciales parejas cariñosas y que se preocuparían por el bienestar del otro, o incluso, potenciales buenos padres o madres mirando a largo plazo. Las opiniones son diversas. Estas fotos pueden ser una estrategia positiva y justificar el like por lo que transmiten. Por ejemplo, Sonia y Fabián relacionan esas fotos con sus propias experiencias y emociones que tienen respecto a sus mascotas:

Para mí con mis perros es como emocional, así que es una persona que se vincularía con esas emociones (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Me gusta presumir a mi perrita, entonces me tomo fotos con ella (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Es por ello que para Ana es difícil de imaginar no darles like o por lo menos el beneficio de la duda a quienes utilizan estas fotos.

Los animales es muy de like. Todo el mundo da like a esa gente. Todo el mundo suele dar like porque es como muy cuqui, ¿no? Mucha gente dice “ay, qué mono el perro” y le doy like. Le das like por el perro. [Las usan] como primera o segunda (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, precisamente como señala Ana, es por ello que también puede utilizarse como una estrategia performativa para obtener el match (Goffman, 2001; 1967; Serrano-Puche, 2012). Raúl, Karen y Yolanda coinciden con esta perspectiva ya que permite construir lazos con las otras personas con base en las emociones que genera:

Sí, por el cachorro. Ya ves que dicen que los gatos y los perros son la herramienta principal para anuncios publicitarios. En mi caso funciona (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

[Sobre las fotos que utiliza un conocido suyo] (...) se toma fotos con sus tatuajes o gatos porque cree que le atrae a las chicas (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

No entiendo qué le pasa a los hombres en las fotos con animales. Hay algo raro que no sé quién ha vendido la leyenda de que si te haces una foto con un animal, vendes un montón. Imagino que les habrá funcionado porque si no, no me explico cómo hay tantos. Pero claro, hay un momento en que parece que estoy eligiendo de un catálogo de perros en vez de Tinder, ¿sabes?, porque la primera foto es un perro y luego de fondo el chico. También pasa con los bebés [risa] (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

La experiencia de Yolanda refiere a esta creencia de que tendrá una mayor posibilidad de éxito si se genera una conexión emocional, aun si es antes con la mascota que con el usuario, y es igualmente interesante que sobre este tema menciona las que son con bebés. En el estudio realizado no fue un tema recurrente porque la edad máxima que se trató fueron 31 años y Yolanda hacía referencia a hombres de entre 35 y 40 años, pero, si se analiza como una estrategia performativa, fotos con bebés pueden generar la imagen de que se trata de una potencial buena pareja e incluso padre, que, guardando las distancias, es similar a la intención que en algunos casos motiva las fotos con los animales, por lo menos en relación con crear la imagen de una persona cariñosa.

Cada caso es distinto y lo importante es conocer qué es lo que piensa la gente al momento de interpretarlos. En algunas situaciones puede ser meramente una estrategia, si ocurre como en el caso que describe Yolanda en donde la persona pareciera no transmitir un interés genuino de estar con el bebé en dicha foto.

Tenemos un grupo de WhatsApp y nos pasamos esas fotos. Qué dices. Es ridículo. Ves que el chico está sujetando al bebé y no tiene ganas de sujetar al bebé. Entonces, no sé, como que dices “oye, que tampoco estamos buscando ser madres aquí”. Es un poco raro (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Pero también puede ser estratégico en un sentido positivo, como en los casos de Fabián y Sonia mencionados anteriormente, y en la confianza que sugiere Yanin.

Ay, sí. Le daría like por el cachorro. [¿Independientemente de quién sea la persona?] Sí, me da igual. Me dice que le gustan los animales (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

(...) un chico no sé, que está, por ejemplo, haciendo deporte, con sus amigos, que está con sus mascotas o de viaje se me hace un chico más confiable (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Es posible que su mascota, sea gato, perro u otro animal, tenga una importancia significativa en sus vidas y desean compartirlo para encontrar a personas con un interés similar. De esta manera, se puede crear una conexión más fuerte con base en elementos terceros, pero muy reales. Para ello, es importante saber interpretar las fotografías correctamente, como anticipaba Yolanda, así como estas percepciones tienden a estar influidas por las experiencias vividas.

En general, estas fotos logran transmitir emociones y generar confianza, algo que puede ser difícil de lograr cuando el contacto es mediado y no se puede cotejar la presencia de la persona y quien dice ser, y es por ello que al mismo tiempo actúan como un filtro. A pesar de que no se tienen las estadísticas, se podría proponer una hipótesis de que es mucho más probable hacer match con una persona que en sus fotos aparece con gatos cuando la otra persona tiene también fotos con gatos porque genera un lazo emocional en común, sea verídico o sea performativo-estratégico. Para Alex, poner fotos con su gata quizás le quitaba a algunos potenciales matches, pero le aseguraba otros que compartían su interés:

Creo que cuando tenía fotos de mi gata lo hacía. Y eran fotos cagadas porque uno no puede ser muy sensual con un gato al lado. Puedes ser tierno, puedes verte guapo o cariñoso, no sé, pero mis fotos en particular eran cagadas porque me divertía mucho jugar con mi gata. Era un momento en el cual yo sí quería decir: “éste soy yo, cagado con una gata”. Por supuesto tenía poco éxito, pero dije “a lo mejor hay alguien, un 10% al que sí le gusta” (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Finalmente, como filtro que es, también puede generar respuestas adversas, sobre todo si las fotos con su mascota u otros animales son reiterativas.

Me parece padre que a alguien le gusten los animales, pero que sean tan centrales en su vida a mí me causa conflicto. Los animales son para estar en su hábitat, no para cumplir tus necesidades afectivas (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Por ello, una vez más, el orden en el que aparece la fotografía otra vez puede ser más valioso que la propia fotografía en sí, como sugiere Ivette:

Como última foto, quizá. Como primera, como que no. Siento como que no sale, algo así (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

#### k) En la foto tiene el torso, pecho y/o abdomen descubierto

Es común que se piense en Tinder como una aplicación principalmente visual y que incluso entre los propios usuarios se haga una analogía con el mercado en la cual cada persona *compra* otras



personas, pero al mismo tiempo se *vende*. Por este motivo, se les preguntó si aparecen en alguna de sus fotografías con el torso, pecho o abdomen descubierto considerando que estas características podrían denotar una intención por mostrar que tienen una apariencia física que consideran atractiva.

TIENE EL TORSO / PECHO / ABDOMEN DESCUBIERTO							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	3.35%	2.08%	2.4%	1.9%	5.4%	2.92%	2.5%
Secundarias	8.38%	8.85%	9.1%	7.5%	8.9%	9.94%	7.5%
Ambas	1.12%	1.04%	1.4%	.9%	0%	0.58%	1.5%
En ninguna	87.15%	88.02%	87.1%	89.6%	85.7%	86.5%	88.5%
Total Principal	4.47%	3.12%	3.8%	2.8%	5.4%	3.5%	4%
Total Secundarias	9.5%	9.89%	10.5%	8.4%	8.9%	10.52%	9%

Tabla 19. *Tiene el torso / pecho / abdomen descubierto*

- Los resultados son congruentes entre todos los usuarios independientemente de su género, orientación sexual o edad: casi nadie utiliza fotos en donde se muestre su torso, pecho o abdomen descubierto. En promedio, 9 de cada 10 no lo hacen.
- Entre quienes lo muestran, son muy pocos quienes lo hacen en la foto principal. Si llegan a mostrarlo, tiende a ser en la foto secundaria. El mayor contraste entre estas dos posiciones para mostrar la foto con estas características es en heterosexuales y usuarios de 18 a 24 años.

Los resultados son interesantes ya que durante la fase de observación de perfiles se identificó a un número proporcionalmente mayor de personas que mostraban descubierto su torso, pecho o abdomen, tanto hombres como mujeres, pero en los cuestionarios los resultados difieren significativamente con lo observado. Quienes mostraban, solían hacerlo frente a un espejo o en una fotografía tomada en la playa, la mayoría de cuerpo completo. La diferencia entre estos dos resultados podría explicarse a) porque quienes contestaron el cuestionario no son los mismos que suelen mostrar esta parte de su cuerpo descubierta, b) porque quienes contestaron el

cuestionario no consideraron que realmente estuvieran mostrando el torso, pecho o abdomen descubierto.

La diferencia entre quienes muestran su pecho y/o abdomen descubierto en la primera foto, que son pocos, y quienes lo hacen en las secundarias, que son un poco más, podría interpretarse porque desean mostrar que no sienten vergüenza de su cuerpo, y al contrario, que están muy satisfechos y desean ser vistos, pero prefieren hacerlo en las fotos secundarias para no generar una impresión que pudiera considerarse narcisista.

Personas que sólo quieren el like por el cuerpo (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

(...) si pones sólo fotos de tu cuerpo, te va a decir todo el mundo que si quieres tener sexo (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

No obstante, considerando la representación social de Tinder, tiende a tener una connotación sexual o meramente física y superficial:

Antes le daba like a los que me gustaban físicamente, así de “ay, está guapo, le voy a dar like” pero nada más querían sexo. (...) Los que se desnudan mucho, tampoco (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Luego están los típicos que están cachas o que ni siquiera están cachas y se hacen la foto en el espejo ahí con el cepillo de dientes y todo cutre. Ésas las descarto. [...] Y luego los que te hacen una foto directamente a su paquete, que me parece muy bien porque es super, como de “vale, muchas gracias, pero hasta luego” (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

[Sobre si daría like cuando la otra persona aparece en traje de baño o simplemente en la playa] Depende de cómo esté, pero yo creo que no. Pienso que ha de estar buscando sexo casual así de entrada (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Es muy común que la motivación de uso de Tinder sea precisamente sexual y que no haya una intención de buscar una amistad o formalizar una relación, así que estas fotografías actúan como una estrategia de filtro importante para conocer a personas que compartan ese interés.

### l) Aparece en relación con un coche

En las fotografías los usuarios tienden a aparecer con diversos objetos o en muchos lugares distintos, pero uno de los elementos más reiterativos es el coche. En la fase de observación, se identificó una tendencia al aparecer sentados en un coche, sea manejando, sea como pasajero, a modo de selfies, así como también aparecer recargados o posando cerca de uno de ellos. Se eligió esta categoría porque podría remitir a generar una impresión de un estatus social determinado. Es importante recordar que todos estos elementos que aparecen en las fotografías son significativos porque ayudan a crear la imagen del self digital, de la persona en quien se va a convertir en Tinder.

APARECE EN LA FOTOGRAFÍA EN RELACIÓN CON UN COCHE							
Foto	Género		Orientación sexual			Edad	
	Hombres	Mujeres	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	18-24 años	25-31 años
Principal	1.68%	2.62%	3.3%	.9%	0%	2.35%	2%
Secundarias	9.5%	4.19%	7.2%	9.4%	0%	7.06%	6.5%
Ambas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
En ninguna	88.83%	93.19%	89.5%	88.9%	0%	90.06%	91.5%
Total Principal	1.68%	2.62%	3.3%	.9%	0%	2.35%	2%
Total Secundarias	9.5%	4.19%	7.2%	9.4%	0%	7.06%	6.5%

Tabla 20. *Aparece en la fotografía en relación con un coche*

- Los resultados indican que es ligeramente todavía menos común que aparezcan dentro o fuera de un coche que mostrando su torso, pecho o abdomen descubierto. En promedio, sólo el 10% tiene alguna foto con un coche.
- Ningún bisexual tiene fotos relacionadas con un coche, así como ningún usuario indicó tener fotos relacionadas con coches tanto en la principal como en alguna de las secundarias.
- Quienes indicaron tener con mayor frecuencia fotos con coches son los hombres (9.5%) y los homosexuales (9.4%) en las secundarias.

Estos resultados también contrastan con los de la fase de observación debido a que los casos en que los usuarios indicaron tener una fotografía para Tinder tomada dentro o fuera de un coche fueron muy pocos. Si bien los números dicen poco, las percepciones de cada usuario sobre este tipo de fotos pueden ser más valiosas que los propios datos, como puede ser la opinión de Ivette sobre lo que significan para ellas estas fotos:

[Sobre qué implica que utilicen estas fotos y si les daría like] Que estaban aburridos en el coche y así, ¿no? Obviamente a gente con su coche jamás le doy like [risa]. O sea, que estén en el BMW y que se tomen... O sea, siento que ¿qué tiene esa persona en la cabeza para creer que va a atraer gente? Bueno, obviamente sí debe de haber quién, ¿no? (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Las fotografías dentro de un automóvil o fuera de él pueden remitir a un nivel socioeconómico específico dentro de la representación social de los usuarios, un caso similar a las fotografías que se toman con ciertos viajes y experiencias, como las de la torre Eiffel. En muchas ocasiones, la elección de estas fotos no es una casualidad, sino que son utilizadas justamente con la intención de manejar las impresiones y crear este performance sobre quién es la persona.

Estas características son algunas de las tantas que pueden aparecer en cualquier perfil de Tinder. Como se ha mencionado, fueron elegidas a partir de una fase de observación en la que se tomaron notas sobre los elementos más repetitivos.

Pero Tinder no está limitado únicamente a las fotos. La descripción, la distancia, la edad, los amigos en común, intereses de Facebook compartidos, asociación con las cuentas de Instagram y de Spotify, entre otros, también son elementos importantes para determinar si hay un interés por la otra persona.

### Descripción

La descripción es importante, aunque ha sido cada vez más desplazada en orden de prioridades—incluso por la propia aplicación—: antes, al aparecer un perfil, se podía apreciar parte de la descripción y, en cambio, ahora se tiene que dar clic sobre la primera foto para empezar a ver las siguientes fotos y, en un tercer nivel de prioridades, sólo si la persona da clic en el ícono que

activa la descripción, es como puede verla. Es un espacio en el cual se puede contar un poco más sobre uno mismo, sobre lo que busca en Tinder, sobre lo que no busca en Tinder —que también es muy importante—, sobre las actividades que disfruta realizar y también siempre es apreciado poner algo gracioso que genere simpatía. Además, es en este espacio donde se puede conectar con la cuenta de Spotify o Instagram como una estrategia para contar un poco más sobre uno mismo: Instagram permite extender el límite de 6 fotos de Tinder, así como ayuda a verificar que se trata de una persona real y no de un perfil falso, mientras que compartir su canción favorita puede ayudar a conectar con otras personas todavía más que las fotografías o la descripción.

Sobre lo que dice su descripción y la veracidad de la información personal que hacen pública, se aprecian resultados valiosos. El 87.6% indica siempre decir la verdad en su perfil, pero este porcentaje se reduce al 53.1% cuando se trata de aquellos que consideran que la descripción siempre refleja su personalidad y un 24% respecto a quienes siempre indican qué buscan en Tinder.

En el caso de Rick, un cambio que hizo fue el de agregar su estatura. Por supuesto que esto es opcional, pero lo hizo debido a que es común que las otras chicas preguntaran por este aspecto. Incluso, algunas personas en su descripción hacen explícito el deseo de hacer match con personas con características específicas, la estatura una de ellas. Para Áyda es muy importante, pero no lo indica así en su descripción para no ser excluyente. Lo que sí hace es poner su estatura para abrir una posibilidad a la conversación sobre ese tema, sin forzarla, y con base en ello decidir si le interesa la persona o no.

Mi perfil no cambió mucho, chance y actualizaba mis fotos pero siempre puse que si creo en el amor y mi estatura (para mi es un gran conflicto que sean más chaparros que yo) (Áyda, 26 años, CDMX, online).

Rick no tiene ningún problema en indicar su estatura y considera importante esta transparencia con anticipación para evitar situaciones incómodas, aun si sabe que pueda quitarle posibles matches debido a un perfil en particular como el que describe Áyda.

Una cosa que cambié en mi perfil y que creo que fue positivo es que puse mi estatura porque, bueno, a lo mejor otras personas son más altos y no tienen más problema, pero yo mido 1.70m

y hay chicas que es común que los prefieran altos. Entonces mira, yo mido 1.70m, lo ves y no me tienes que preguntar en la conversación porque les incomoda preguntarlo y luego en la cita a lo mejor si no lo han preguntado se llevan una sorpresa. Me parece que cuanto más información des, mejor. [...] Hay opiniones contrarias. Yo prefiero dar más información y así que las chicas decidan. Y creo que lo he hecho bien (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Dice que “cuanta más información des, mejor”; información real y verídica, por supuesto. Señala que hay opiniones contrarias porque le han dicho que puede ser una buena estrategia omitir o decidir cuándo compartir cierta información, pero su experiencia en Tinder ha sido positiva y lo ha hecho guiado por la transparencia, que también está motivada por una intención de encontrar una pareja. Y esto no se limita a la estatura: si la gente pusiera con total transparencia las diversas características sobre cada uno, perderían muchas más posibles parejas, pero también podría ser más fuerte el emparejamiento con las personas con las que se haga match, motivo que impulsa a Rick a actuar de esa manera.

Si se indaga con mayor detalle en los resultados sobre indicar qué se busca en su descripción de Tinder, hay diferencias entre hombres y mujeres: los hombres indican qué buscan *frecuentemente* en un 23.2% y *siempre* un 26.5%, mientras que en el caso de las mujeres, el 21.6% *siempre* lo indican, pero también hay una proporción igualmente importante de 21.6% que dice que muy *rara vez* lo hace. El 37.9% no tiene descripción o no aplica en este tema.

El hecho de que los porcentajes de las mujeres estén repartidos en los polos y que haya una proporción importante de aquellas que muy rara vez indiquen qué buscan, puede reflejar un deseo de no hacer explícito el motivo por el que usan la aplicación o qué es lo que buscan, algo que quizá podría tener mayor sentido si se considera el estigma de Tinder y la posibilidad de que saben que pueden ser vistas por familiares, amigos o conocidos en cualquier momento, aun si ello implicaría que estas personas también están en la aplicación. Si se consideran los principios del amor romántico en esta cuestión y el rol social que se tiende a otorgar a las mujeres (Pheterson, 2009), puede ser mal visto que expresen un deseo por utilizar Tinder para buscar relaciones sexuales sin compromiso o simplemente conocer personas sin una intención sexual y por ello no lo hacen explícito.

El uso de Tinder varía significativamente entre hombres y mujeres por estos supuestos: con mayor tendencia los hombres suelen dar likes indiscriminadamente, mientras que las mujeres

suelen ser más cautelosas (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016), un comportamiento que se puede explicar precisamente por roles sociales aprendidos (Pheterson, 2009): los ideales del amor romántico han tenido una influencia mucho mayor en las mujeres que en los hombres, sobre todo respecto a un comportamiento más moderado, sumiso y, dentro de lo que cabe, una justificación para que se asocie como que “su sitio” es la casa (Giddens, 1995: 11).

La descripción —o biografía como también se le conoce—, es un espacio libre para que el usuario decida qué quiere contar ahí. Puede poner un fragmento de poesía, una parte de una canción, una colección de emojis, una explicación de quién es o qué busca, un chiste o dejarlo en blanco, es libre de usarlo como desee, si es que quiere, y por ello sus usos son muy diversos y dirigidos hacia diferentes intenciones. Es común que se descuide el uso de la descripción y se centren en las fotografías, pero los resultados obtenidos (Ver p. 296) indican lo contrario.

Es probable que algunas me encontraran bien parecido pero con un perfil poco interesante porque no he puesto mucho empeño en él y no suelo poner mucha información sobre mí (Alan, 20 años, CDMX, online).

Alan le ha dado poca importancia a este aspecto de Tinder. Como continúa explicando, prefiere dejarla en blanco que utilizar algo genérico.

Creo que mi perfil no es muy atractivo en cuestión de la información que doy sobre mí y no lo he cambiado gran cosa porque no me gusta mucho hablarle sobre mí a desconocidos. Además tampoco me agrada mucho la idea de usar cualquier descripción genérica del tipo: "Me gusta la música y salir con mis amigos." Además de que me parece una carta de presentación aburridísima, creo que eso y nada es lo mismo. De milagro uso mi nombre y edad reales (Alan, 22 años, CDMX, online).

Pero esto, asimismo, indica que a pesar de que descuida la descripción, posiblemente reconoce su importancia. Sabe que lo que agregue ahí es una extensión de sí mismo. Es posible que poner algo genérico, algo que carezca de sentido para él, sería enviar un mensaje erróneo sobre cómo se ve a sí mismo y por ello prefiere ocasionalmente dejarlo vacío. Como en otros casos, esta percepción sobre la poca utilidad de la descripción puede estar fomentado por la propia experiencia.

Casi no recuerdo ejemplos de descripciones que haya usado. Sin embargo, una vez hice el experimento de escribir simplemente "Omelette du fromage" en el mensaje personal para ver qué pasaba, como prueba de si realmente funciona escribir algo profundo o cualquier idiotez funciona a manera de broma. Sorprendentemente conseguí varios matches en el tiempo que tuve esa descripción, lo cual me decepciona porque escribí algo tan insulso (Alan, 22 años, CDMX, online).

Para AlexZ la descripción no es importante e incluso ha sido progresivo su descuido.

La descripción en este momento es esta cara: (☺\_☺☘) y abajo dice EN/ES. Mi perfil en el pasado ha sido más completo en la descripción para aquí me parece que las descripciones no son tanto una prioridad (AlexZ, 22 años, Madrid, online).

AlexZ es originario de Estados Unidos, así que para él es importante indicar "EN/ES"<sup>88</sup> en la descripción porque sugiere que puede comunicarse tanto en inglés como en español. Este uso de la descripción es más práctico que con la intención de aumentar la información sobre él como persona.

A pesar de ello, la descripción fue muy valorada al momento de analizar los perfiles de las otras personas (Ver p. 296). Uno de los usos más útiles que se pueden hacer es como una estrategia para orientar o facilitar la conversación con las otras personas. Al momento de hacer match y antes de iniciar una conversación, las personas suelen buscar alguna pista en el perfil de su match para justificar la primera interacción y salirse de la rutina del "hola, ¿qué tal?". En este sentido, la descripción es uno de los recursos más apreciados.

Yo creo que es más bien porque me cansa el recibir un mensaje y que siempre sea de mismo tema. Es como de "ay, no, otra vez la pizza con piña, ya lo tengo muy visto". Suena super creído, pero la primera conversación así ya la tuve. Entonces me lo voy cambiando por eso mismo (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Yolanda hizo el experimento cambiando constantemente su descripción. Aquello que agregaba era, generalmente, el tema de conversación con sus matches. En este ejemplo, ella indicó que le

---

<sup>88</sup> "EN/ES" se refiere a que puede comunicarse en "English/Español".



gustaban las pizzas, así que frecuentemente iniciaban conversaciones sobre pizzas, bromas al respecto y le hacían invitaciones para salir a comer pizza a algún lado. Como ella menciona, al principio le gustaba, ya que sí le gustan las pizzas, pero después resultó tedioso que todas las conversaciones fueran sobre el mismo tema: para su match, era la primera vez que ocurría esa conversación, pero para ella podía ser la tercera, la décima o la vigésima. Esto podía seguir hasta que cambiaba la descripción.

Por ello, la descripción es poco valorada, pero muy útil. Bien dirigido, puede ser una estrategia para conectar con gente que comparta intereses y actividades con uno mismo, así como romper la barrera de las conversaciones vacías o que no tienen dirección, un problema habitual en Tinder (Ver p. 368).

### Spotify

En los cuestionarios, el uso de Spotify no resultó tan atractivo. Tan solo al 3.1% le importa *mucho*, mientras que al 11.2% le importa *regular* que las otras personas compartan su Instagram. No hubo diferencias significativas por género, edad u orientación sexual. Por otra parte, el 74.1% indicó que le interesa *regular* o *mucho* que la otra persona muestre muchas fotos, ya sean las 6 de Tinder o una extensión con Instagram. A pesar de que el interés fue poco, la música, y Spotify en particular, puede ser un recurso valioso para describir de manera más amplia la personalidad y los intereses de la persona.

En lo que más me fijo en un perfil es que la persona me parezca atractiva y que tengan una pequeña biografía, o información adicional a su nombre y edad — lo que más escuchan en Spotify, su perfil de Instagram o su *anthem*, eso me dice más de una persona (André, 20 años, CDMX, online).

La virtualización del self es un proceso en constante cambio dependiendo de las experiencias y la relación con los otros. El perfil se modifica de acuerdo con las reacciones que motive en las personas que le interesan al usuario, desde las fotos que usa, el orden de las fotos o el contenido

que decida agregar en su descripción, que incluso puede consistir únicamente en emojis. Todo este proceso de creación del perfil y virtualización del self está influido directamente por los motivos de uso que hayan conducido a la persona a descargar la aplicación y utilizarla. Estos motivos pueden cambiar y por ello su perfil y la manera de relacionarse también puede ser distinta. En el siguiente apartado se discuten cuáles son los principales motivos de uso de Tinder entre los usuarios de la Ciudad de México para comprender cómo se construye el self digital en función de ellos.

#### **4.1.2 Análisis de los principales motivos de uso de Tinder**

Para comprender el fenómeno de Tinder y las representaciones sociales que se entremezclan con su uso, es muy importante conocer cuáles son las motivaciones que conducen a los usuarios a descargar la aplicación y a utilizarla.

Los motivos de uso de Tinder son el tema más abundante de las investigaciones realizadas en diversos países. Las motivaciones varían entre cada persona, por supuesto, pero se puede tener un mejor conocimiento del rol de la comunicación mediada y de lo que ocurre en Tinder si se comprenden las diferencias por género, orientación sexual y edad. Todos estos resultados son tendencias que corresponden a lo identificado a través del primer cuestionario aplicado en la Ciudad de México, pero es complementado con los hallazgos de las experiencias compartidas en las entrevistas de Ciudad de México y de Madrid. Es probable que se encuentren resultados distintos si se hiciera un análisis con otras ciudades de estos países o con otros países distintos ya que factores como el tamaño de la población, la religión y las costumbres, por mencionar algunos, pueden influir significativamente en el uso de Tinder.

La escala de motivos de uso que se utilizó en los cuestionarios fue creada a partir de lo identificado en los resultados obtenidos por estudios realizados en otros países donde se indagó acerca de relaciones afectivas y uso de Tinder (Stephure et al, 2009; Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016), así como por la Escala de Motivos de Tinder creada por Elisabeth Timmermans y Elien De Caluwé (2017). Tanto las primeras investigaciones realizadas, como los motivos identificados en la escala que generaron Timmermans y De Caluwé, presentan

elementos que se repiten, como lo son, principalmente, buscar una relación sexual, buscar una pareja y por el reconocimiento social.

La Escala de Motivos de uso de Tinder (Timmermans & De Caluwé, 2017) fue creada a partir de los resultados que obtuvieron tras la realización de entrevistas y tras la incorporación de los motivos identificados por otras investigaciones sobre relaciones afectivas a través de medios digitales. Los diversos motivos de uso fueron cotejados y analizados a través de cuestionarios. Los resultados les permitieron generar la Escala de Motivos de Uso de Tinder organizada en 13 categorías y 58 ítems. Por otra parte, Sumter, Vandenbosch y Ligtenberg (2016) realizaron una investigación en Países Bajos para conocer cuáles son las principales motivaciones de uso e identificar si hay diferencias significativas dependiendo del género y de la edad: sus hallazgos se situaron en 6 categorías y 46 ítems. De esta manera, los motivos más importantes que encontraron las dos investigaciones fueron:

Escala de Motivos de Uso de Tinder (Timmermans & De Caluwé, 2017)	Principales motivos de uso de Tinder (Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016)
Aprobación social	Amor
Buscar una relación	Sexo casual
Experiencia sexual	Facilidad de la comunicación
Habilidades sociales	Autovalidación
Viajar	Emoción
Olvidar a su ex	Por moda
Pertenencia	
Presión	
Socialización	
Orientación sexual	
Pasar el tiempo	
Distracción	
Curiosidad	

Cuadro 5. *Comparativa de motivos de uso de Tinder.* Timmermans & de Caluwé, 2007 & Sumter, et al, 2016).

Elaboración propia.

Las dos investigaciones conducen a resultados comunes, sólo que la de Sumter y sus colegas (2016) plantea categorías más amplias, mientras que la Escala de Motivos (Timmermans & De Caluwé, 2017) refiere a situaciones más específicas como viajar, olvidar a su anterior pareja y la orientación sexual, mientras que otras como pasar el tiempo, distracción y curiosidad son integradas dentro de categorías mayores en otros estudios.

A partir de la exploración de la literatura, se eligieron las categorías para el primer cuestionario: Busca una relación formal, busca sexo sin compromiso, facilidad de la comunicación mediada, el reconocimiento que genera el match, hacer nuevos amigos, aprender de otras personas, por recomendaciones (música, libros, etc.). Éstas fueron aplicadas en el primer cuestionario, mientras que se hicieron algunos cambios para el segundo, el que se utilizó en Ciudad de México y en Madrid: se quitaron las que referían a aprender de otras personas y por recomendaciones-, mientras que se agregaron las categorías de olvidar a su anterior pareja y porque permite conocer personas de la misma orientación sexual. A continuación, se presentan los motivos de uso que se preguntaron para esta investigación y se indica si corresponden a la primera o a la segunda fase.

Motivo	Descripción
<b>Busca relación formal</b>	Desea establecer una relación seria, enamorarse. Muchas veces por falta de tiempo y porque el trabajo o los estudios requieren mucha atención, pareciera que el círculo de conocidos y potenciales parejas se ha limitado. Muchas personas utilizan Tinder porque facilita y justifica el acercamiento a personas desconocidas, tanto físicamente como emocionalmente. Además, las fotos e intereses compartidos pueden ayudar a iniciar el primer contacto.
<b>Busca sexo sin compromiso</b>	También es muy común que se busque una relación casual, tanto por el deseo sexual como por buscar nuevas experiencias o ganar confianza. Se buscan relaciones sexuales, ya sean de una sola noche o de encuentros esporádicos, pero sin establecer una relación ni compromiso.
<b>Facilidad de la comunicación mediada</b>	Es más fácil comunicarse con una persona por la cual se siente atracción a través del teléfono o de otro dispositivo. Se sienten más cómodos cuando la comunicación es mediada y permite estructurar las formas y tiempos de las respuestas. Ayuda a perfeccionar habilidades sociales y de flirteo.
<b>Reconocimiento que genera el match</b>	Actúa como un proceso de autovalidación en la cual la persona que hace un match puede tener evidencia de su atracción. Es común el deseo de saber qué opinión tienen

	los demás sobre uno mismo, así como de saber si le interesas a la persona por la que se siente atracción, pero no es fácil saberlo. Tinder lo permite y un match muchas veces, no siempre, lo evidencia.
<b>Hacer nuevas amistades</b>	Tinder permite saber si las otras personas son potenciales amistades a través de mostrar los amigos en común, intereses de Facebook similares, estudios y trabajo, entre otros elementos que pueden acercar a dos personas que comparten mucho en común, pero que no se han conocido.
<b>Aprender de otras personas*</b>	Muchas de las personas que utilizan Tinder son expertas en una gran variedad de temas, han viajado y conocido lugares, son apasionados de alguna disciplina o conocen mucho sobre algún arte o entretenimiento. Tinder ayuda a conectar personas que puedan aprender mutuamente de las experiencias de cada uno.
<b>Por recomendaciones*<sup>89</sup></b>	Muchas veces las interacciones en Tinder son meras conversaciones para conocer gente y pasar el tiempo. Algunos sólo buscan distraerse y conocer un poco más a través de los otros, como lo puede ser por recomendaciones sobre viajes, música, libros, cine y televisión, entre otras.
<b>Olvidar a su anterior pareja**</b>	En algunos casos, es común que se descargue Tinder o que se vuelva a utilizar después de haber terminado con su anterior pareja. Este motivo no suele estar orientado a buscar una nueva pareja inmediatamente, sino a buscar relaciones casuales o conversar y hacer match para recuperar autoestima o saberse atractivos después de haber terminado la relación.
<b>Conocer a otras personas de su orientación sexual**</b>	Este motivo también es específico y sobre todo suele tener sentido entre usuarios homosexuales y bisexuales debido a que para algunas personas es difícil relacionarse con otras de su misma orientación sexual por presión social o porque no problemas para identificar si la otra persona tiene los mismos intereses. Tinder lo facilita.

Cuadro 6. Descripción de los motivos de uso de Tinder

\* Se refiere a que sólo aparece en el primer cuestionario de la Ciudad de México

\*\* Se refiere a que sólo aparece en el segundo cuestionario aplicado tanto en Ciudad de México como en Madrid.

---

<sup>89</sup> Este motivo fue finalmente eliminado porque era similar a “Aprender de otros” y los resultados fueron muy bajos.

Estas categorías se utilizaron para evaluar qué motivaciones actuales tenían en el uso de Tinder, mientras que en las entrevistas se indagó en cada uno de los temas y acerca de si estas motivaciones han cambiado desde que comenzaron a utilizar la aplicación hasta la actualidad

En conjunto, interesa identificar la motivación de las impresiones y la construcción de las impresiones, esto es, la estrategia con la cual las llevan a cabo. Para comprender la motivación de las impresiones, los hallazgos obtenidos a partir de los cuestionarios permiten conocer cuáles son los principales motivos de uso; en segundo lugar, para conocer la construcción de las impresiones de los motivos de uso se recurrió a la experiencia de las entrevistas con el fin de reconstruir el sentido que le daban a cada situación y motivo perseguido.

Se debe de tener presente que en los cuestionarios se les pidió que indicaran del 1 al 10 qué tan importante era para ellos cada uno de los motivos para utilizar Tinder considerando que 1 significaba que no tenía ninguna importancia, mientras que 10 significaba que era muy importante. Si así lo consideraban, podían tener más de un motivo indicando el máximo valor ya que no son excluyentes.

#### **4.1.2.1 Motivos de uso de Tinder en la Ciudad de México<sup>90</sup>**

Para comprender el proceso de la virtualización del self en Tinder, el elemento más importante es conocer qué fue lo que motivó a la persona a empezar a utilizar la aplicación. Esta motivación está presente en todo: en la elección de sus fotografías, en la descripción que utiliza, en decidir si hacer pública su cuenta de Instagram y compartir su Spotify, si desea compartir información personal como sus estudios o su trabajo y en la manera de relacionarse en la conversación con las otras personas. En la siguiente tabla se muestra la distribución total de los valores asignados a cada uno de los motivos de uso por la población total de usuarios de Tinder que participaron en el cuestionario (393). Se les pidió que asignen un valor del 1 al 10 dependiendo qué tan importante era cada uno de esos motivos para su uso de Tinder considerando que 1 significaba

---

<sup>90</sup> Primer cuestionario de la Ciudad de México.

que no era nada importante y 10 muy importante. Cabe mencionar que no todos respondieron todas las preguntas y por eso la cantidad de respuestas es diversa<sup>91</sup>.

### PROMEDIO DE IMPORTANCIA DE MOTIVOS DE USO DE TINDER

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Promedio	Total de respuestas
Me interesa una relación formal de pareja	46 13.57%	10 2.95%	17 5.01%	15 4.42%	22 6.49%	16 4.72%	47 13.86%	41 12.09%	33 9.73%	92 27.14%	6.66	339
Busco sexo sin compromiso	111 32.08%	30 8.67%	29 8.38%	24 6.94%	24 6.94%	17 4.91%	26 7.51%	36 10.40%	14 4.05%	35 10.12%	4.40	346
Me interesa Tinder porque me facilita conversar con desconocidos	16 4.79%	11 3.29%	15 4.49%	16 4.79%	22 6.59%	13 3.89%	31 9.28%	75 22.46%	38 11.38%	97 29.04%	7.38	334
Me gusta hacer match y sentirme reconocid@	59 17.46%	26 7.69%	27 7.99%	22 6.51%	27 7.99%	15 4.44%	31 9.17%	43 12.72%	24 7.10%	64 18.93%	5.69	338
Busco hacer nuevos amigos	25 7.60%	12 3.65%	20 6.08%	14 4.26%	18 5.47%	14 4.26%	33 10.03%	55 16.72%	32 9.73%	106 32.22%	7.17	329
Quiero aprender de otras personas	31 9.54%	11 3.38%	22 6.77%	17 5.23%	15 4.62%	8 2.46%	26 8.00%	58 17.85%	38 11.69%	99 30.46%	7.04	325
Por recomendaciones (música, libros, películas, series, etc.)	79 24.31%	20 6.15%	24 7.38%	26 8.00%	27 8.31%	11 3.38%	29 8.92%	40 12.31%	15 4.62%	54 16.62%	5.21	325

Tabla 21. Promedio de importancia de motivos de uso de Tinder

<sup>91</sup> Las únicas preguntas obligatorias fueron por género, orientación sexual, edad y delegación/tiempo viviendo en Madrid. Las demás eran opcionales con la intención de que respondieran solo aquello con lo que se sintieran conformes. De cualquier manera, la mayoría respondió todos los cuestionarios completos.

Estos primeros resultados deben de leerse con cuidado. Como indicadores generales, se puede observar que los motivos de uso más comunes fueron la facilidad de la comunicación mediada, hacer nuevos amigos y aprender de otras personas. Por otra parte, es muy significativo que buscar una pareja formal se encuentre en un promedio positivo y alto, sobre todo si se considera el contexto estigmatizado en el que se han encontrado las relaciones de pareja a través de medios digitales, sean aplicaciones o, sobre todo, páginas para citas. Asimismo, es igualmente interesante que buscar sexo sin compromiso se encuentre considerablemente bajo, sobre todo porque Tinder se asume muchas veces como una aplicación para buscar relaciones sexuales casuales (Joshi, Peter & Valkenburg, 2014). Finalmente, el reconocimiento y la autovalidación que genera el match produce resultados muy diversos.

Pero los resultados pueden decir mucho más. Como se advertía, se requiere precaución al revisar estos datos porque son el reflejo de la población total de Tinder, pero si se analizan a partir de los diferentes grupos de edad, por género y por orientación sexual, los resultados específicos conducen hacia una lectura de los datos más precisa. Para ello, cada uno de los motivos es analizado a partir de estas variables y, finalmente, se hace una interpretación de los hallazgos en conjunto con las entrevistas. Este análisis es realizado integrando las entrevistas realizadas en Ciudad de México y en Madrid ya que, a pesar de que los datos son exclusivos de la situación de la Ciudad de México, las entrevistas refieren a una representación social sobre Tinder mayor que ayuda a comprenderlos.

### **Busca una relación formal de pareja**

La búsqueda del amor y de la pareja ideal es un tema que ha generado las más diversas emociones, desde los nervios por iniciar la conversación con aquella persona por la que se siente atracción hasta la felicidad o desesperanza que produce saber si la atracción es mutua o no. Estas historias se han contado de diversas maneras y en distintos soportes, desde la música hasta la poesía, desde una obra de Shakespeare hasta una producción de Disney, pero casi siempre alrededor del concepto del amor romántico y de los ideales de pareja, de hombre y de mujer (Rodríguez Morales, 2006; Giddens, 1995). Pero los tiempos están cambiando y también la manera de buscar una pareja, expresar el amor, de construirlo. Como ocurre con la mayoría de los cambios, para



ser aceptados implican un proceso largo de adaptación para que su incorporación sea real. En este caso, buscar pareja a través de medios digitales generó una aversión significativa en sus primeros años, esto es, a partir de que se comenzaron a utilizar las páginas para citas en 1995 empezando por Match.com. Esta aversión puede estar impulsada por una representación social de los medios digitales como herramientas frías, poco humanas, que generan distancia y que facilitan la mentira, un prejuicio que no es necesariamente cierto, pero que puede ser suficientemente fuerte como para influir en la manera de comportarse a través de ellos.

Por este motivo, conocer cuál es el interés por buscar una pareja formal a través de Tinder es muy significativo ya que puede reflejar que estos prejuicios se van venciendo y que Tinder, como otras herramientas para conocer personas a través de diversos medios, no implica una relación menos humana o menos válida que cuando es presencial, sino que simplemente es una de tantas más.

El promedio general de toda la población de usuarios fue de 6.66. Este dato adquiere un significado más importante si se considera que el 27.14% de los usuarios asignaron un 10 a esta motivación, es decir, el más alto; mientras que 13.57% el más bajo, 1. Aun así, la población se inclina hacia un valor positivo, ya que el 48.96%, es decir, casi la mitad de todos los usuarios, asignaron un valor de entre 8 y 10 a la motivación de buscar pareja. A continuación, se analizan estos datos por género, orientación sexual y edad para conocer con mayor detalle cómo están distribuidos los datos.

**Busca una relación formal – Género**

Género	Media	N
Hombre	7.20	165
Mujer	6.17	167
Total	6.68	332

Tabla 22. *Busca una relación formal – por género*

Un dato que en primera instancia es inesperado y sorprendente porque se anticipa que los hombres son quienes tienen una mayor tendencia a buscar relaciones sexuales sin compromiso en Tinder, pero aquí asignaron en promedio un 7.20 a su interés de buscar una pareja formal.

**Busca una relación formal – Orientación sexual**

Orientación Sexual	Media	N
Heterosexual	6.19	185
Homosexual	7.93	101
Bisexual	5.89	46
Total	6.68	332

Tabla 23. *Busca una relación formal – por orientación sexual*

Otro resultado muy interesante debido a que se puede pensar que tanto hombres como mujeres homosexuales suelen utilizar Tinder con mayor frecuencia para buscar relaciones sexuales sin compromiso, incluso como lo indican algunos de los entrevistados, pero el promedio de quienes buscan una relación formal fue significativamente alto. Tras analizar por separado a la población de usuarios homosexuales, se encontró que los hombres asignan un promedio mayor que las mujeres.

#### Usuarios homosexuales que buscan una relación formal

Género	Media	N
Hombre	8.27	92
Mujer	4.44	9
Total	7.93	101

Tabla 24. *Usuarios homosexuales que buscan una relación formal*

¿Por qué los hombres homosexuales indicaron un valor tan alto a buscar relaciones formales en Tinder? Esto puede ser una consecuencia de que ya existe otra aplicación similar a Tinder dirigida principalmente a hombres homosexuales, pero con una orientación más clara hacia el sexo: Grindr. La existencia de esta aplicación, que es principalmente sexual, hace que Tinder adquiera un sentido mucho más formal de lo que se esperaría que fuera. Por otra parte, los bisexuales fueron quienes indicaron un menor interés en buscar una pareja.

#### Busca una relación formal - Edad

Edad	Media	N
18-20	6.87	38
21-24	6.46	112
25-28	6.69	124
29-31	6.98	58
Total	6.68	332

Tabla 25. *Busca una relación formal – por edad*

Finalmente, si se analiza por edad, no se aprecian diferencias significativas contrario a lo que podría esperarse: conforme son mayores de edad, no tienden a buscar una relación más formal, por lo menos no de manera significativa en relación con los otros grupos. Aunque en la experiencia también se pueden encontrar percepciones y usos distintos, como comenta Fabián respecto a un hombre mayor de 40 años que conoció.

En mi experiencia, me ha tocado más el caso de que las personas de rangos de edad mayores a 30 años, por ejemplo, son los que buscan principalmente una estabilidad en una relación. Alguna vez platicando con una persona ya mayor de 40 años me decía que era eso, que llegan a cierta edad donde ya no les importa el andar de aquí para allá y conocer más personas, sino centrarse con una persona y saber que va a estar ahí, tener una seguridad con una persona, a diferencia de las personas jóvenes que están en la edad de explorar, de experimentar otras cosas (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

El uso de Tinder no varía tanto en el grupo edad que se maneja en la tesis, cuyo rango es menor al descrito por Fabián y las diferencias no son tan amplias, pero a pesar de ello, los resultados sí reflejan un contraste cuando se analizan en relación con los heterosexuales, como se puede apreciar en la tabla: tanto los hombres como las mujeres, indican un interés mayor respecto a buscar pareja en Tinder conforme son mayores de edad, una tendencia que se refleja en todos los grupos en los dos géneros. Tras sumar los valores de 18-20 y 21-24, y los de 25-28 y 29-31, los hombres de 18 a 24 años indicaron un promedio de 5.02, mientras que los de 25 a 31 años de 5.92; por otra parte, las mujeres de 18 a 24 años de 5.45 y las de 25 a 31 años de 7.1. En ambos casos, el deseo de encontrar una pareja formal aumentó.

**Busca pareja formal – Edad - Heterosexuales**

Género	Edad	Media	N
Hombre	18-20	4.67	6
	21-24	5.38	24
	25-28	5.67	21
	29-31	6.17	12
	Total	5.56	63
Mujer	18-20	5.33	9
	21-24	5.66	35
	25-28	6.96	56
	29-31	7.27	22
	Total	6.52	122

Tabla 26. *Busca pareja formal – por edad, heterosexuales*

Encontrar una pareja en Tinder es un motivo de uso que aumenta cada vez con mayor frecuencia a pesar de que no se suele creer que los demás usuarios tienen intereses similares. Este aumento en la tendencia puede deberse a que la experiencia que se va obteniendo en la aplicación puede permitir saber cuáles son sus límites y posibilidades, motivo por el cual muchas veces una persona atraviesa por diferentes fases en su uso de Tinder.

Creo que fue eso, empecé a decir “ok, estoy en un momento de vida en el cual no quiero sexo exprés, quiero realmente darme la oportunidad de conocer a alguien”, que al final pueda ser como sex body, pero que sea una persona que no dejas de ver a la primera. Empecé a prestar más atención, subir mejores fotos, cambiar la descripción que tenía de mí (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Los motivos de uso cambian, así como también se puede observar que no son exclusivos, sino complementarios. En el caso de Arely, sí espera encontrar una pareja, pero no tiene problema si se queda en una amistad; por otra parte, Sara A no buscaba una pareja, pero sin hacerlo explícito, ya tenía prácticamente una.

es obvio que si he salido con intensiones de que se de algo, no solo es sexo casual, pero al final mantengo una buena relación de amigos con ellos (Arely, 27 años, CDMX, online).

No, originalmente no me descargue tinder para conocer pareja, solo por bromear. Nunca me lo planteé para buscar pareja formal hasta que estuve 9 meses con un chico de ahí (de manera formal) (Sara A, 26 años, Madrid, online).

También hay que considerar que el hecho de que encontrar una pareja formal no sea una prioridad, esto no indica necesariamente que se esté buscando una relación casual. Por su parte, Yolanda no define un objetivo único y principal en Tinder, pero sí tiene claro que no le interesa buscar una pareja.

¿Formal, pareja estable? no, descartadísimo. No, no, no (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

La experiencia en Tinder no es estática, no está limitada a un solo momento y no será igual a las experiencias pasadas porque todo lo que vive una persona como usuario y las interacciones que tiene con otras personas, así como los cambios que tiene en su vida fuera de Tinder, son situaciones que influyen en el uso y percepción de la aplicación. Por ello, es común que quienes buscan una pareja formal, acaben encontrando amigos o relaciones casuales, mientras que aquellos que sólo buscaban una relación de una noche y experimentar puedan acabar encontrando a su pareja.

### **Busca sexo sin compromiso**

Tinder es frecuentemente pensado como una *hook-up* app, es decir, una aplicación para tener encuentros sexuales ocasionales (Joshi, Peter & Valkenburg, 2014; Sales, 2015). Esto ocurre porque la mediación de Tinder y la representación social en la que generalmente está inscrita facilitan que las personas puedan acordar encuentros sexuales con mayor facilidad tanto porque reduce la vergüenza que pueda haber sobre expresar esta intención, como porque facilita encontrar a personas con intereses similares. Por supuesto, no siempre es así, y es común recibir

peticiones de sexo no solicitadas<sup>92</sup>, así como también en ocasiones fotografías sexuales explícitas no deseadas una vez que se inició la conversación por otro canal, como es WhatsApp<sup>93</sup>.

En los resultados sobre buscar pareja, se encontró que es un motivo mucho más común de lo anticipado. Ahora, en contraste, se suele asumir que Tinder es usado principalmente para buscar sexo, pero los cuestionarios generales del primer cuestionario indicaron que el 32.02% de la población le asignó un 1 de valor, esto es, que no les interesa en lo absoluto. Estos resultados no deberían de estar influidos por el tabú y por la vergüenza de reconocer si se busca sexo o no debido a que en todo momento se aseguró el anonimato a quienes participaban. Contrario a quienes buscan pareja, el 48% de quienes participaron, asignaron un valor de entre 1 y 3 a buscar sexo, esto es, un porcentaje considerablemente bajo; asimismo, tan solo 10.12% asignó como el máximo valor a buscar sexo sin compromiso y el 24.57% asignó entre 8 y 10.

En promedio, el interés por buscar sexo sin compromiso fue de 4.40, el más bajo de todos los motivos de uso de Tinder. A continuación, se analizan los resultados con mayor detalle para conocer a quiénes les interesa más con mayor y con menor frecuencia.

#### Busca sexo sin compromiso - Género

Género	Media	N
Hombre	5.64	166
Mujer	3.21	175
Total	4.39	341

Tabla 27. *Busca sexo sin compromiso – por género*

<sup>92</sup> Muchos participantes en la investigación reportaron tanto en entrevistas como en cuestionarios que era común recibir propuestas para tener relaciones sexuales recién tras haberse conocido. Quienes no lo querían, indicaron que también era en parte debido a un mal filtro y elección de las personas a las que les daban like. Consideran que fotos con personas que no muestran la cara, que aparecen con el torso descubierto o que la mayoría de sus fotos refieren a su aspecto físico, son quienes resultan ser más propensos a buscar relaciones sexuales. El *sexting*, es decir, las conversaciones que se mantienen con intenciones sexuales, son comunes entre los usuarios que describen.

<sup>93</sup> Para poder chatear con una persona en WhatsApp generalmente implica que se alcanzó un grado de confianza determinado para decidir intercambiar teléfonos. No obstante, en algunos casos reportaron que entregaban su número indiscriminadamente al comenzar a utilizar Tinder y uno de los resultados fue que comenzaban a recibir fotografías no solicitadas, sobre todo de parte de hombres. Estas fotografías suelen ser de un tono sexual como parte del *texting* y consisten en fotografías de sus penes y de su torso descubierto. Fotografías con contenidos sexuales están prohibidas en Tinder, pero una vez que se llevan las interacciones a WhatsApp, los usuarios crean un nuevo escenario de relación y son ellos quienes determinan cuáles son sus reglas. Cabe mencionar que, por ejemplo, Grindr sí permite este tipo de fotografías y es uno de los incentivos que hacen de ésta una aplicación más sexual que Tinder.

A pesar de que tanto hombres como mujeres reportan un interés muy bajo por mantener relaciones sexuales sin compromiso con otros usuarios de Tinder, el porcentaje de mujeres es todavía considerablemente menor con un 3.21.

**Busca sexo sin compromiso – Orientación sexual**

Género	Orientación Sexual	Media	N
Hombre	Heterosexual	6.72	64
	Homosexual	4.89	92
	Bisexual	5.70	10
	Total	5.64	166
Mujer	Heterosexual	3.08	128
	Homosexual	4.56	9
	Bisexual	3.32	38
	Total	3.21	175

Tabla 28. *Busca sexo sin compromiso – por orientación sexual*

Una vez más, todos reportaron índices muy bajos de interés por sexo sin compromiso. Si se observara únicamente por orientación sexual, las diferencias serían poco significativas: 4.29 heterosexuales, 4.86 homosexuales, 3.81 bisexuales, esto es, los bisexuales reportarían el índice más bajo.

No obstante, si el análisis se distingue a partir del género, aparecen hallazgos importantes: Mientras que los hombres reportaban un 5.24 de promedio en total, hay una diferencia importante entre los heterosexuales y los homosexuales, ya que los primeros reflejan que el uso de Tinder para buscar sexo sin compromiso es un motivo moderadamente importante, con un 6.72 de promedio; al contrario, para las mujeres heterosexuales el promedio de buscar sexo sin compromiso se reduce significativamente hasta alcanzar un 3.08.

El cruce de estos datos es necesario para entender los diferentes usos de Tinder. Que los hombres tuvieran un promedio bajo al buscar relaciones sexuales contrastaba con los resultados de otras investigaciones (Timmermans & De Caluwé, 2017; Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016), así como con la experiencia compartida de los entrevistados y de las opiniones que se

difunden en la red como la página de Facebook “Tinderazos”<sup>94</sup> y el grupo de Instagram “Tinder Nightmares”<sup>95</sup> donde los propios usuarios, a través de sus publicaciones, construyen y reproducen una representación social de Tinder. Estos resultados ayudan a entender la situación de mejor manera: son los hombres heterosexuales quienes tienen una intención de relaciones sexuales mayor y son las mujeres heterosexuales quienes tienen un interés menor, resultados que coinciden con la representación social de Tinder.

**Busca sexo sin compromiso - Edad**

Edad	Media	N
18-20	4.21	43
21-24	4.84	112
25-28	4.03	125
29-31	4.44	61
Total	4.39	341

Tabla 29. *Busca sexo sin compromiso – por edad*

Por edad no hay ninguna diferencia significativa, tampoco cuando los datos son cruzados con género y orientación sexual.

La búsqueda de relaciones sexuales en Tinder fue menor de lo anticipado entre los jóvenes de la Ciudad de México. Sólo los hombres heterosexuales indicaron un interés significativamente mayor que el de otros usuarios, una tendencia que también identificó Raúl entre sus amigos.

Pues no sé porque a lo mejor depende de la orientación. Yo tengo muy pocos amigos homosexuales. Uno de ellos es mi amigo más cercano y él recién está en Tinder y lo usa por lo mismo que yo, o sea, él no va por algo casual; en cuanto a mis amigos heterosexuales sí está muy mezclado: la mitad va por algo serio y la otra mitad va por lo que va. De hecho, muchos de ellos, de los que van por lo que van, cuando la plática con la chava se empieza a poner más seria o

<sup>94</sup> Tinderazos es una página que publica conversaciones y perfiles considerado de Tinder considerados como peculiares o graciosos que son compartidos por sus seguidores, usuarios de la aplicación. Cuenta con más de 240 mil seguidores (5 de junio del 2018). Se puede consultar en: <https://www.facebook.com/tinderazos/>

<sup>95</sup> Tinder Nightmares es una cuenta en Instagram que comparte fragmentos de conversaciones que comparten los usuarios de Tinder que generalmente reproduce las malas experiencias al chatear con otros usuarios de la aplicación. Cuenta con más de 1.9 millones de usuarios (5 de junio del 2018). Se puede consultar en: <https://www.instagram.com/tindernightmares/>



empiezan a hablar más como de su familia, es cuando les rompen el interés y les dejan de hablar. Entonces depende. Según mi percepción, podría ser como mitad y mitad (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Es muy importante dejar claro que buscar relaciones sexuales a través de Tinder no tiene nada de malo, no se trata de mirarlo desde una posición maniquea, no es bueno o malo, ni tampoco es que buscar pareja está bien ni buscar sexo está mal, sino que refiere a diferentes intereses que, además, pueden intercambiarse o desaparecer conforme avanza el uso de Tinder y otras situaciones en la vida, aunque por la representación social de la aplicación ambas pueden ser mal vistas en determinados contextos. Para Ivette todo cambió desde que comenzó a utilizar Tinder: a ella le atraen principalmente los extranjeros y la aplicación le ha ayudado a conocer hombres de otros países de manera muy sencilla.

[Sobre si era común que le escribieran por motivos sexuales] En un tiempo, como al año que lo saqué, todo mundo... o luego sí, que yo decía, que sí he tenido eso, pero solo con extranjeros que me caían bien, pero que no les urgía, gente que me decía “vamos” y equis, ¿no? Y a esos todavía les hablo, bueno, de éstos sólo son 3, sí les hablo bien, o sea, sí pasó eso, pero no de un modo extraño, o sea, fue como un “oye, ¿te gustaría?”. Primero nos conocimos y luego fue “oye, es que ya me voy...”. Pero no, a los demás, así como de “¿qué buscas? ¿quieres ir?” No, nunca (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Es posible que el uso de Tinder pueda ser sexual, sin que eso signifique que es su principal motivación. En el caso de Irene, ha tenido relaciones que se han basado sólo en sexo, pero ella está buscando algo más que le permita conectar con la persona más allá de una interacción meramente física.

Es algo a lo que estoy abierta, y he tenido relaciones que se basaban solo en el sexo, pero para mi es necesario que haya algo más, que no tiene que ser amor, pero si una conexión, ser capaces de mantener una conversación que no sea simplemente llegar, ir a donde sea, mantener relaciones y luego si te he visto no me acuerdo... Para mi es necesario poder hablar y reír, antes que nada, y eso es difícil de encontrar... (Irene, 30 años, Madrid, online)

El problema ocurre cuando las intenciones son enmascaradas y se persigue una relación sexual sin ningún otro interés mientras la otra persona espera algo distinto, o cuando se acuerda una relación sexual sin compromiso, pero se empiezan a generar emociones de parte de alguna de

las dos partes, dos problemas de diferente naturaleza, pero que ocurren con frecuencia. Algo así ha ocurrido con Gramenauer.

Es muy superficial y muchas veces mi actitud era deshonesto e incoherente en un sentido pervertido. Quería tener matches y pensaba en sexo de forma frecuente. Pero luego me daba mucha pereza empezar y mantener siempre las mismas conversaciones... estar pendiente de si me contestaban o no... (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Por eso es importante tener presente el rol de mediación de Tinder. Hasta cierto punto, esta actitud puede estar influida por el sentido de Tinder como un actante y una representación social sexual que conlleva y facilita ciertas actitudes que fuera de la misma no tendría. La aplicación, como actante, puede ejercer cambios en nuestra percepción de lo que es Tinder y de quién es la otra persona, así como de la *realidad* de las acciones que ocurren mediadas por la misma. En el caso de Alex, la percepción original de Tinder se vio influida por la experiencia que había tenido. Se puede asumir que son aplicaciones similares, que ambas conectan personas con un interés principalmente sexual, pero no siempre es así.

Al principio empecé a usarla con la misma lógica de las aplicaciones de ligue gay que suele ser mucho más como de “busquemos sexo”. En Tinder no es así, es más como de “salgamos”. Eventualmente puede haber sexo, quizás sí en la primera cita, pero no es el primer fin. Me costó mucho entenderlo a base de que la gente me dejaba de hablar o que se llegaban a ofender si les proponías como sexo (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Por eso es que el uso de Tinder es adaptativo y circunstancial. Las estrategias para generar atracción, para iniciar o mantener una conversación y para conocer personas cambian, como también los intereses de cada persona. Muchas veces pueden malinterpretarse las intenciones porque, para empezar, la interacción con la persona es mediada y la percepción de realidad puede perderse o parecer engañosa, así como los intereses pueden no coincidir, como menciona Yanin: “[...] al principio era así como todo sexual, así de ‘hola, ¿cuándo vamos al hotel?’, así sin ningún preámbulo, me sacaba mucho de onda porque digamos que también es la vida real” (31 años, CDMX). En este caso que describe, es evidente el rol de la mediación de Tinder ya que una invitación directa a ir a un hotel entre dos personas que se acaban de conocer sería muy inusual en una interacción cara a cara. Por este motivo es que se resalta el rol de actante del teléfono y de la aplicación para exagerar o modificar la conducta e intenciones de la persona de una manera

que no sería posible en otro escenario. El contexto sexual que se asume de Tinder ayuda a justificar este tipo de interacciones, aun cuando no siempre es compartido.

Este rol como actante que puede potenciar o ejercer cambios en las intenciones de las personas es importante para analizar si Tinder está generando una gamificación o ludificación (Deterding, Dixon, Khaled & Nacke, 2011) de las relaciones de pareja y del sexo al hacer de la relación con las otras personas un tipo de juego o competencia.

[Sobre una anécdota de una amiga suya] Sí, ella ha salido con muchos extranjeros. A ella sí le gusta mucho el sexo casual. Me ha dicho “este año me acosté con 30 extranjeros”. Siento que para ella es como un hobby, una diversión, y para mí es como “deja de traer extranjeros a la casa, ¿qué tal si uno de esos es asesino o algo?” (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

### **Facilidad de la comunicación mediada**

La comunicación mediada se refiere a las interacciones que ocurren mediadas por un dispositivo electrónico, sea en este caso el teléfono, la tableta o la computadora, y a través de todos ellos, en este caso, Tinder. Es uno de los elementos que hace más atractiva a la aplicación, en general, porque actúa como pretexto que justifique iniciar la conversación con una persona desconocida. Y no sólo eso: con personas desconocidas que expresan un interés por uno mismo. Por supuesto, esto genera expectativas y curiosidad entre los usuarios por saber cómo son vistos por las otras personas. La mediación es una característica clave de Tinder y de las relaciones que inician a través de medios digitales porque se construyen más allá de la mirada inmediata de la otra persona y eso permite estructurar un mejor performance de acuerdo con lo que se pretende lograr. Asimismo, las interacciones que ocurren son entre dos personajes, conversaciones de un self digital con otro, esto es, entre dos representaciones digitalizadas de cada uno de los usuarios creados específicamente para el uso de Tinder.

Los resultados son congruentes con lo que se anticipaba: el 29.04% le asignó el valor más alto a la facilidad de la comunicación mediada, mientras que el 62.88% asignó una evaluación del 8 al 10 a este motivo, un valor muy alto. Por otra parte, tan solo el 4.79% indicaron que no les

interesa en lo absoluto. El promedio general fue 7.38, el más alto de todos los motivos de uso de Tinder.

**Busca conversar – Género y Orientación sexual**

Género	Orientación Sexual	Media	N
Hombre	Heterosexual	6.97	64
	Homosexual	7.30	91
	Bisexual	6.78	9
	Total	7.14	164
Mujer	Heterosexual	7.53	118
	Homosexual	7.56	9
	Bisexual	7.82	38
	Total	7.60	165

Tabla 30. *Busca conversar – por género y orientación sexual*

Los resultados son comunes con el promedio general y coinciden, evidentemente, en que es el motivo más importante para usar Tinder. Sólo los hombres heterosexuales y los bisexuales reportaron un interés ligeramente menor.

**Busca conversar - Edad**

Edad	Media	N
18-20	6.63	41
21-24	7.47	110
25-28	7.51	121
29-31	7.40	57
Total	7.37	329

Tabla 31. *Busca conversar – por edad*

Los resultados tampoco reflejan diferencias considerables, tan sólo el grupo de los más jóvenes, de 18 a 20 años, que tienen un interés menor por este motivo. Quizás esto también pueda explicarse porque los más jóvenes crecen más habituados al uso de dispositivos digitales como parte integral de la vida cotidiana y la mediación que generan estos dispositivos puede no ser vista como algo relevante, sino como algo normal. Aun así, todos reportaron un valor alto.

En el capítulo 5 (Ver p. 362) se hace un análisis más detallado del rol de la mediación porque es el motivo más común en el uso de Tinder. Ahora, es importante conocer qué es lo que justifica el interés por este motivo y por qué resulta atractiva la comunicación mediada. El uso de Tinder tiene un potencial valioso porque permite conocer personas más allá de un círculo inmediato en el que la persona se desenvuelve, un círculo de personas que frecuentemente se hace cada vez más pequeño a partir de que se tienen más responsabilidades y de que el trabajo o los estudios sitúan a la persona dentro de un horario y espacio que le dificultan conocer personas nuevas o distintas. Un ejemplo de esto es lo que describe Karen: “sentía como que estaba un poco enclaustrada por el trabajo y sentía que no conocía gente nueva” (31 años, CDMX, presencial).

Por otra parte, Yanin destaca que la distancia que hay entre ella y los otros usuarios de Tinder le ha ayudado a relacionarse con mayor facilidad con otras personas y a tener más confianza: “No es como muy fácil que yo pueda entablar una conversación con un chico que me gusta. Soy tímida. Antes era más tímida que ahora. Entonces, a veces en la conversación era un poquito más lanzada en el Tinder que lo que podría serlo [cara a cara]” (31 años, CDMX, presencial).

### **Por el reconocimiento y satisfacción al hacer match**

El match, cuando dos usuarios han indicado que se atraen tras intercambiar likes, muchas veces puede ser más valioso por el reconocimiento que genera que por abrir un canal de conversación. Puede funcionar como un indicador de atractivo o de popularidad, o por lo menos así pueden considerarlo los usuarios (Timmermans & De Caluwé, 2017), algo que se asocia con un aumento en la autoestima cuando se tienen muchas amistades del género que le atrae al usuario (Sumter, Vandenbosch & Ligtenberg, 2016). Esto lo convierte en uno de los motivos de uso más interesantes por analizar porque puede referir a las expectativas que tienen los demás, a la autoestima y a las expectativas que se tienen de uno mismo y, a través de éstas, cómo puede variar el uso de Tinder y la relación con los otros usuarios. Éste ha sido uno de los temas más estudiados, acerca de la autoestima y la autoimagen, tanto en Tinder (Strubel & Petrie, 2017) como en redes sociales en general (Fardouly & Vartanian, 2016; Eckler, Kalyango & Paasch, 2016).

En este caso, el promedio de interés de esta motivación fue menor a lo esperado, 5.69, que precisamente es un reflejo de las opiniones opuestas entre los usuarios: El porcentaje mayor, 18.93%, fue asignado al valor más alto, mientras que el segundo porcentaje más alto, 17.46%, fue asignado al valor más bajo. Esto refleja la gran diversidad de opiniones sobre esta motivación y la necesidad por entenderla a partir de las diferentes poblaciones de usuarios. Asimismo, el 38.75% asignó un valor del 8 al 10 y es donde se encuentra la mayoría de las respuestas.

#### Busca el reconocimiento de otros

Género	Media	N
Hombre	6.22	163
Mujer	5.24	168
Total	5.73	331

Tabla 32. *Busca el reconocimiento de otros*

Contrario a otros estudios que identificaban que las mujeres tenían mayor interés por buscar autovalidación a través del match, en este caso fueron los hombres quienes asignaron un valor mayor.

#### Busca el reconocimiento de otros – Género y orientación sexual

Género	Orientación Sexual	Media	N
Hombre	Heterosexual	5.75	64
	Homosexual	6.51	89
	Bisexual	6.70	10
	Total	6.22	163
Mujer	Heterosexual	5.20	123
	Homosexual	6.00	7
	Bisexual	5.24	38
	Total	5.24	168

Tabla 33. *Busca el reconocimiento de otros – por orientación sexual y género*

Los hombres heterosexuales y las mujeres homosexuales son los dos grupos que se distinguen en esta tabla, pero por poco. De manera congruente con otras investigaciones (Sumter, et al, 2016), a los hombres heterosexuales no les importa tanto como a las mujeres el reconocimiento

a través del match; de hecho, en varios casos es común que el uso de likes sea poco estratégico y reflexionado para pasar a deslizar todos los perfiles que se puedan y ver con quién se hace match (Tyson, et al, 2016), un uso que desplazaría al interés de hacer match con otras personas como autovalidación. En el caso de las mujeres, este interés es en general más bajo que el de los hombres heterosexuales, un resultado opuesto al de investigaciones que sugieren lo contrario.

#### Busca el reconocimiento de otros – Género y Edad

Género	Edad	Media	N
Hombre	18-20	7.17	24
	21-24	6.24	59
	25-28	5.64	53
	29-31	6.48	27
	Total	6.22	163
Mujer	18-20	5.79	19
	21-24	4.86	49
	25-28	5.71	68
	29-31	4.53	32
	Total	5.24	168

Tabla 34. *Busca el reconocimiento de otros – por edad y género*

Si se analiza de acuerdo con la edad y el género, se puede entender un poco mejor la conformación de la población y el valor que asignan a este motivo de uso. Hay dos grupos que se distinguen: los hombres de 18 a 20 años con un 7.17 y las mujeres de 29 a 31 años con un 4.53, los dos extremos observables en esta tabla. Una lectura que se puede hacer, y que coincide con los trabajos sobre autoimagen (Eckler, Kalyango & Paasch, 2016) es que hay una mayor inseguridad entre los hombres de 18 a 20 años con respecto a su imagen y la opinión que las otras personas tengan sobre ellos, mientras que las mujeres de 29 a 31 años indicaron una mayor despreocupación acerca de lo que otros puedan pensar sobre ellas<sup>96</sup>.

Para Arely, hacer match está relacionado con una percepción de aumento de la autoestima.

<sup>96</sup> En el capítulo 5 (Ver p. 531) se analiza con mayor detalle este tema. En los cuestionarios se les pidió que asignaran un valor del 1 al 10 según qué tan atractivo consideraban que era su perfil y su atractivo mismo, un indicador que se analizó por edad, género, orientación sexual y país para cotejarlo con los motivos de uso de Tinder.

(...) cuando haces muchos match, te levanta el autoestima, por lo menos eso me hace sentir (Arely, 27 años, CDMX, online).

El match adquiere un valor simbólico y por ello también subjetivo. En algunos casos, como el de algunos hombres heterosexuales en Estados Unidos (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016), los likes son asignados a todos los perfiles que aparecen para, después, revisar los perfiles con los que se hizo match y decidir si realmente hay un interés, esto es, una resignificación del sentido y uso de Tinder, pero en general se genera una sensación por lo menos agradable al saber que existe una atracción o interés de otras personas hacia uno mismo. Naturalmente, esto se traduce en confianza y autoestima, un *ego-boost* como señala Sonia.

Yo venía saliendo de una relación y el hecho de que alguien diga algo como ‘me gustas’, es como el *ego boost*. Me ayudó, me dio seguridad y me hacía sentir bien. Me ayudó en ese momento, sobre todo. Venía de una relación bastante larga y yo no sabía cómo volver a salir con alguien y luego en mi caso, que soy gay, a veces es más difícil acercarte a las chavas porque ni siquiera sabes (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

En este caso, la experiencia de Sonia es muy significativa porque no sólo valora Tinder porque le dio confianza poder ver el interés que sentían otras personas por ella, sino que además lo asocia con otro de los motivos de uso que son analizados en el próximo capítulo: utilizar Tinder después de terminar una relación con su pareja. Una ruptura, independientemente de cuál sea su causa, suele tener un impacto emocional importante. Existen muchas variables que se deben de considerar y que pueden influir en el uso posterior de Tinder: por ejemplo, si la pareja fue quien inició la separación, es posible que tenga un impacto en la autoestima de la persona por no sentirse suficientemente atractiva para la otra persona, por lo menos en el momento de la ruptura; por ello, hacer matches en Tinder ayudan a recuperar la autoestima porque puede ser interpretado por la persona como evidencia del atractivo que las otras personas están viendo en uno mismo.

Algo que no se puede negar es que hacer match, esto es, recibir una notificación de que una persona ha indicado atracción por ti, puede generar una sensación de adrenalina y de emoción, de curiosidad, de seguridad, de saberse valorado. Esto puede motivar un uso de Tinder como un juego, como describe Yolanda.



A ver, al principio la motivación era como nos hicimos Tinder una amiga y yo, y además se unió gente porque era un juego, la motivación era ver quién conseguía más matches, pero matches de calidad, y luego era a ver quién tenía el mejor perfil. Cuando llegaba el super like, en ese momento sí que era una celebración, de “soy un éxito”. Eso era al principio. [...] Luego ya fue de intentar aprovecharlo y ver si tengo suerte en la vida. Ahora mismo básicamente es eso, a ver qué hay (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

No obstante, se debe de considerar que una sensación tan positiva puede ser adictiva, naturalmente. Ello puede conllevar a buscar cada vez más incentivos que repitan esta experiencia. Así le ocurrió durante un periodo a Gramenauer en el que el deseo de utilizar Tinder estaba basado en buscar reconocimiento y acumular matches.

Además las apps como Tinder o Happn se habían convertido en un vicio, en una obsesión. Es muy superficial y muchas veces mi actitud era deshonesto e incoherente en un sentido pervertido. Quería tener matches y pensaba en sexo de forma frecuente. Pero luego me daba mucha pereza empezar y mantener siempre las mismas conversaciones... estar pendiente de si me contestaban o no... Y si no tenía matches sentía que mi autoestima bajaba. [...] También he conocido a muchas mujeres con las que he hablado de muchas cosas y me lo he pasado muy bien. Mantengo amistad con algunas de ellas (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Para David, esto puede ocurrir en Tinder con los matches al convertirse, además, en un indicador de popularidad.

Cuando digo que se está desvirtuando el uso de Tinder para usarse de una manera más tonta, hago referencia a que creo que la superficialidad ha invadido la aplicación. Me explico: si bien el uso de Tinder es conocer gente e incluso a una posible pareja, la sociedad se deja llevar por números para indicar la popularidad de cada individuo, lo cual en este caso indica si eres más o menos atractivo (por unos motivos o por otros, ese es otro asunto). Creo que cada vez hay más gente que la usa para presumir o para sentirse popular porque mucha gente les da like en su perfil. Me atrevería a decir, por algunos casos que he vivido yo, que hay gente que miente respecto sus gustos, personalidad o incluso su aspecto físico para conseguir el objetivo que he mencionado al principio (David, 22 años, Madrid, online).

Como explica, esto puede hacer de Tinder una herramienta social para medir la popularidad y, en consecuencia, lo que ocurre dentro de la aplicación puede materializarse e influir fuera de su espacio original digital, aun con personas con las que no se interactuó a través de la aplicación. Esto es muy importante: ¿Tinder va más allá de Tinder? ¿Puede generar cambios en los individuos que trasciendan la esfera de lo digital? ¿En su autopercepción?

Asimismo, por lo menos en este contexto, el caso de David refiere a Tinder como un tema de conversación habitual en el que el número de matches es un indicador positivo y que, en conjunto, entender todo esto como un juego y un tema cada vez más abierto, también refleja una disminución en la estigmatización de su uso.

### **Para hacer nuevos amigos**

A pesar de que Tinder originalmente fue creada como una aplicación con orientación más sexual y que ahora se ha dirigido hacia nuevas experiencias y conocer nuevas personas, y a pesar de que haya quienes buscan pareja o relaciones sexuales casuales, el punto común es hacer nuevos amigos. Como indicaron algunos entrevistados, es común que busquen una pareja, no funcione y encuentren una amistad muy valiosa, así como también ocurre que deseaban conocer a alguien para un encuentro sexual de una noche, hubo química, ninguna de las dos partes desea formalizarlo como una relación de pareja, pero sí como una amistad y mantienen el contacto.

Por otra parte, también es común que se empiece a utilizar Tinder por curiosidad, para conversar y conocer personas sin ningún otro objetivo más que hacer amistad o conversar, pero que pueda generarse confianza suficiente como para conocerse y pasar de este motivo a otro, como mantener relaciones sexuales o formalizar una relación, pero todo esto comenzando por la motivación de la amistad.

Los resultados generales indicaron un 7.17 de promedio, el segundo en general. Asimismo, 32.22% de los usuarios destinaron el máximo valor, 10, a esta motivación, que fue el mayor porcentaje en esta categoría de entre todos los motivos de uso. Asimismo, el 58.67% asignaron valores de entre 8 y 10 al deseo de hacer amigos en Tinder.

## Amistad

Género	Media	N
Hombre	6.85	158
Mujer	7.51	163
Total	7.18	321

Tabla 35. *Busca una nueva amistad.*

En general, las diferencias son mínimas por edad y por orientación sexual, ya que en todos los casos se mantiene alrededor del promedio de 7.1. Únicamente se agrega esta tabla que refleja la diferencia más notable y ocurre por género: el interés de las mujeres es significativamente más importante que el de hombres con respecto a hacer amistades en Tinder.

Para André, este motivo de Tinder es muy importante porque le permite tener una posibilidad de ampliar su círculo de amigos, algo que de otra manera se le dificulta por timidez. ¿Qué cambia aquí? Muchas veces es difícil iniciar una interacción con un extraño si no hay necesidad o, por lo menos, justificación de hacerlo: en Tinder siempre va a haber justificación ya que encontrarse y que se abra el canal del chat, esto es, posterior a que se haya generado un match, le resuelve a las dos personas la duda sobre si hay un interés por chatear y conversar. No siempre es una garantía, pero por lo menos en el imaginario es muy importante.

Lo que me motivó a usar Tinder fue más que nada conocer personas. Soy una persona muy tímida, solitaria a veces; no tengo muchos amigos y sentí que la aplicación me permitiría expandir mi círculo social. Encontrar alguien con quien tener algo en común era mi ideal, no para una relación, específicamente, pero sí para una amistad (André, 20 años, CDMX, online).

El caso de Marilyn es similar. Conoció a quien ahora es su mejor amigo a través de Tinder justamente cuando más necesitaba encontrar a una persona con quien conversar.

Así es, en 2014 que conocí a Oscar la desinstalé pues nos hicimos "novios", terminando con él, mi interés de instalar nuevamente tinder (2015) no fue encontrar otro novio, sino que buscaba poder platicar con alguien, por lo mismo mis expectativas de tinder eran diferentes y tuve el Match con Armando, pues en su BIO decía buscar "sólo amistad". Tenerlo como amigo en ese

tiempo fue maravilloso, pues tenía como una relación sin ser propiamente una relación, para después nos convertimos en hermanos de otra madre (Marilyn, 27 años, CDMX, online)

Aunque por su experiencia, Áyda no cree que la gente realmente utilice Tinder buscando sólo amigos.

(...) al final considero que todo lleva al punto principal, que es algún tipo de relación (sea de una noche o de una vida) MUY pocos la bajan para ser amigos, existe una expectativa (Áyda, 26 años, CDMX, online).

Este motivo es muy curioso porque funciona como un *comodín*: en muchos casos el motivo es otro, pero termina como éste, amistad, mientras que en otros casos el motivo original es la amistad y termina en encontrar una pareja, una relación sexual o cualquier otro.

Es por períodos, influye si estoy aburrida o si quiero salir y no tengo con quien, para que... Siempre salgo con intenciones de conocer pero a veces termina siendo sólo sexi casual (Arely, 27 años, CDMX, online).

Pero existen diferentes contextos que muchas veces no se toman en consideración. Cuando actividades académicas y/o laborales exigen la mayoría del tiempo de una persona, muchas veces las posibilidades de conocer nuevas personas se reducen significativamente, ya sea para una pareja o para un encuentro casual. Pero también se reducen sus temas de conversación e incluso las amistades. No siempre es posible quedar con los amigos para conversar porque tienen diferentes actividades y quizás, en algunos casos, un amigo conocido a través de Tinder, con quien se pueda mantener una relación únicamente por chat puede ser lo que se necesite. En algunos de estos casos, sí pueden llegar a conocerse, además, pero no por ello existe una necesidad de que termine en relaciones formales o casuales, aunque no se cierre la posibilidad.

Mi motivación original y supongo que la que he mantenido en el tiempo, es la de ampliar las posibilidades de conocer gente. Hoy en día, con los horarios de trabajo imposibles que tenemos y demás, acabas relacionándote siempre con las mismas personas, que son tus amigos de siempre, en cuanto tienes algo de tiempo libre. Tinder da la sensación de que por lo menos te permite establecer contacto con más personas, abrir el abanico [...] Y sobre lo que busco yo misma siempre he dicho que me tomo Tinder un poco como la vida misma, ya que allí hay gente de todo tipo y que busca diferentes cosas, al igual que en el mundo real. Y en el mundo real uno no

conoce gente con una expectativa concreta; simplemente les conoces, y con cada persona puede surgir algo distinto en función de muchos factores. Con un chico de Tinder estuve teniendo sexo casual durante algún tiempo, otro con el que quedé una vez era nuevo en la ciudad y le saqué un poco para que hiciese vida social, con muchos he chateado en plan amistoso, con este de ahora puede que surja una relación amorosa... En definitiva: he venido aquí para conocer gente y ver qué pasa (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Algunas personas buscan una amistad precisamente para dejar una puerta abierta a la posibilidad de encontrar algo más, algo que se descubrirá sobre la marcha. En el caso de Karen, su match quería una relación seria, pero ella no; aun así, no por ello se perdió la conexión que tenían, sino que se mantuvo como una amistad incluso una vez después de que él encontró una pareja.

Es guapo, pero no era como que me atrayera [sic] tanto físicamente. No sé, se me hizo como buena onda. Él es editor de video. Él más bien como que me buscó a mí porque pensó que yo era comunicóloga como él, como que le dio esa impresión. Entonces nos conocimos, me cayó muy bien. Siento que es como, no sé, se me hace raro haberlo conocido en Tinder porque es una persona que considero como muy buena persona, como hasta ñoño, muy bien portado; como muy tranquilo, además. Es más grande que yo, pero no mucho más grande. Salimos un rato y él sí quería andar conmigo, él sí quería algo como en serio y yo como que me saqué de onda y estaba todavía superando al otro de Tinder, al primero, al fotógrafo, entonces dije “no, pues aguanta, no me siento así, pero sí me gustaría conocerte”. Entonces no nos vimos en un rato y luego nos volvimos a ver y todavía somos amigos. Salimos, platicamos, nos vemos una vez al mes. Creo que ya es de mis amigos y no tenemos ningún amigo en común. Y él tiene novia (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

La amistad y la posibilidad de tener alguien con quien conversar es uno de los motivos más comunes y más pasados por alto de Tinder. Conocer gente con quien conversar y compartir puede ser muy significativo para una persona. Yanin describe cómo su amiga solía buscar relaciones casuales porque no tiene interés en comprometerse con una persona en específico, pero en la práctica, de manera parcialmente inconsciente, mantuvo una relación formal no dicha disfrazada de amistad, un ejemplo de la versatilidad de este uso de Tinder.

Sí, yo creo que sí. Por ejemplo, ella, hace como cuatro meses, como que ya salió mucho con un chico holandés, pero el chico se regresó a su país, pero mientras estuvo con él sí fue como una

relación normal, pero ya después de eso volvió a decir que no le interesan los compromisos y demás (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Tinder, aun si en ocasiones se cree que genera conexiones efímeras, también crea lazos sólidos y conexiones muy reales entre personas que puede ser que lo único que buscan es distraerse y conversar con alguien más. Este uso de Tinder es más difícil de medir y puede aparentar tener un menor impacto, pero la posibilidad de que dos personas conecten y dejen de sentirse solas, por ejemplo, es muy significativo. En ocasiones, el interés no está en el reconocimiento que genera el match o en el deseo de tener un encuentro en persona con la intención de valorar si es una pareja potencial o si desean mantener relaciones sexuales, sino que puede ser que ni siquiera tengan una intención de conocerse, sino de tener un amigo con quien conversar. Rick se encontró en una situación similar. En sus primeros días de Tinder, justo después de terminar una relación de varios años, conoció a una chica que estaba en una situación similar. No se conocieron, pero las conversaciones que mantuvieron les ayudaron a ambos a recuperar confianza y desahogarse al compartir emociones similares.

Yo emocionalmente, después de la relación que tuve, sí que es verdad que necesitaba hablar un poco, necesitaba conversar con alguien y me ayudó porque uno de los primeros match que hice, antes de tener la primera cita, era una persona de otra provincia y no pudimos llegar a quedar, de hecho, todavía no hemos quedado, pero tuvimos unas conversaciones muy interesantes y uno a otro como que nos ayudábamos porque también ella había salido de una relación y como que tuvimos una relación muy interesante y emocionalmente fue positivo. Luego ya eso se perdió y ha habido otros match con los que sí he quedado y ha habido otras historias. Esa primera historia fue curiosa porque cubrimos una necesidad emocional las dos partes (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

### **Para aprender de otras personas**

Este motivo fue seleccionado por estar asociado con el deseo de conversar con personas desconocidas, un interés específico y complementario a otros motivos. Se propuso, aunque no se anticipaba un interés muy alto, sino más bien rechazo o indiferencia. Aprender de otras personas puede prestarse a múltiples interpretaciones, pero todas ellas se reducen en que el otro,

desconocido conocible, tiene algo por compartir y que se desea conocer, algo que puede aprender de la otra persona. Esa otra persona puede compartir sobre sus hobbies, sobre lo que los conocimientos que tiene, sobre los idiomas que domina, sobre los viajes que ha realizado, las personas que ha conocido, los estudios que ha realizado, trabajos, buenas y malas experiencias, entre muchas otras cosas que hacen de cada persona única y, por ello, que vale la pena conocer. A pesar de ello, como se decía, no se anticipaba que fuera a haber un interés notable sobre este tema, pero no fue así: aprender de otras personas fue uno de los motivos de uso más valorados.

El promedio general asignado a este motivo fue de 7.04, el tercero más alto. Mientras que el 9.54% indicaron que no les interesa en lo absoluto, el 30.46% asignó el valor más alto, 10, el segundo mayor de todos los motivos. Asimismo, el 60% asignó un valor de entre 8 y 10.

#### Aprender de otras personas

Género	Media	N
Hombre	6.78	155
Mujer	7.27	163
Total	7.03	318

Tabla 36. *Aprender de otras personas*

Los hombres manifestaron un interés poco menor por aprender de otras personas en Tinder. Las diferencias por orientación sexual y edad son mínimas y todos los grupos expresaron una posición similar.

La posibilidad de aprender de los otros es un motivo de uso de Tinder que puede ser consecuencia de otros, por ejemplo, de buscar una pareja, una relación sexual o simplemente una amistad. Para Fabián y para Raúl, cada persona puede ofrecer un aprendizaje nuevo.

Yo creo que se relaciona con el hecho de hacer amigos inicialmente. Ya si se da como algo de pareja, pues es otra cosa. Yo siempre he vivido con la idea de que las personas llegan a tu vida para enseñarte algo y habrá algunas personas que se queden ahí para darte una amistad y hay otras que nada más llegan para dejarte una huella, pero no vuelves a saber de ellas. En ese sentido es lo que digo de aprender de las personas, diversificar más allá de lo que tienes en tu burbuja y conocer más. Alguien te puede enseñar algo que tú desconoces totalmente (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

He aprendido de muchas personas. He ingresado a nuevos intereses por personas que me hablan de su profesión, de alguna serie de televisión y así he descubierto muchas cosas por interactuar con personas que no están en mi círculo social directo (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Aprender de otros es un uso poco explorado, pero realmente valioso de Tinder. Cada persona tiene una experiencia de vida distinta y es experta en diferentes campos, disciplinas o actividades; todos tienen una historia que contar. En concreto, conocer una persona nueva inmediatamente crea una posibilidad de aprender algo y crecer como individuo.

Más bien, entretenerme, conocer gente nueva. Siempre que conoces a alguien nuevo dices “qué interesante”. No es monótono. Algo nuevo. A mí me gustan las cosas nuevas. Entonces, un amigo nuevo, pues, mira, es bienvenido. Conoces a gente, vas conociendo esas diferentes perspectivas. Hablas con la gente y si tienes suerte y encuentras a alguien que encaje bien, pues dices, pues ya aprendes mucho de la otra persona. Tú también vas reflexionando sobre las distintas formas de pensar (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Ése es el caso de Karen, conoció a un fotógrafo, a un contrabajista de jazz, a un doctorante en antropología y experto en ciencias, y a un comunicólogo editor de videos. En todos los casos encontró conversaciones que le redituaban como aprendizajes, como esa salida de la burbuja o del círculo y conocer nuevas personas como referían Fabián, Xiao y Raúl.

Otro es contrabajista de jazz. Él no me gustaba físicamente, pero me gusta mucho el jazz. Como vi que era contrabajista de jazz, pues dije “ah, es interesante, ¿no? Sería padre conocerlo”. Entonces lo conocí y me cayó muy bien, pero hubo como dos cosas. Una, que no me atraía, físicamente, o bueno, no sentí como química, y dos, estaba hablando mucho de su exnovia y hubo una parte en la que me dijo “es que todavía la quiero” y le digo “ah, bueno, está bien, pues quiérela” [risa]. Y él quería que nos siguiéramos viendo, pero yo no le veía mucho sentido. Se parece a lo que había en su perfil. Él es músico y así se asume en la vida. Y me lo he encontrado, toca en muchos festivales de jazz, está en todas partes tocando, entonces de pronto lo saludo (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Luego es otro que resultó ser amigo en común de varios amigos. Resultó que su hermana es muy amiga de mis amigas. Entonces me llamó la atención por su descripción más que por su físico porque sus fotos estaban mal tomadas. Él en ese tiempo estaba haciendo una tesis de doctorado en antropología y es un trabajo como súper choncho que está hablando sobre teoría de la física,



como historia de las cosmovisiones y biología, cómo las teorías de la evolución están sesgadas por el capitalismo... es un trabajo súper largo. De hecho, me prestó la tesis y la leí. (...) Además, estaba viviendo en una cabaña en el Ajusco solo. Era como su experimento de aislarse y ver qué pasaba. Todo eso lo ponía en su descripción y fue lo que me llamó la atención. Lo conocí, me platicó de su trabajo, nos dimos cuenta de que teníamos varios amigos en común, nos hemos visto como dos, tres veces para hablar de ese proyecto y hemos coincidido en varias fiestas. Y hasta ahí llegó. Y ahora sigue como con este proyecto y yo como que le doy seguimiento porque tal vez en algún momento de mi trabajo también me interese retomar eso (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

### ¿Qué implican los hallazgos sobre los motivos de uso de Tinder y qué significados tienen?

Los motivos de uso de Tinder son muy diversos y muchas veces son complementarios, no exclusivos. Tampoco están determinados, sino que van cambiando de acuerdo con la experiencia en Tinder y con lo que ocurra en sus vidas más allá del uso de la aplicación. A pesar de ello, el motivo actual de uso es muy significativo si se observa en conjunto como indicadores de tendencias. Si se toman los porcentajes asignados a las tres calificaciones más bajas (1, 2 y 3), y las tres más altas (8, 9 y 10), se puede obtener una mejor apreciación del valor de cada uno de los motivos analizados. En la siguiente tabla se presenta la suma de estos porcentajes.

Motivo de uso	Poco o nada de interés (valor de 1 a 3)	Muy importante (8 a 10)
<b>Relación formal</b>	21.53%	48.96%
<b>Sexo sin compromiso</b>	49.13%	24.57%
<b>Comunicación mediada</b>	12.57%	62.88%
<b>Reconocimiento social</b>	33.14%	38.75%
<b>Hacer amistades</b>	17.33%	58.67%
<b>Aprender de otros</b>	19.69%	60%

Tabla 37. *Importancia general de motivos de uso de Tinder*

Los resultados indican que casi la mitad de los usuarios reporta muy poco o ningún interés por mantener relaciones sexuales sin compromiso, pero también es notable que el 24.57%, aunque sea el porcentaje menor, lo tiene como una de las mayores prioridades de su uso. Aun así, en reflejo de los otros motivos, es evidente que el sexo sin compromiso por lo menos no es un motivo principal. Es notable que tanto la facilidad de la comunicación mediada, hacer amistades y aprender de otros hayan sido los motivos mejor valorados y que además son compatibles entre sí: hacer match con una persona, potencial amigo, de la cual no se espera que sea necesariamente una pareja o que termine en una relación sexual, pero con la que sí se pueda mantener una comunicación mediada y, por lo menos, que exista la posibilidad de aprender un poco acerca de lo que ha vivido y desee compartir.

## **4.2 Uso de Tinder e interacción con los demás usuarios**

Los motivos de uso de Tinder pueden ser distintos, como se ha visto, pero cada uno tiene diferentes implicaciones en la manera en la que se construye el perfil y en cómo se interactúa con los demás. El uso de Tinder no es el mismo entre uno y otro usuario, así como tampoco lo es para un mismo usuario en diferentes momentos de su vida o del periodo que lleva utilizándolo. Son muchos los factores que influyen en el uso que se da a la aplicación y es importante tomarlos en cuenta para comprender qué implicaciones puede tener en la persona y en la relación o interacción que inicia con los demás.

### **4.2.1 El self digital: entre la autenticidad y el performance**

A modo de recordatorio, la virtualización del self se refiere al proceso de creación del perfil de acuerdo con los motivos de uso que persigue el usuario y, en consecuencia, se puede analizar a partir del tipo de fotografías que elige y la descripción que utiliza, elementos que constantemente son modificados de acuerdo con la experiencia que va ganando en Tinder y con la retroalimentación que recibe a través de los demás usuarios, consciente o inconscientemente, al buscar matches y al iniciar conversaciones. Mientras que la virtualización del self refiere a un proceso dinámico, el self digital se va a comprender como un estado y se va a analizar a partir de las acciones que toma el individuo como usuario de Tinder.

El self digital es la encarnación de una persona como usuaria a través de una interfaz, en este caso Tinder desde algún dispositivo electrónico. Al hacer la apropiación de esta nueva versión de sí misma, la persona no abandona su cuerpo físico, naturalmente, pero se hace consciente de su entidad digital y es la que utiliza para comunicarse.

La nueva forma que ha construido y adquirido ofrece un abanico de posibilidades que antes no estaban presentes ya que pasa de ser una persona a un personaje, aún si no tiene la intención de crear un perfil falso de sí mismo. El self digital, que también actúa como un avatar, puede ser comprendido como una representación teatral de la persona, esto es, a partir de una imagen verdadera, se pueden exagerar ciertos rasgos o elegir de qué manera presentar la mejor cara de uno mismo.

En las interacciones sociales se desempeña un rol, o un papel si se sigue con la analogía teatral de Goffman (2001, 1967), tras el reconocimiento del contexto en el que se desarrolla la interacción y de las expectativas que se cree que tienen los otros sobre uno mismo, la audiencia a la que se dirige. El personaje es usuario de Tinder y esto ya implica connotaciones que van a influir en la manera de comportarse. La primera decisión que se debe de tomar, y que va en relación con las motivaciones de uso de Tinder, es si la persona creará un personaje auténtico o si hará un performance de lo que cree que las otras personas buscan o de acuerdo con lo que ésta misma busca.

### Autenticidad en Tinder

La razón principal por la cual un usuario crea un perfil que se asemeje mucho a su persona real, esto es, tanto en la apariencia física como en lo que reflejan sus intereses y actitudes sobre su personalidad, es porque desea que pueda existir una oportunidad de un contacto con el otro usuario, un contacto que no se limite al plano de lo digital, sino que pueda trascender hacia lo presencial y que se confronte su self digital con su persona. A pesar de que en los espacios digitales como Tinder abundan recursos para hacer un performance de la identidad, eso no quiere decir que las interacciones presenciales estén libres de *máscaras* y performance.

En realidad, en toda interacción social se adoptan roles y, de alguna manera, se hace un performance de acuerdo con lo que se identifica como un comportamiento deseado tras una correcta evaluación social de la situación (Goffman, 1967). Por este motivo, es importante precisar que la autenticidad y el performance no son opuestos: *actuar* un rol para atraer a una persona no implica necesariamente no ser uno mismo, sino un reconocimiento de una situación social específica que, se cree, sugiere un comportamiento determinado en consecuencia. Por autenticidad se va a referir en este apartado a una intención de no mentir, de no utilizar información falsa sobre uno mismo, sean datos sociodemográficos o sobre las actividades que realiza, elementos que al confrontarse con la realidad no puedan generar un choque con las expectativas que la otra persona había creado de uno mismo.

La autenticidad se puede medir de muchas maneras y, por supuesto, nunca es exacta ya que siempre se crea un personaje de uno mismo; incluso se podría pensar en una autenticidad performativa. Algunos ejemplos que pueden referir a una intención de autenticidad son el uso de fotografías actuales, fotografías donde se pueda percibir la cara y el cuerpo de la persona, que ayuden a elaborar información sobre sus gustos, intereses y experiencias, que la información que comparta en su descripción sea verdadera y ayude a construir la imagen digital de la persona, así como una congruencia entre la manera de conversar a través del chat y su forma de comportarse cara a cara.

Aquí hay que tener cuidado y hacer algunas aclaraciones: 1) la autenticidad no implica necesariamente que se cumplan todas estas condiciones, pero ellas, en conjunto, ayudan a crear una imagen de un perfil auténtico si coinciden con el perfil presencial de la persona y 2) en muchos casos el self digital, esto es, el conjunto de elementos que ayudan a crear la representación de la persona a través de Tinder, puede no coincidir con la personalidad y manera de interactuar de la persona en una conversación cara a cara, pero no siempre va a implicar que sea un enmascaramiento o que haya actuado con base en mentiras, sino que la mediación puede provocar comportamientos distintos que puedan diferir de aquellos que son presenciales por sentirse más cómodo o incómodo al actuar a través del chat del teléfono.

En algunos casos, esto puede invisibilizar la timidez, mientras que otras personas pueden sentirse limitadas o incómodas interactuando a través de un chat; ambos escenarios generan una representación de la persona que puede no coincidir con la imagen que se habían hecho a través del self digital, pero no por ello no está siendo auténtica.

Ése es el truco y la dificultad de poder captar lo auténtico. Se trata de algo muy subjetivo ya que una persona suele comportarse de manera distinta en diferentes escenarios y situaciones sociales y no es porque lo haga con una intención de mentir o de no ser ella misma. Por ello, se reitera que en este apartado por autenticidad se va a referir a aquellas situaciones en las que la representación del self digital coincide en lo general con la impresión de la persona física y presencial, tanto en la apariencia física como en la información personal, aunque no necesariamente en la construcción de la imagen de su personalidad a través de la conversación, algo que tiende a ser más subjetivo.

La autenticidad puede estar relacionada con dos motivos de uso de Tinder principalmente:

- a) Reconocimiento: La satisfacción de saber que una persona se siente atraída por uno mismo es evidentemente mayor cuando el perfil por el que sintieron atracción es genuino. Por este motivo, a quienes les interesa este reconocimiento, pueden desear que su apariencia en las fotografías sea similar a la que tienen en la actualidad, incluso si no desean trascender en la interacción con la otra persona fuera del espacio digital.
- b) Buscan una pareja formal: Es el motivo que justifica con mayor frecuencia el intento de autenticidad del self digital debido a que cuando utilizan Tinder con la intención de encontrar una pareja, aun a pesar de que tengan dudas sobre si esto es posible, suele ser suficiente para que sus acciones estén orientadas hacia presentarse como son frente a la posibilidad de tener un encuentro presencial donde se confronte la imagen digital con el encuentro cara a cara. En relaciones para largo plazo, evidentemente, será deseable que las dos personas sean lo más parecido posible a quienes dijeron ser en el chat.

Los resultados del primer cuestionario ayudan a tener una mejor impresión del rol de la autenticidad en la creación de los perfiles.

	Rara vez	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre	No aplica <sup>97</sup>
Fotos actuales	2.7%	7.3%	32.3%	57.8%	0%
Fotos reflejan intereses	12.1%	13.7%	32.2%	36.2%	5.9%
Fotos reflejan apariencia	1.1%	3.8%	20.9%	73.4%	0.8%
Descripción refleja personalidad	4.3%	6.2%	17%	53.1%	19.4%
Descripción: motivo de uso	17.8%	14%	16.2%	24%	28%
Descripción: info. verdadera	0.8%	2.4%	6.2%	87.6%	3%

Tabla 38. *General de fotos de perfil de Tinder.*

<sup>97</sup> “No aplica” se refiere a que los usuarios que respondieron consideraban que no tenían ninguna foto o descripción, según sea el caso, que se refiera a la pregunta que respondían.

Los resultados reflejan que en general los usuarios que participaron en la investigación dicen que suelen crear perfiles congruentes tanto con su apariencia como con su identidad y personalidad. El 87.6% indicó que la información que muestran siempre es verdadera, un porcentaje muy significativo y que también puede estar propiciado por las medidas de seguridad de Tinder al actuar, de preferencia, a través de Facebook. Para Yanin, que buscaba pareja en Tinder, la autenticidad era muy importante:

O sea, sí me quiero mostrar realmente como soy yo porque algo super importante es que yo sí estoy buscando un novio formal, no estoy buscando así como una pareja sexual, casual. Entonces trato de que mis fotos reflejen la persona que soy (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

En este caso, para Yanin es importante que sepan quién y cómo es ella porque sabe que puede conocer a su pareja a través de Tinder.

Podría hacerlo porque es parte de mi trabajo, pero en todo lo que se refiere a mí prefiero ser auténtico con todas mis virtudes y defectos. No va conmigo aparentar algo que no soy y, de hecho, suelo decir no a las chicas cuyos perfiles parecen demasiado artificiales (Alan, 22 años, CDMX, online).

En el caso de Alan, si bien su motivación por mostrarse auténtico no estriba en la posibilidad de encontrar pareja, la autenticidad es un elemento importante al evaluar a las otras personas.

En palabras de Jessica Carbino, “las investigaciones revelan que cuando la gente está evaluando las fotografías de otros, están buscando compatibilidad no sólo en un plano físico, sino también en uno social. Están intentando entender si tienen algo en común con la otra persona [traducido al español] (Bilton, 2014).

Todos los elementos que tiene un perfil se vuelven más importantes cuando el contacto con la persona es mediado porque no se puede constatar que sean realidad, pero, al ser la única información disponible, se construye una imagen de la persona con base en lo que da a conocer, sea con una intención de transparencia o performativa y de enmascaramiento.

## Performance y enmascaramiento

El performance se refiere a actuar de una manera dirigida hacia algún fin o público específico y, por ello, está presente en todo tipo de interacciones, no sólo en las que pretenden tergiversar una impresión. Para Goffman, “una ‘actuación’ [performance] puede definirse como la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes” (2001), esto es, debe de estar situada en un contexto social específico. En algunos casos, las acciones pueden estar más controladas e intencionalmente dirigidas hacia generar diferentes reacciones y percepciones, algunas de ellas que difieren de como la persona suele comportarse generalmente.

En este caso, se considera el enmascaramiento como un performance dirigido hacia crear impresiones específicas en las personas y que no son congruentes con su apariencia o comportamiento fuera del entorno digital. Las máscaras pueden ser muy diversas y tener una intensidad diferente en su aplicación: 1) crear un perfil falso ocupando la imagen de otra persona considerada atractiva o que ya posea de cierta fama con la intención de generar interés, 2) utilizar fotografías antiguas de la persona en las que considera que su apariencia era más atractiva y/o más joven, 3) a través de las fotografías y de la descripción, generar una impresión de un nivel socioeconómico particular recurriendo a elementos que no son propios, 4) modificar datos personales como los estudios, la especialidad, el trabajo o cualquier experiencia de su vida para crear un personaje que crea que las otras personas considerarán atractivo.

Todos estos elementos, entre otros, tienen en común mentir o exagerar elementos de su perfil con la intención de generar un interés. Es muy importante reconocer el valor de todos ellos debido a que refieren a una representación social de Tinder y de los otros usuarios, a expectativas de cómo son las otras personas y de lo que considera socialmente deseable.

A pesar de que éste es el motivo más común cuando no se es auténtico, no es el único y de ninguna manera implica que si alguien busca una relación sexual eso signifique que su información sea falsa o que actúe mediante engaños. De hecho, la anécdota que comparte Ivette indica que puede haber un punto medio, que hay personas que crean perfiles falsos para llamar la atención y luego, con sinceridad, afirmar que no son quienes dicen ser pero que desean un encuentro exclusivamente sexual, aunque eso implica riesgos importantes.



Otros me pusieron que cuánto cobraba por estar con ellos. Me dijo “no son mis fotos porque sé que nadie me daría like, pero si quieres, ahí está el dinero”. Y yo así de “qué feo”. Imagínate que tú vas y te secuestra... Yo pienso muchas de esas cosas. [...] O sea, cuatro que sí me decían que eran ellos y dos que me dijeron que no eran ellos, pero que sí podían pagar. Hasta me ponían en qué hotel y cosas así (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Existen muchos tipos de *máscaras*: aquellas que aumentan el atractivo como puede ser desde un filtro en la fotografía hasta un ángulo favorable al momento de tomarla, como también puede ser no mostrar la cara o, simplemente, utilizar la apariencia de otra persona. El anonimato puede cobrar muchas formas y tener diversos usos, lo que le permite ser herramienta que permita actuar a las personas como quizás no lo harían si fueran reconocidas. Esto puede ayudar a que una persona con timidez se pueda comunicar con mayor confianza, pero también que las intenciones de hacer daño o de abusar de otras personas se lleven a cabo con mayor facilidad.

Es difícil saber con qué frecuencia y de qué manera se utilizan máscaras, sobre todo porque también pueden ser subjetivas y, en ocasiones, inconscientes, pero en el cuestionario se preguntó si las personas que han tenido citas presenciales con otros usuarios de Tinder han percibido diferencias en la persona que conocen: entre su self digital, esto es, sus fotografías, su descripción, su información personal y la imagen que construyó tras interactuar en chat, contra su imagen presencial, el primer encuentro que tuvieron en el que constataron esa representación que se habían hecho. Para ello, se preguntó si consideró que la apariencia, la percepción de la personalidad y la información personal eran congruentes con lo que constató en su cita presencial.

	Sí, era como imaginaba	No era como imaginaba
<b>Apariencia</b>	73.75%	26.25%
<b>Personalidad</b>	63%	37%
<b>Información personal</b>	90.66%	9.33%

Tabla 39. *Autenticidad*

Esta tabla refleja la percepción de autenticidad de los usuarios de Tinder a los que han conocido en persona. No significa que el 9 de cada 10 muestren información verdadera o que la apariencia de 7 de cada 10 coincida con la de las fotografías que usan en Tinder, sino que son un reflejo de

las tendencias de la experiencia de los usuarios que participaron. Es muy valioso porque son estas experiencias las que influyen en la percepción que se tiene sobre Tinder: si las personas tienden a mentir, si se sienten defraudados con la aplicación o con los usuarios, se aumenta la estigmatización de Tinder y se termina por abandonar la aplicación, pero si la experiencia es positiva, se comparte con amigos y personas cercanas y cada vez más, poco a poco, disminuye este estigma y son más las personas que utilizan este recurso para conocer gente.

En este caso, en primer lugar, la información personal fue casi siempre verídica, algo que quizás tenga que ver con el acceso a Tinder desde Facebook, así como la posibilidad para los usuarios de denunciar perfiles y la supervisión que hace el propio Tinder para bloquear perfiles considerados como spam, con contenido inapropiado o falsos. En segundo lugar, si se analiza la percepción de autenticidad de la apariencia, el porcentaje disminuye a 73.75%: esto se debe a que en algunos casos utilizan fotografías antiguas, tomadas a distancia, lo que no permite ver bien a la persona, evitando que se vea el cuerpo completo, con filtros y edición para aparecer tentativamente más atractivos, desde una posición que favorezca a la persona o, en otros casos, no mostrarse en la fotografía o incluso utilizar la de otra persona. Por supuesto que es muy común que haya una intención por verse más atractivo en una fotografía y no es algo exclusivo para Tinder, pero como esta aplicación consiste en atraer a otras personas, esta característica evidentemente adquiere mayor valor.

Finalmente, en tercer lugar, la percepción de autenticidad de la personalidad es la que obtuvo un porcentaje menor, 63%, lo que puede deberse a diversos factores: a) la persona hizo un performance de sí misma a través de Tinder y de la conversación a partir de las interacciones en el chat que no se sostuvo cuando se conocieron cara a cara, b) a pesar de que nunca mintió, la persona no era como la imaginaba por las diferencias del medio en el que conversaban: la mediación del chat contra la inmediatez y espontaneidad de la interacción presencial. Estas diferencias pueden situarse en cualquiera de las dos partes que se relacionan: i) en el usuario que las percibe, porque hizo un ejercicio de imaginación para crear una representación imaginaria de la otra persona a partir de la información que tenía disponible, esto es, las fotografías, la descripción, información adicional de redes sociodigitales que haya encontrado y la conversación que hayan tenido y ii) en el otro usuario, porque su comportamiento es diferente cuando se

comunica detrás de la interfaz, sea de Tinder o de WhatsApp, sea de la computadora o del teléfono, del que tiene cara a cara, que es inmediato y espontáneo<sup>98</sup>.

Ana descubrió lo fácil que es hacer un performance cuando la otra persona no tiene ninguna relación ni información para verificar la identidad. En este caso, ella y su amiga quedaron en diferentes momentos con un usuario de Tinder y a ambas les contó una historia diferente sobre quién era y qué hacía.

Había una persona con la que hablábamos y a cada una nos dijo otra cosa. A mí me dijo que trabajaba en un banco y a ella que era meteorólogo. Super raro. Las dos lo conocimos. Un día ella me dijo “voy a quedar con este chico” y ella quedó. Le dijo lo del meteorólogo, no sé qué. Y al cabo de mucho tiempo, me apareció a mí y quedé (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Éste es un ejemplo muy claro de lo virtual, del self digital: la persona, por las características particulares de un medio digital y en este caso de Tinder, tiene facilidad para recrearse tanto en apariencia como en su *persona*, en su self, en su historia de vida y comportamiento. Puede ser una segunda vida o una vida paralela, puede ser quien quiera ser o puede mostrarse transparentemente libre de prejuicios sociales. Es tarea de su interlocutor crear estrategias para cotejar con quién está conversando, así como la otra persona probablemente también lo hará. Parte de la naturaleza de una relación virtual, aunque no exclusiva de estos espacios: también se puede mentir en situaciones presenciales y también se puede recrear uno mismo, pero a través de los medios digitales es más sencillo.

La autenticidad o el performance dirigido son dos caminos que se pueden tomar acerca de la creación del perfil de Tinder. Como se ha dicho, se va adaptando a las interacciones que se mantengan con cada usuario y a la identificación de los intereses propios y de los otros usuarios. Por ello, conocer cuáles son los motivos de uso de Tinder ayuda a comprender cómo está estructurado cada perfil y el significado que pueden tener las características de las fotografías, descripción y demás elementos que lo conformen. Todos ellos, en conjunto, constituyen el self digital del usuario que va creciendo y se va adaptando a partir de las experiencias que tenga en

---

<sup>98</sup> En el apartado final de este capítulo se analiza con mayor detalle cómo es el proceso de transición de Tinder al encuentro presencial a través de la experiencia que tuvieron quienes participaron en los cuestionarios y en las entrevistas.

relación con la aplicación y con los otros usuarios. El uso de Tinder implica un aprendizaje constante, algunas veces inconsciente, que permite una apropiación cada vez mayor de la aplicación hasta que se hace un uso cada vez más natural de la misma.

#### **4.2.2 El uso de Tinder: prácticas y significados**

Cuando se habla de prácticas y significados, se refiere a construcciones subjetivas, pero no por ello no se pueden encontrar tendencias comunes sobre la experiencia compartida. Hay que tener presente que algo que caracteriza Tinder, tanto en lo bueno como en lo malo, es la influencia de la opinión de las otras personas sobre la aplicación: desde quienes tienen una representación negativa, peligrosa o que lo consideran como último recurso, hasta quienes han conocido al amor de su vida, a una amistad con la que saben que siempre podrán contar y, ambos casos, lo comparten con sus conocidos. Así, estas representaciones crecen, se extienden y se mezclan con otros significados, y también, por supuesto, chocan cuando son opuestas. Pero lo importante aquí es que se trata de una construcción social y que Tinder poco a poco ha ganado una mayor presencia en las conversaciones cotidianas y en espacios mediatizados.

El caso de Raúl ayuda a entender el rol que pueden tener los medios sobre el uso de Tinder y la influencia en las otras personas. La experiencia de Raúl en las aplicaciones móviles para citas comenzó con Grindr, que fue creada en 2009, y a pesar de que supo de la existencia de Tinder desde sus primeros años, todavía no lo utilizaba porque creía que era exclusivamente para heterosexuales, algo comprensible porque ése era el público objetivo al que se dirigía originalmente la aplicación. Fue tiempo después a través de una serie de televisión que cambió su opinión al respecto:

Cuando empecé a ver que hacían alusión en las series a Tinder, busqué la aplicación, pero en los screenshots previos se hacía alusión a que era heterosexual, entonces ¿para qué lo bajo? Pasó el tiempo y, en una serie, no me acuerdo cuál, un personaje gay hizo mención de que había encontrado a alguien en Tinder (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Hay muchas maneras de conocer Tinder y motivos para descargarlo, pero claramente una de las mayores influencias para tomar esta decisión es ver que otras personas lo utilizan con éxito.

Nadie quiere usar algo que no funciona, jugar en un equipo que va a descender o ver una película que ha recibido muy malas críticas. Esta influencia puede venir desde personajes ficticios de películas y series de televisión, como el caso que destaca Raúl, así como también de parte de amigos, personas que tienen un valor importante para la persona en cuestión y cuya opinión e influencia, por ello, puede ser todavía más significativa. Por ello, es necesario comprender qué rol desempeñan en la experiencia de Tinder de un usuario.

Es importante tener todo esto en consideración para comprender el uso que se hace de Tinder como una práctica que permite visualizar el self digital en la relación real o imaginada con las otras personas, esto es, real cuando se inicia una conversación mediante el chat e imaginada cuando se refiere al proceso previo, antes del match, a analizar las fotografías y la información de la persona para decidir de qué manera interactuar con ella y si es que se quiere o no iniciar el intento de conversación. Todo esto está situado dentro de una representación social con muchos contrastes, como se menciona brevemente en el párrafo anterior y como se describe con mayor detalle en el capítulo 5 (Ver p. 462). Para poder analizar el self digital, se tiene que observar la práctica de Tinder, es decir, la interacción entre los usuarios, lo que se hará a partir de la asignación de likes y super likes y las estrategias de conversación y de filtro para conocer personas con las que se tenga un interés común.

#### **4.2.2.1 Primeros días en Tinder: el rol de los amigos**

Los primeros momentos en Tinder pueden reflejar más lo que se ha escuchado de la experiencia de otros y comentarios generales sobre la aplicación, que el propio uso que hace la persona. A pesar de que se creó en septiembre de 2012, no fue sino hasta 2014 que su uso se extendió y se hizo más habitual.

Una de las tendencias que se observaron en las entrevistas fue que la mayoría conoció Tinder a través de amigos. Y no sólo eso: su rol no se limitó a *introducirlos* a Tinder, sino que en la mayoría de los casos su presencia fue significativa en el uso de la aplicación, al observar y analizar los otros perfiles, al compartir experiencias con sus matches y al momento de quedar con la otra persona para una cita presencial.

Karen sabía de la existencia de Tinder gracias a sus amigos, pero no lo utilizaba: “Por unos amigos que estaban jugando con la aplicación. A mí me sorprendió verlo, pero no entendía la dinámica. Y así la conocí, sabía que existía y no la usé hasta hace como tres años” (Karen, 31 años, CDMX). En el caso de Sonia, sus amigas también lo utilizaban, pero nunca habían conocido a alguien: “Fue hasta que yo terminé [una relación] que fue de ‘bueno, igual y estaría bien usar Tinder’, porque yo escuchaba, pero según la experiencia de ellas nunca habían salido con nadie de Tinder, pero sabía que era la opción para conocer a gente nueva” (Sonia, 26 años, CDMX, presencial). Fue hasta que terminó su relación que comenzó a utilizarlo, pero esto ocurrió porque ya se había creado una representación positiva de Tinder como un medio para conocer personas a través de sus amigas. En el caso de Alex, también fue una amiga la que le comenzó a contar sobre sus experiencias con la aplicación, pero además él ya estaba familiarizado con el funcionamiento de las aplicaciones para citas por lo que su adaptación fue más sencilla.

Supongo que ya había escuchado de ella en una revista o entre amigos, pero como tal empecé a prestarle más atención a Tinder a partir de una amiga mía, que en ese entonces no era una amiga sino compañera de trabajo que después se hizo mi amiga. Ella empezó a contarme de que tenía muchos amigos, así los llamaba ella. Fue muy curioso la primera vez que me contó sobre Tinder, me dijo: “yo no tengo novios, tengo amigos y los conozco a través de Tinder”. Entonces empecé a prestarle atención a Tinder, aunque desde años antes ya había escuchado de otras aplicaciones y había usado otras aplicaciones para conocer gente, pero bueno, por eso no me pareció tan extraño familiarizarme con Tinder (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

La precisión que hace la amiga de Alex sobre las personas que conoce es importante. Hacer una aclaración de que no son novios, sino amigos, puede referir a un tabú sobre las relaciones que se generan a través de Tinder, pero también a una mayor libertad para conocer personas sin que ello implique que tengan un compromiso mutuo.

Las amigas también pueden ser una ayuda importante para crear un perfil atractivo como es en el caso de Gramenauer.

Es importante salir solo (sin más gente) en las fotos para que no me confundan. Es importante salir de cuerpo entero en alguna foto para que no se sospeche que soy gordo o muy bajito o algo así. Suena muy superficial y discriminatorio pero es así. Al final, las personas que no tienen fotos de cuerpo entero es porque no tienen un cuerpo "bonito" y lo esconden. La importancia de salir

sonriendo estriba en que transmite confianza, alegría, buen rollo... Nadie quiere salir con personas que transmitan tristeza, aburrimiento o agresividad. Sí, los cambios fueron por consejo de mis amigas. [Con sus amigos] queremos ver el perfil de los demás, en tono jocoso, para burlarnos unos de otros. Pero lo mejor para construirlo es la opinión femenina. El consejo de nuestras amigas para elegir (incluso retocar) las fotos es muy apreciado y generalmente mejoran nuestros resultados (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Como Gramenauer, Rick, quien también desea conocer mujeres en Tinder, aprecia la opinión femenina. Aun así, a pesar de que acepta consejos, al final sabe que las decisiones que tome tienen que ser suyas, que reflejen quién es él.

Sí, con mi compañero de piso he hablado algo del perfil y tal, pero bueno, algún amigo también me ha dado un consejo. Pero yo realmente de quien me fío es de alguna amiga. Yo lo que he hecho ha sido con alguna amiga de confianza que tengo, le he enseñado mi perfil y le digo “¿qué te parece? ¿Debo eliminar alguna foto?” He tomado más consejo de chicas que de compañeros. A mí lo que me diga mi compañero de piso, tenemos personalidad distinta; lo escucho, pero cada uno, yo tengo mi estilo y soy fiel a mi estilo (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

La influencia de los amigos es importante porque son opiniones que se valoran y porque permite hacerse una idea del potencial, bueno o malo, que puede tener Tinder. Ése es el caso de Sonia, que fue a través de sus amigos quienes le asesoraron cómo crear su perfil.

En ese entonces yo estaba estudiando la maestría y le dije a un amigo ‘voy a descargar Tinder a ver qué onda’. Entre los dos armamos el perfil, me ayudó a elegir fotos, en cuáles me veo bien... (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Y, además, al jugar con las cuentas de sus amigas, ella pudo anticipar cómo funciona Tinder y le ayudó a visualizar cómo desearía que fuera su perfil y las personas con las cuales podría interactuar.

Algo que me ayudó a familiarizarme fue el uso de mis amigas. Ellas como lo usaban, yo a veces agarraba su celular y ahí estaba, ¿no? Como jugando [risas] y a veces escribía mensajes. Y luego ellas agarraban mi celular y escribían mensajes. Entonces eso ayudó (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

En el caso de Yanin, lo valioso fue saber de casos de éxito relativamente cercanos a ella. No es lo mismo leerlo en un sitio Web, en una revista o escucharlo en una serie de televisión, que saber del caso de un amigo o conocido.

En mi trabajo había dos amigos que lo usaban, entonces me contaban de sus experiencias, que era muy divertido usarlo como un catálogo de posibles parejas, pero todavía ellos no habían tenido ninguna cita. Pero ellos tenían a su vez amigos que sí habían tenido citas y les había ido muy bien, incluso uno de ellos tuvo una relación muy larga y se casó con el chico de Tinder (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

En el caso de Alex, considerar pedir consejo a amigos acerca de elegir qué persona le interesa es una incongruencia:

Es más personal. Puede ser un poco loser. Es como decirle a alguien “wey, ¿qué ropa me pongo para mi primera cita?” (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Por otra parte, los amigos pueden transformar el uso de Tinder en una experiencia social y compartida que adquiere nuevos significados. En este caso, por lo menos mientras se está con ellos, el motivo de uso puede pasar a ser mero entretenimiento, jugar a juzgar otros perfiles y pensar qué escribir en la conversación con ellos, esto es, al no ser una relación entre sólo dos personas, adquiere una percepción de juego, como mencionan Fabián y Gramenauer.

Es divertido porque entre grupos de amigos ahí estábamos viendo. Dio la casualidad de que de pronto ya estábamos todos hablando de Tinder porque teníamos la aplicación. Y estábamos viendo y nos enseñábamos “mira, éste me dio match” y era divertido en este sentido porque era como de “mira, éste está feo”, “no, está guapo” (Fabián, 24 años, CDMX).

Es una experiencia que se comparte de forma excitante. La cantidad de mujeres atractivas que están disponibles resulta apetecible a todos los amigos del grupo, incluidos los que tienen pareja (quizás incluso más para ellos). También llama la atención a las amigas del grupo, que rápidamente se acercan a ver las chicas que hay, si bien ellas las analizan con muchísimo más detalle y son mucho más exigentes (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).



El uso de Tinder pierde seriedad por la ludificación que se hace de la relación con los otros, algo que suele ocurrir porque se despersonalizan a los usuarios, como se entiende con la analogía con el mercado.

La presencia de los amigos también es importante en muchos casos en que van a tener una cita, un encuentro presencial, sobre todo si es la primera. En algunos casos, como estrategia de seguridad se le avisa a un amigo o persona cercana para que sepan con quién se va a tener una cita, información de la persona, del lugar y hora del encuentro, como el caso de Fabián e Ivette.

Sí, lo que hacía con un amigo es que nos mandábamos la ubicación (24 años, CDMX, presencial).  
Siempre les digo a mis amigos y les mando la ubicación (28 años, CDMX, presencial).

Pero estas estrategias también pueden ir más allá: que el amigo o amiga vaya al restaurante, parque o cualquier sitio donde hayan acordado el primer encuentro de manera discreta, pasando como desconocido, pero asegurándose de que todo vaya bien (Ver p. 408).

En los primeros días en Tinder es normal sentirse nerviosos al encontrarse frente a un auditorio desconocido de personas porque, para empezar, todas son potencialmente conocibles, reales, y además se sabe de antemano que van a juzgar a la persona, así como el propio usuario sabe que al entrar a Tinder va a juzgar a los demás. Por ello, se trata de un escenario en el que se expone una persona como usuario, su self digital, pero también como persona, como el personaje de la persona porque se trata de una representación selecta, reflexionada, performativa de quién es y, sobre todo, de cómo desea ser visto.

En la mayoría de los casos, los entrevistados llegaron a Tinder a través de amigos que ya utilizaban la aplicación o alguna similar.

Había escuchado hablar de esta red social durante un tiempo cuando empecé la carrera, hace cinco años, que es cuando comenzó a hacerse popular en España. Yo era un poco reacio a descargármela porque era mucho más tímido y escéptico respecto a estas plataformas de conocer gente. Dos años después acabé descargándomela con unas amigas "por probar" y vi que no era nada de otro mundo, así que comencé a usarla (David, 22 años, Madrid, online).

Mi primer contacto en TINDER fue hace aproximadamente 2 años, una compañera del trabajo me platicó que estaba conociendo a un chico y que iba a tener una cita con él, al preguntarle yo

de cómo lo había conocido me comentó que fue por TINDER; al principio (honestamente) no sabía de lo que me hablaba, así que ella se encargó de darme detalle de la aplicación y cómo funcionaba, bastante sencillo a mi parecer y al mismo tiempo muy emocionante pues prácticamente era un catálogo digital de personas en donde, como producto en venta, puedes seleccionar lo que gusta de ti. Hasta entonces mi cabeza sólo me dio a entender que era un app muy “exclusiva del mundo hetero” por lo que el contacto sólo fue por medio de mi amiga y con ligues exclusivos para ella. Después de 1 año y medio aproximadamente conocí a un chico en la calle y después de diversas salidas comenzamos a tener mucha confianza entre nosotros al grado de soltarme su celular (sin contraseña) para utilizarlo, una de tantas veces vi que tenía instalado TINDER y en ese momento pregunté ¿por qué? A lo que su respuesta fue: “Me gusta, ahí conocí a mi exnovio” y justo en ese momento supe que la App también incluía un mundo Gay (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Recuerdo que un amigo, que le dejó su novia, que llevaban 6 años, cuando pasó eso él trató de ver otras formas de conocer gente y empezó a utilizar Tinder. Me la enseñó y yo en ese momento tenía novia y me traía curiosidad, pero como tenía novia, pues no. Cuando yo también me quedé soltero, pues entonces fue cuando esa curiosidad, pude abrirlo. Por recomendación de un amigo (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En otros casos, como el de Yolanda y Alan, el ingreso a Tinder fue una experiencia compartida e inició como un juego.

Conocí Tinder por una amiga de mi grupo de la universidad. Ella estaba buscando nuevas amigas y entre los dos escogíamos las que nos parecían atractivas o buena onda. Después descargué la aplicación (Alan, 22 años, CDMX, online).

Suena típico, pero es porque perdí una apuesta [risa]. Era porque estaba hablando con una amiga y tal, y pues lo típico, que estás hablando que no me como un trastón y no sé qué. Eso fue en octubre. Dijimos “vale, si cuando terminemos el año no nos hemos liado con nadie, ni hemos encontrado a nadie y tal, nos abrimos Tinder” y claro, lo típico, que después de navidades quedas y mi amiga dijo “aquí no ha habido suerte”. Y fue super divertido al principio porque claro, era super nuevo y de repente tenías matches y cosas así. Pero sí, fue por eso, por una apuesta perdida (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Ingresar a Tinder como un juego y con amigos es común y facilita ese primer paso para crear una cuenta. Asimismo, lo que inicia como un juego, después se va individualizando conforme cada quien, por separado, hace un uso específico de la aplicación. Pero lo más difícil ya ocurrió, ya se crearon las cuentas.

En los primeros días es común ser medurado en los likes que se asignan y muy analítico de cada uno de los elementos del perfil de la otra persona. Las emociones que se generan adquieren un sentido mayor porque se trata de una experiencia nueva.

Fui muy selectivo en mis primeros días. No tuve muchos matches. ¿Qué sensación generó utilizarla? Excitación, euforia (cuando tenía match) y obsesión. También bastante frustración y decepción (cuando pasaban temporadas sin tener éxito) (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Rick pasó por una situación similar. Sólo la experiencia, tanto mala como buena, fue la que poco a poco normalizó el uso de Tinder, se fueron moderando las expectativas y generando nuevas estrategias.

[...] como al principio te frustras un poco porque algunos no te hablan y como es difícil quedar en persona, al principio son como aprendizajes y hasta que coges un poco de cómo se usa y un poco la experiencia de cómo hay que hacerlo hasta que tuve mi primera cita (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En cuanto comienzan a utilizar Tinder, las primeras impresiones son de que parece un gran catálogo de personas, todas mostrando sus mejores cualidades. Evidentemente, que es la intención de Tinder, la primera impresión es visual, ya que al abrir la aplicación antes que ver una descripción o información de la persona, se ve su foto principal.

Al inicio me sentí raro, porque había muchos hombres que me parecían guapos. Me emocionaba hacer *match* con ellos, pero solamente se quedaba en ello (André, 20 años, CDMX, online).

Al momento de evaluar este “catálogo” de personas, también saben que están dentro. Mientras que evalúan perfiles, se saben evaluados. Además, no es una red social como Facebook o Twitter donde puede o no recibir comentarios o likes sobre una publicación en particular, sino que en este caso lo que se evalúa es directamente a la persona, su self digital, y viceversa. Así como

puede ser emocionante recibir likes, también lo es enviárselo a la otra persona frente a la incertidumbre de saber si al momento de enviarlo hará match o no, esto es, que sea mutuo.

La sensación al principio era un poco de pánico, me costaba darle a like, como ya he dicho, por el miedo a no ser correspondida, y cuando salía un match era como "oh dios! que hago ahora? que vergüenza, ahora sabe que me gusta!" Todo muy ridículo jajaj (Irene, 29 años, Madrid, online).

Ana iba saliendo de una relación negativa. Estaba vulnerable y, como es normal, se sentía insegura y con poca autoestima. Poco menos de un mes después decidió probar Tinder y tuvo una impresión positiva inmediata. Los likes, que se convertían en matches, asimismo significaban una subida de autoestima y ella comenzaba a recuperar confianza al poder evidenciar que las otras personas tenían atracción por ella.

Como mi relación había acabado súper mal, mi autoestima estaba un poco dañada y entraba y todo el mundo te daba like y te decía lo maravillosa y perfecta que eres, pues qué alegría. [...] O sea, yo me sentí super motivada. Fue una subida de autoestima increíble (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

#### **4.2.2.2 Limitaciones del plan básico de Tinder**

En un principio, había muy pocas restricciones en el uso de Tinder. La característica más evidente era que se podían enviar likes ilimitados. Esto propició un uso indiscriminado de Tinder en el que se daba like a todos los perfiles y después, entre los matches que se habían hecho, se decidía cuáles le interesaban, mientras que a las otras personas no se les contestaba o se les retiraba la compatibilidad. Esto suele ocurrir con mucha mayor frecuencia en los hombres (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016). Si bien en la actualidad es una tendencia que todavía continúa, ha disminuido considerablemente porque Tinder impuso un límite de likes por día y una vez que se acaban, el usuario tiene que esperar 12 horas para continuar utilizándolos.

Desde que introdujimos esta medida hace tan solo 10 días, hemos visto un aumento del 25 % en la cantidad de coincidencias por cada desplazamiento a la derecha, un 25 % de aumento en

la cantidad de mensajes por coincidencia y un 52 % de disminución en los “spam bots” (otra de nuestras quejas más comunes entre nuestros usuarios) (Tinder, 2015).

En ningún momento se especifica cuántos likes tiene disponibles un usuario, pero suelen ser en promedio 100. No obstante, de acuerdo con diversas pruebas realizadas con perfiles de Tinder para la investigación –en donde se cambiaba la edad y el género<sup>99</sup>– y de acuerdo con comentarios que hacen usuarios de Tinder en foros de discusión sobre el tema<sup>100</sup>, pareciera que el límite de los likes es producto de la actividad del usuario que identifica Tinder a través de sus algoritmos: si se suele hacer un uso indiscriminado y siempre se da like a cualquier perfil que aparezca, se restringe cada vez más la disponibilidad de likes con el fin de mejorar su servicio, la posibilidad de encontrar pareja y de eliminar los *spam bots*.

La diferencia en la disponibilidad de likes y super likes es significativa: los likes, al ser tantos, pueden ser utilizados con mayor libertad y poca reflexión, mientras que los super likes, al ser sólo 1, adquieren connotaciones distintas porque, en el imaginario, significa que se tiene un interés mucho mayor respecto a esa persona como para decidir darle el único que tiene disponible en ese momento.

#### 4.2.2.3 Usos y significados del like y del super like

La característica más valiosa de Tinder es la sencillez de su uso: con tan solo un desliz hacia la derecha, o enviar un like, se indica atracción por una persona, mientras que un desliz hacia la izquierda significa que no hay atracción y no volverá a aparecer. Este uso tan sencillo logra que cualquier persona pueda utilizar Tinder y permite llegar a un público muy amplio y diverso. Asimismo, su uso tan fácil es atractivo, en contraste con otras páginas o aplicaciones para citas que, con la intención de generar resultados muy específicos, llevan un proceso largo de preguntas

---

<sup>99</sup> Por lo menos de acuerdo con lo que se identificó, las mujeres tenían pocos más likes para dar en Tinder que los hombres, mientras que los usuarios más jóvenes tenían más likes que aquellos que son mayores de 30.

<sup>100</sup> Algunas de estas respuestas se pueden consultar en: <https://www.quora.com/What-is-the-Tinder-like-limit> y en [https://www.reddit.com/r/Tinder/comments/6agqpk/did\\_tinder\\_decrease\\_the\\_swipe\\_limit/](https://www.reddit.com/r/Tinder/comments/6agqpk/did_tinder_decrease_the_swipe_limit/), donde un usuario señala que: “*It feels like I ran out in about 30 right swipes, or I'm just going crazy. Anyone know what the swipe limit is?* [Se siente como si me quedara sin likes después de 30 deslices o me estoy volviendo loco. ¿Alguien sabe cuál es el límite de deslices?]”.

por los intereses de los usuarios, sus características y las de la persona ideal que podría interesarle, pero que muchas veces pueden terminar por aburrir o desgastar al usuario.

Uno de los principales aportes de Tinder fue el significado del *swipe right*, la representación que adquiere enviar un like en la aplicación. Se refiere al movimiento de deslizar el dedo hacia la derecha para indicar que hay interés por una persona y hacia la izquierda para descartarle definitivamente. Es un aporte importante porque simplifica el largo proceso de otras páginas para citas, pero también porque su lógica puede ser exportada a otro tipo de aplicaciones que deseen conocer el interés o desinterés de una persona respecto a algo o alguien. Asimismo, en primer lugar, es un reduccionismo del rechazo hacia otra persona que muchas veces puede ser difícil de hacer en una interacción cara a cara ya que ni siquiera hubo un primer contacto. En segundo lugar, así como facilita el rechazo, también ha simplificado significativamente el coqueteo y presenta una facilidad para que dos personas sepan que se atraen. En tercer lugar, la posibilidad de conocer a una persona se multiplica porque la aplicación filtra a todos los usuarios para presentar a aquellos que puedan ser de mayor interés dentro del rango de edad y distancia selectos.

Hay dos maneras de indicar el interés por la otra persona: a través del envío de likes y de super likes. Cuando una persona indica que le atrae otra, no pasa nada, pero si la otra persona también mostró un interés, entonces se hace match por haber un intercambio de likes. La única manera de iniciar un chat con alguien en Tinder es cuando ha ocurrido un match, esto es, cuando las dos partes se han mostrado interesadas. Pero se tiene que considerar que la otra persona no suele saber si ha recibido un like de parte del otro usuario, sino hasta que hicieron match.

El uso de los likes va cambiando con base en la experiencia. Por ejemplo, Yanin identificó un patrón, por lo menos en su caso, de que si le daba like a aquellos a quienes consideraba más atractivos, era mucho más probable que éstos estuvieran buscando exclusivamente una relación sexual, algo que no le interesaba a ella.

Antes le daba like a los que me gustaban físicamente, así de “ay, está guapo, le voy a dar like” pero nada más querían sexo (Yanin, 31 años, CDMX).

Por ello, André especifica que le emociona hacer matches, pero no tanto en relación con la cantidad, sino su calidad.

Sí, me emocionaba hacer *match* con alguien, pero eso no significa que quisiera hacer *match* con todos (André, 20 años, CDMX, online).

Al contrario, Gramenauer hace una referencia que es muy clara para entender uno de los usos más habituales de Tinder, por lo menos de los reportados en la población de hombres heterosexuales de Estados Unidos (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016): hace “metralleta”, dar likes sin fijarse a quiénes se los da y después revisar con quiénes se hizo match y elegir de ahí a quienes realmente le interesan.

Es muy habitual tener match con mujeres que no considero lo suficientemente atractivas. Tengo poca paciencia y con cierta frecuencia hago "metralletas", es decir, dar likes super rápido sin fijarme en ningún perfil. Luego filtro y hablo con las que me gustan (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Esta metralleta que describe es muy común y no sólo en Estados Unidos. Tal vez no sea exclusiva de hombres heterosexuales, pero sí es más común en hombres que en mujeres. En la investigación que se desarrolló se pudo evidenciar esto: por poner un ejemplo aproximado, de 50 likes enviados a 50 hombres heterosexuales en la primera etapa en la Ciudad de México, se podían hacer 45 matches, pero de ahí tan solo 5 o 10 revisaron el perfil, hicieron el like a conciencia y tenían un interés genuino por la investigación, mientras que los demás hicieron muy probablemente “metralleta” y al ver que no era lo que esperaban, quitaron la compatibilidad o denunciaron posteriormente.

El super like aparece como una alternativa al like, aunque muy restringida, para asegurarse de que la otra persona sepa que hay un interés por ella. No importa si la otra persona no envió like, ya que a pesar de eso sabrá que hay un interés hacia ella. Pero saber que hay interés no quiere decir que sea recíproco, así que esto no implica que se abra un canal de conversación. Para que se inicie el chat, es imprescindible que haya match y para que haya match, es imprescindible que las dos personas hayan intercambiado likes. Mientras que el super like es un aviso de interés, todavía es necesario que la otra persona regrese el like para hacer match, de lo contrario, quiere decir que a pesar del super like el interés no es mutuo.

De acuerdo con la publicidad de lanzamiento del super like de Tinder, este recurso incrementa tres veces la posibilidad de hacer match cuando es utilizado, así como las conversaciones que inician con una persona que envió un super like suelen ser más largas en un 70%.

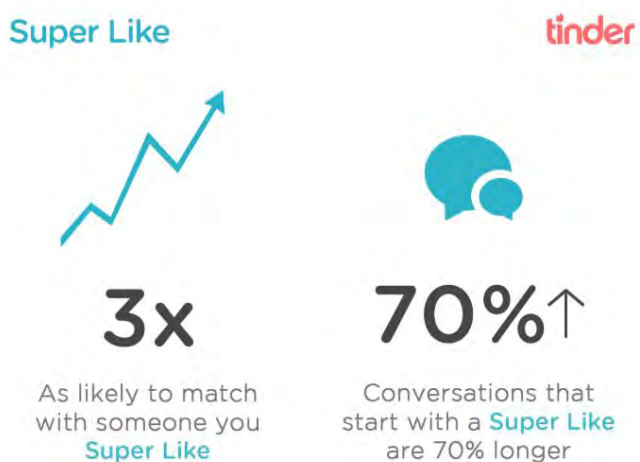


Figura 10. *Super Like*

Se preguntó por el uso de likes y super likes a quienes participaron en la investigación con la intención de identificar con qué frecuencia los utilizaban, cómo variaban por tratarse de likes o de super likes y las diferencias que podían ocurrir dependiendo de las características generales de los usuarios, así como poder conocer si el super like realmente tiene un uso tan importante y positivo como el que presupone Tinder.

	Likes				Super likes			
	Nunca	Poco	Regular	Casi siempre	Nunca	Poco	Regular	Casi siempre
Hombres	1.6%	27.7%	52.9%	17.8%	24.7%	63.2%	7.9%	4.2%
Mujeres	1%	53%	38%	8%	61%	37.5%	1.5%	0%

Tabla 40. *Likes y Super Likes*



Una de las diferencias más claras es que los hombres muestran una mayor tendencia a hacer uso de los likes y los super likes que las mujeres en todos los niveles.

- Las mujeres son más cuidadosas con sus likes. Tan solo el 8% indica utilizarlos casi siempre, mientras que el 17.8% de hombres lo hace.
- El 61% de las mujeres indica nunca utilizar el super like, una proporción muy alta, tanto así que el 98.5% poco o nunca los super likes en conjunto.
- En el caso de los hombres, poco más de la mitad indicaron usar con frecuencia los likes, mientras que el 63.2% utiliza pocas veces los super likes.

¿Por qué motivo se hace un uso tan distinto de Tinder entre hombres y mujeres?

### La emoción del super like

Independientemente de que sea like o super like, hombre o mujer, de la edad u orientación sexual que sea, en general suele crear una sensación positiva, como explica Mariana.

Cada vez que tenía un match o un superlike era una gran alegría y cuando te hablaba alguien le respondía al segundo porque tenía mucha curiosidad de ver como iba a ser (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Para Ivette, Karen, Sonia y Yanin, enviar un super like no es una opción. El super like no sólo significa “me interesas mucho, quiero conocerte” como hubiese querido que fuera interpretado Tinder, sino que parece tener una representación social con connotaciones negativas porque se interpreta como desesperación o sumisión, también puede leerse en relación con aquella idea original del concepto del amor romántico en el que pareciera que la mujer existe en relación con el hombre. Precisamente bajo esta premisa se puede entender que en los hombres no esté mal visto que conozcan a muchas mujeres, mientras que está socialmente tachado en el caso de ellas. Por supuesto, es necesaria la insistencia en tanto que éstas son afirmaciones acerca de las principales tendencias, pero que también hay excepciones.

Antes sí, pero en esta última versión de mí, no [risa]. [Significa] Es como “Wow, me encantas. Tengo que conocerte, tengo que hacer match contigo”. Una vez lo hice y la chava también me

dio like, pero al final vimos que esto no fluye. Creo que nadie, al menos en esta forma de conocerse, vale un super like (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Sin querer, nunca intencional. Siento que, yo sí soy un poco antigua, siento que una mujer nunca debe... aunque digas, “uy, qué guapo”, no. O sea, no. Como “me encantas, hazme caso”, nunca lo haría, aunque sienta que sí, nunca lo haría (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

No, nunca, se me hace muy loser. Como que da la impresión de que no conoces a alguien y le das una rosa. Como que no es agradable (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

No, nunca. Me daría pena dar un super like (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Tanto Karen como Yanin inician con un contundente “no, nunca”. Ivette también es insistente al respecto. Para Sonia, que en una primera fase de su uso de Tinder sí solía llegar a utilizarlos, ahora cree que nadie merece un super like. El significado que puede tener este recurso de Tinder tiende a ser mayoritariamente negativo.

Las connotaciones negativas del super like pueden influir en la percepción que se tendrá sobre la otra persona. Ese perfil puede ser visto a través del filtro de una representación social sobre quienes utilizan super likes.

Digo, “a ver”, es que la gente que da super likes son gente mal, o sea... [risa] No, en plan no mal, igual y estoy juzgándolos un poco sin conocerlos. Son gente con perfiles en plan que salen unas fotos muy raras o biografías como raras. La gente no suele dar super likes a no ser que hayas... [...] Es que no hay nadie que me guste tanto para dar super like (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

En el caso de Yolanda, que coincide con las opiniones recientemente expresadas, hay un elemento en juego que se debe de considerar: cuando se está en otra ciudad, o todavía más importante en otro país, siente mayor libertad de utilizar los super likes porque no se siente comprometida con las personas que puede encontrar o con quienes puedan llegar a encontrarla en Tinder.

Porque no hay nadie que me llame tanto la atención. Es que un super like me parece demasiado. También hay que tener en cuenta que, por ejemplo, en Bélgica me daba igual porque estaba de viaje, entonces no era algo como que me lo podía encontrar en Gran Vía o sabía que no iba a

poder quedar con él, entonces en Madrid me da mucho corte porque siempre hay conocidos. [...] Entonces, no sé, yo tengo asociado muchas veces que el super like suele ser de, esto suena muy mal, pero de gente fea o así, como muy... no... es que no sabría decirte. Siempre, a mí, si me llega una notificación de tienes un super like, no me alegro, sino que digo “ay, madre mía, a ver qué me toca”. Hay mucha gente rara. Entonces te toca ahí *foto pene* o cosas así de “¡no!, no quería esto” entonces como que he asociado super like a mal. Entonces yo tampoco lo doy por eso (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

André lo ha utilizado ocasionalmente, pero también lo identifica como relacionado con la desesperación, algo que influye en su uso de Tinder porque al momento de conocer a la persona, queda la sombra de que se envió un super like. Como tal, es un recurso más de Tinder, pero la representación social que se puede apreciar en estas opiniones, como este caso lo es en particular, es negativa orientada hacia la desesperación, aunque no sea en realidad así. No obstante, el hecho de pensar que pueda ser así puede tener un mayor peso que la propia realidad de las acciones.

Le he dado *súper like* a varias personas. Algunas veces jugando con mis amigas que buscan *matches* por mí y otras porque esa persona me parecía demasiado atractiva. Han coincidido algunas veces, creo lo dejé de hacer porque parece un acto desesperado, en mi opinión (André, 20 años, CDMX, online).

Para Alex, además, esta connotación negativa puede relacionarse con el aspecto de la persona si se interpreta el super like como una manera de llamar la atención debido a que de otra manera se cree que no podría haber match.

Tengo como un prejuicio sobre el super like, que es como el super urgido. La gente que me ha dado super like, al menos a mí, ha sido gente que digo “wey, sí se ve que es super urgido”. Esta parte de que yo también soy culero con la gente. Como de que es el gordo, el feo, de que obviamente que me da super like porque está super feo. Entonces yo trato de no dar super like porque a la mejor yo también me veo como el “soy super feo”, y a la mejor no es así, y seguramente no es así, pero hay mucho prejuicio en estas aplicaciones entre los demás como con uno mismo. Hay muchas inseguridades (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

“Hay muchas inseguridades”, afirma Alex, y no es el único que ha hecho esta observación. Estudios afirman que los usuarios de Tinder y de redes sociodigitales como Facebook tienen una autoestima baja y por eso utilizan determinadas aplicaciones. Esto es cierto, pero en realidad no

es algo exclusivo de algunos usuarios o tampoco está limitado a ciertas redes sociodigitales, sino que ocurre debido a que son espacios de sobreexposición de uno mismo, principalmente de la propia intimidad y cotidianeidad; en Tinder, además, se puede medir el atractivo propio en relación con las otras personas a través del éxito que una persona obtenga haciendo matches con otras personas o tras la ausencia de éstos, o por lo menos ésa sería la impresión que puede producir. Por ello, es normal que existan inseguridades al exponerse en estos espacios. Y no están provocadas por ellos, sino que ya existen, pero se hacen visibles y, en ocasiones, se magnifican por el alcance que tienen con un público mucho mayor.

En el caso de Mariana, un super like no necesariamente aumenta las posibilidades de éxito en el match que se hizo.

Respecto a los superlikes, si que ha cambiado me opinión sobre ellos, ya que la mayoría de veces que recibo uno son de chicos que no me suelen gustar por ello cada vez que recibo uno pienso: " Seguro que no me va a gustar" y el 99,9% estoy en lo cierto (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Algo que quizás se debe a que también comparte una mirada estigmatizada sobre el uso de este recurso.

Es muy raro que le de superlikes a nadie, he tenido mala suerte con ellos porque casi nunca he recibido una respuesta positiva y puede parecer un poco desesperado. Es algo que he hablado con otras personas y piensas igual que pareces desesperada por alguien cuando das superlikes (Mariana, 29 años, Madrid, online).

En el caso de Sofía y de Gramenauer, la estigmatización de los super likes puede ir acompañada con el hecho de que son personas que no les atraen, esto es, reforzando la idea de un recurso para llamar la atención que de otra manera no se obtiene.

No recibí apenas superlikes. Las mujeres que me los enviaron no me parecieron atractivas, lo que me generaba cierta desilusión, y con la experiencia mis expectativas iban bajando (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Los Superlikes de primeras hacen mucha ilusión, pero parece que están gafados: el 99% de las veces no me gustan NADA los chicos que me han dado Superlike! (Sofía, 26 años, Madrid, online).

De acuerdo con los resultados que revelan los cuestionarios, como por la experiencia compartida por los entrevistados, el super like es poco utilizado y tienden a considerar que está mal visto utilizarlo. No obstante, también se les preguntó qué es lo que sienten al momento de recibir uno y si éste influye en la percepción que tienen de la otra persona y en la posibilidad de hacer match con ella<sup>101</sup>.

Primero te da mucha curiosidad. Pues sí, se siente padre que alguien te dé un super like (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Como Yanin señala, es satisfactorio saber que una persona tiene mucho interés por uno mismo. Si bien hacer match puede ser emocionante, sobre todo en las primeras veces en que se utiliza Tinder, recibir un super like lo es en mayor medida porque muy rara vez es un error. Como sólo se tiene uno por día, se interpreta como un interés significativo o como una gran atracción, sensaciones que en general pueden ser positivas, pero que en la práctica son mucho más complejas:

[Se siente] como compromiso. Siento feo. Digo “ay...”. Y justo el señor éste que conocí, sólo respondí porque me dio super like. De otra manera jamás le hubiera dado like (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

En el caso de Ivette, ella devolvió el interés sólo porque era un super like. De hecho, ella considera que no hubiera habido un interés de su parte si no fuera por haber recibido el super like que llamó su atención, pero sobre todo, que hizo que se sintiera comprometida. En su entrevista, Ivette relata que precisamente esta fue una de las citas que no salieron bien en Tinder.

Sí y estaba muy loco. Era como que tenía un super puesto, también como de partidos políticos y todo eso. Si tú lo ves en la calle piensas “qué señor tan propio”, pero no, estaba super loco. Me persiguió por todos lados y me hizo un escándalo. La primera vez que salimos me compró así cosas, pero a mí no me gusta eso porque me hace sentir como si yo no pudiera. Sólo le di like porque él me dio super like. Por conversación parecía una persona super agradable, pero estaba

---

<sup>101</sup> Para hacer match, como se ha dicho, las dos personas tienen que intercambiar likes entre sí sin saber si la otra persona se los dio o no (por lo menos en la versión básica de Tinder). Pero si se utiliza un super like, la diferencia es que al momento de ver los perfiles de las otras personas, aparecerá acompañado de una estrella azul y el perfil de la persona aparecerá con un diseño distinto que indica que ese usuario ya le envió un super like, lo que significa con certeza que si le contesta con un like, se hará match y podrán comenzar a chatear.

super loco. Tenía como 50, pero hacía mucho ejercicio y por eso se veía más joven. Se ve que tenía buena posición porque tenía una buena familia (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Para Sonia, el super like no sólo puede sentirse bien, sino *super bien*.

Bien [Risas]. El chiste es que no se te suba. Estar con los pies en el suelo, la cabeza fría, saber qué tienes, quién eres, que tienes tus cosas buenas y tus cosas malas. Que yo no me valido por eso. Se siente bien, pero no deo que se me suba, creo (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Son muchos quienes reportan la satisfacción de recibir super likes, aunque también es poca la frecuencia con la que los reciben. Esto se debe, como se ha visto, a que existe una connotación negativa sobre su uso. Por ello, siempre que recibe un super like, llama la atención de Rick, aunque no por eso significó que propiciara un interés más allá de esa primera interacción.

Bueno, la verdad es que me genera mucho interés. No he recibido muchos, la verdad; a lo mejor he recibido 4 o 5, muy pocos. Y es verdad que me ha interesado porque he dicho “joer, esta chica me ha dado super likes” y sí que tendría un punto más sólo por eso. Pero bueno, particularmente las que me lo han dado, pues realmente no... sólo ha habido una persona que me dio super like y dije “ah, bueno” y empecé a hablar con ella y justo me apareció una persona de antes y tal y ya no quedé con ella. Pero sí que es verdad que te genera satisfacción. [...] Tengo la impresión de que a lo mejor ellas dan menos que nosotros, los chicos (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

La relación entre super like y autoestima se hace cada vez más evidente. Para Yolanda, por lo menos en los primeros días de uso de Tinder, esto fue una realidad.

Sí, al principio. A ver, yo no tengo una autoestima muy alta, entonces me sentía como, no agradecida, pero sí que era un “hala, eso has gastado, el super like que tenías siendo que yo sé que hay chicas muy monas y lo gastas conmigo” (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Aunque, tras un uso cada vez más frecuente de Tinder, el super like perdió su encanto. Las experiencias no fueron positivas y adquirió una connotación negativa similar a la que reportan otros usuarios, opacando la primera impresión de la emoción de recibir uno.

[...] con un super like me agobio, que parece como más... “ay, por favor”. Porque sobre todo eso, si tienes sólo uno al día y lo gastas conmigo... (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, mientras que Alex no niega que es satisfactorio recibir un super like, también reconoce que esa satisfacción puede ser proporcional o mayor al rechazarlo.

Así como tienes sientes una super satisfacción del super like, también tienes una super satisfacción si lo rechazas. Te eleva mucho más el ego. (Alex, 26 años, CDMX, presencial)

Independientemente de la manera en que sean interpretados, los super like generan visibilidad. Es el mejor recurso para asegurarse de que serán vistos, de que la persona que les atrae por lo menos tendrá certeza de que están interesados por ella y ya le corresponderá decidir cómo valorar este interés y si es recíproco.

Sí, varias veces. Se los he dado a los chicos que por su perfil me han gustado mucho mucho mucho mucho y he querido, digamos, no pasar desapercibida para ellos... El Superlike te resalta por encima de las otras personas y eso quizá te da más posibilidades de acabar haciendo match (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Y como indican los resultados, parece ser más común que lo utilicen los hombres antes que las mujeres. Como se ha visto, hay excepciones, pero sí existe una mayor tendencia de aprobación de parte de hombres, sobre todo heterosexuales. Ése es el caso de Gramenauer y Rick, que además ambos tienen la versión Premium de Tinder en la que los likes son ilimitados y los super likes aumentan de 1 a 5 por día.

El super like diario lo agotaba siempre y los 5 super likes diarios de cuando tuve cuenta premium también. Porque es una forma 100% segura e inmediata de que la chica a la que se lo envió lo reciba y me vea. Las mujeres son más exigentes. Invierten mucho más tiempo en ver cada perfil por lo que ven muchos menos perfiles. Mediante el superlike me aseguro de que vean el mío. Y también el superlike indica un interés extra o especial (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

La verdad es que lo uso frecuentemente. No sólo que me guste mucho, sino que a lo mejor me gusta y que vea que a lo mejor vea que puede tener posibilidad de hacer el match. Y he tenido un montón de citas con gente que yo le di super like. Pero quizás ahí yo no sea un caso representativo porque yo pago, o sea yo tengo Tinder Premium, entonces yo tengo 5 al día, entonces puedo dar 5 al día y cuando no tengo nada y estoy buscando, entonces doy los 5. Pero es verdad que a veces no encuentro a quién dárselos. Soy bastante selectivo y a veces me cuesta dar un like, así que dar un super like (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En general, el significado del super like fue compartido: reportaron como muy satisfactorio recibirlo, pero no desean ser quienes lo utilicen porque refiere a una representación negativa sobre el rol que están desempeñando en la interacción, asociado con desesperación o deseo hacia esa persona que no está justificado porque, para empezar, no la conocen más que por unas cuantas fotos y, quizás, una descripción. Pero es precisamente esta representación negativa la que genera una sensación positiva de ser quienes reciban el super like, de saber que la otra persona ha mostrado, en algunos casos y como parte de un imaginario, *desesperación* por hacer match y posiblemente conocerse.

#### **4.2.2.4 Diferencias en la experiencia de Tinder entre hombres y mujeres**

El estudio realizado por Tyson, Perta, Haddadi & Seto (2016) logró identificar diferentes comportamientos entre hombres y mujeres en Tinder, así como las estrategias de uso más comunes. Crearon diferentes perfiles tanto de hombres como de mujeres en donde variaban características y fotografías –algunos incluso eran sin fotos–, para poder reconocer de qué manera variaba su uso, por lo menos en Estados Unidos. La investigación se dirigió a usuarios heterosexuales porque fueron de quienes obtuvieron más resultados. Los hallazgos más significativos fueron que el comportamiento entre hombres y mujeres varía especialmente en la distribución de likes: los hombres dan like a casi todos los perfiles, aun si no se sienten atraídos, mientras que las mujeres son mucho más cuidadosas en este aspecto y suelen hacerlo generalmente con quienes les interesan. Esto se debe a que a partir de los resultados se estimó que el 63% de los likes de las mujeres son matches, mientras que para los hombres el porcentaje disminuye a 10% o menos. Estos resultados tan opuestos se manifiestan en uso muy diferente de Tinder: como los hombres anticipan que es muy poco probable hacer match, dan like a todas las usuarias, mientras que como las mujeres anticipan que con casi cualquier hombre harán match, son muy cuidadosas al momento de hacerlo.

Evidentemente esto refiere a un uso general de Tinder y a una población específica de Estados Unidos, pero son patrones que también se identificaron en esta investigación, tanto en la Ciudad de México como en España, lo que puede sugerir un comportamiento similar, por lo menos entre estas poblaciones. Por otra parte, es necesario indicar que también hay mujeres que dan



likes a todos los perfiles como hombres que son muy cuidadosos con su uso de Tinder, pero sí es importante reconocer las tendencias principales porque a partir de esta representación hegemónica del uso de Tinder se modifican los comportamientos y los reproducen como una realidad: ambos casos parten de conjeturas y, al hacerlo, están provocando los comportamientos que anticipaban.

	Likes		Super Likes	
	Nunca + Poco (*)	Regular + Casi Siempre (*)	Nunca + Poco (*)	Regular + Casi Siempre (*)
<b>Hombres heterosexuales</b>	23.7% (1.3+22.4)	76.3% (50+26.3)	77.4% (14.7+62.7)	22.6% (16+6.6)
<b>Hombres homosexuales</b>	33.4% (2+31.4)	66.6% (55.9+10.8)	96.1% (32.4+63.7)	3.9% (1+2.9)
<b>Hombres bisexuales</b>	30.7% (0+30.7)	69.3% (46.2+23.1)	84.6% (23.1+61.5)	15.4% (15.4+0)
<b>Mujeres heterosexuales</b>	58.6% (0.7+57.9)	41.4% (34.5+6.9)	98.6% (66.2+32.4)	1.4% (1.4+0)
<b>Mujeres homosexuales</b>	66.7% (0+66.7)	33.3% (33.3+0)	100% (44.4+55.6)	0%
<b>Mujeres bisexuales</b>	37% (2.2+34.8)	63 (50+13)	97.8% (47.8+50)	2.2% (2.2 +0)

Tabla 41. Frecuencia de likes y super likes por género y orientación sexual

En esta tabla se puede apreciar con mayor detalle la diferencia por género y por orientación sexual.

- Los hombres heterosexuales (76.3%) son el grupo que utiliza con mayor frecuencia los likes. Este resultado es congruente con la investigación antes mencionada.
- Los hombres homosexuales reportaron un uso regular o alto del super like de tan solo 3.9% mientras que los heterosexuales lo hicieron del 22.6%. En cuanto a los hombres bisexuales, la distribución es muy parecida a la de los homosexuales.
- Las mujeres homosexuales no reportaron ningún uso del super like regular o alto, pero tampoco difiere significativamente de las heterosexuales y las bisexuales que lo hicieron en un 1.4% y 2.2% respectivamente.

- La diferencia más notable es que las mujeres bisexuales utilizan con mayor frecuencia los likes que las heterosexuales y las homosexuales, siendo estas últimas quienes lo hacen en menor medida.

¿Cómo se pueden explicar estos comportamientos? ¿Qué fue lo que motivó a que en un principio se creyera que las mujeres se comportarían de una manera y los hombres de otra a partir de lo que esperaban del otro usuario?

El imaginario del amor romántico ha guiado la formación de los roles que debe de desempeñar un hombre y una mujer en una relación principalmente heterosexual en los últimos siglos. La representación de las relaciones ha cambiado significativamente en el último milenio. Las relaciones antes podían ser más políticas y económicas que afectivas. Las parejas eran producto de un contrato del que muchas veces no eran partícipes, todo esto en un contexto en el que, además, la diversidad sexual era vista como una perversión (Giddens, 1995: 41). A partir del siglo XVIII estos preceptos de las relaciones empezaron a cambiar con el amor romántico: mientras que las relaciones solían tener un carácter más puramente sexual y erótico, se convirtieron en construcciones culturales y adquirieron una nueva narrativa y roles. Giddens distingue tres influencias que lo caracterizan, sobre todo por el cambio en el rol de las mujeres: 1) Los nuevos significados sobre el hogar, 2) Cambio en las relaciones entre padres e hijos y 3) El rol de la maternidad (1995:47).

Los cambios en las mujeres significaron cambios en los hombres: se trasladó de la autoridad patriarcal al afecto maternal (Mary Ryan en Giddens, 1995: 48). Las distinciones entre los deberes que ambos deben de tener en la pareja se empiezan a hacer más claros, pero también un compromiso de amor mutuo. A pesar de que el amor romántico idealiza a la otra persona, de que se sitúa bajo la intención de encontrar otro *ideal*, una persona con la cual tener una comunicación más allá de lo físico, una conexión psíquica, hasta encontrar a esa persona que estaba destinada para uno mismo.

[...] la captura del corazón del otro es de hecho el proceso de la creación de una biografía narrativa mutua. La heroína amansa, suaviza y altera la masculinidad aparentemente intratable de su objeto amoroso, haciendo posible que la afección mutua llegue a ser la línea directriz principal de sus vidas en común (Giddens, 1995: 51).

Una manera pragmática de ver el amor romántico sería aquel escenario que se denomina como *amor a primera vista*, pero es también producto de representaciones sociales sobre aquella pareja que se construye como deseable. Asimismo, también como producto de una idealización aprendida y reproducida socialmente, se adoptan roles que se significan en las relaciones. Por ejemplo, la construcción del *príncipe azul*, alimentada tanto en la literatura como en el cine y televisión, normalizan conductas tanto para hombres como para mujeres.

Desde el siglo XVIII hasta la actualidad, aunque en menor medida y cambiando, los preceptos del amor romántico han justificado conductas machistas y una normalización de un rol sumiso de la mujer frente al hombre, tanto en la relación que mantienen y en las actividades domésticas que se reparten, como en relación con otros hombres y mujeres fuera de su relación, como actividades laborales y sociales en donde una jerarquía implícita marcaba límites para el comportamiento y aspiraciones de ambos (Rodríguez Morales, 2006; Giddens, 1995).

Una consecuencia de esta idealización fue la impartición de roles y actividades por género. En el caso de las mujeres, se han creado comportamientos específicos: ser una buena esposa, una buena madre, encargarse de la casa y de los hijos (Giddens, 1995: 48), ser fiel a su pareja, monogamia, esperar al matrimonio para iniciar su vida sexual, sumisión con respecto al hombre, entre otros similares; por otra parte, en los hombres recae la responsabilidad de trabajar y encargarse de mantener a su familia tanto en lo económico como en cuestiones de seguridad, actividades que asocian a las mujeres con las emociones y la casa y a los hombres con la racionalidad y el poder.

Durante la modernidad, y todavía más durante las últimas décadas, las relaciones afectivas han cambiado y no sólo porque ahora también ocurren a distancia mediadas por dispositivos electrónicos como se ha expresado en este texto, sino también cultural y socialmente. Mientras que en el amor romántico la pareja tenía sentido por la relación que tenían entre sí el hombre y la mujer, por promesas respecto al otro que ocurrían en un plano ideal más que en el real, pero que reproducían actitudes que no deberían de estar limitadas a una persona por su sexo, ahora esto está cambiando y se construye un nuevo tipo de amor y de relaciones, Giddens identifica el amor confluyente donde la diversidad sexual y de género comienza a ser aceptada y se cambia la estructura familiar y hay una mayor autonomía en las relaciones (1995), algo en lo que coinciden Lipovetski (2000) y Bauman (2008) al describir los cambios en las relaciones, sean afectivas o

no, sean para largo plazo o casual. Las relaciones entre personas, independientemente de que sean del mismo sexo o no, están cambiando y el elemento más significativo que dirige esta transformación es la libertad en la individualidad y el poder estar en una relación, pero que su existencia no esté condicionada por la otra persona, sino como un común acuerdo que ambos construyen.

Tinder aparece en este contexto, gracias a que en el imaginario social comienza a haber una superación del amor romántico, pero a pesar de ello, también lo continúa reproduciendo. Hace visible el *amor a primera vista* y es que básicamente ése es su fundamento principal: enamorarse o, por lo menos, sentir atracción por la imagen/fotografía principal de la otra persona, lo único que va a saber de ella en una primera instancia. Si este amor a primera vista persiste, entonces podrá ver su descripción y sus otras fotografías, así como su información personal, pero todo esto sólo si realmente existió ese primer *flechazo* o simplemente atracción.

Por otra parte, la construcción de los perfiles y la manera de conversar y de relacionarse varía significativamente entre hombres y mujeres, por lo menos entre heterosexuales de acuerdo con el estudio de Tyson, Perta, Haddadi y Seto (2016), resultados que sugieren que mientras que Tinder ofrece una mayor libertad y autonomía a las personas al momento de establecer relaciones y de decidir cómo y con quiénes las van a mantener, también a través de la aplicación se reproducen comportamientos que todavía son arraigados desde hace siglos y que muestran similitudes con la construcción histórica y social de cómo debe actuar el hombre y cómo la mujer, o de cómo no debe actuar el hombre y cómo no debe actuar la mujer, acciones que se reproducen en Tinder en escenarios comunes como ver quién *debe* de iniciar la conversación, sobre qué tipo de fotos son correctas y esto en función del género, quién debe de pagar la cuenta o que el hombre debe de ir a recoger a su cita y la mujer esperarlo.

La estigmatización del uso de Tinder y aplicaciones similares para conocer personas es mucho mayor cuando se trata de una mujer. Precisamente por ello fue que en cuanto se creó Match.com, se hizo un esfuerzo específico para que las mujeres entren a la aplicación, aunque no la utilicen, con el fin de que los hombres, el público principal al que se dirigen, puedan ver que sí hay mujeres y que se justifica su uso en la aplicación; asimismo, otras mujeres, al ver que algunas de ellas lo utilizan, se sentían con temor menor de utilizarlas (Ver p. 29). En este caso en específico, puede ser socialmente cuestionado que una mujer le diga a uno o muchos hombres que le interesa

mucho, como puede ser el envío de un super like, debido a la representación social desde la que actúan muchas de ellas. Y es que esto es lo más importante: con frecuencia, las acciones (o ausencia de ellas) en Tinder son consecuencia de lo que se cree que otros esperan de uno mismo y de lo que se cree que es socialmente correcto, no tanto por una decisión exclusivamente propia, así como tiende a ser inconsciente.

Es importante tener todo esto presente al momento de analizar Tinder porque a través de la aplicación se reflejan comportamientos propios de representaciones sociales que son propios de una región o grupos particulares y en donde se hacen visibles reglas y roles sociales implícitos en esa sociedad. Por ello, la comparación entre ciudades es un recurso importante para poder conocer si hay variaciones significativas de acuerdo con el lugar donde se aplica el estudio y con el comportamiento que exponen los usuarios de dicha región. A partir del reconocimiento del lugar y de las actitudes consideradas como deseadas, se construye una relación con el otro, primero imaginada y luego real.

### 4.3 El otro imaginado

Tinder existe porque los otros usuarios existen. A partir de un reconocimiento de la representación social de Tinder y de quienes están en Tinder, los usuarios crean su perfil y pueden generar estrategias para relacionarse dependiendo de los motivos de uso que tengan. La relación con los otros puede ser tanto real, como imaginada, siempre primero imaginada.

- Relación real: Se va a referir a la interacción evidente entre dos personas a partir de que se dio un match, esto es, el chat, intercambio de teléfonos, redes sociodigitales y conocerse en persona.
- Relación imaginada: Se va a referir al momento previo a la interacción y la construcción mental de cómo es la otra persona.
  - o Antes del match: refiere a un proceso de imaginación de cómo será la otra persona o perfil prototipo de una persona ideal, y con base en ello imaginar cómo se comportaría el usuario o cómo crear un perfil que pudiera ser atractivo para conocerle.
  - o Después del match, antes del chat: ya se sabe que hay un interés en común y se abre un canal de interacción, pero se tiene que pensar en diferentes aproximaciones y estrategias para iniciar el primer contacto.

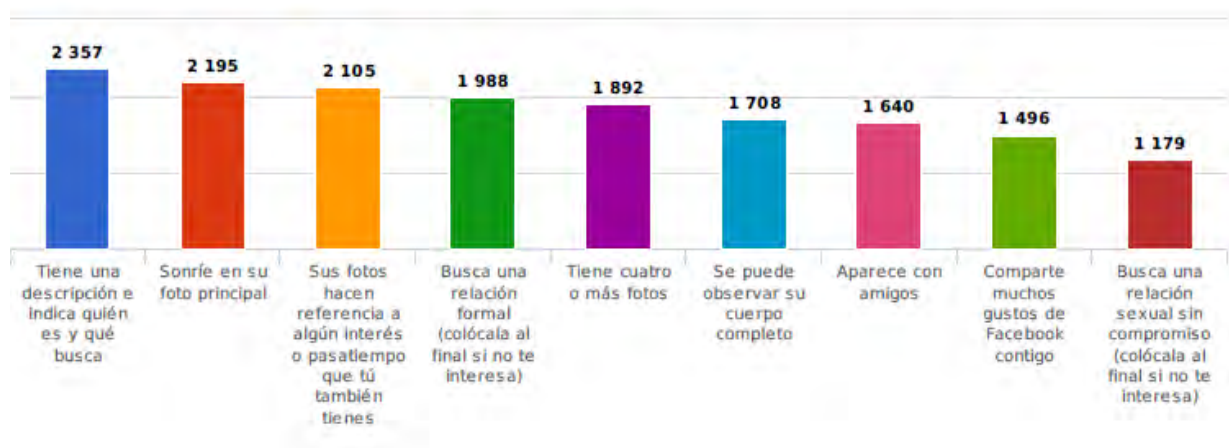
En el primer cuestionario de la Ciudad de México se indagó sobre este tema a partir de dos preguntas para comprender la relación con los otros: a) el orden de importancia de lo que les interesa en el perfil de la otra persona y b) las características específicas que buscan en el perfil del otro usuario.

#### 4.3.1 Las características más valoradas en el perfil del otro usuario

En el primer cuestionario de la Ciudad de México (393 respuestas) se les ofreció una lista con nueve características sobre los perfiles y usos de Tinder considerados como importantes para entender la relación con los otros usuarios y los perfiles que buscan mezclando motivos de uso como características de su perfil.

- Motivos de uso: 1) Busca una relación formal, 2) busca una relación sexual sin compromiso. Aquí se tiene que tener presente que ambas refieren no al interés del usuario que está contestando el cuestionario, sino a lo que hipotéticamente
- Características del perfil de Tinder: 3) Tiene cuatro o más fotos (se puede observar a la persona en diferentes actividades y situaciones, así como su apariencia), 4) Aparece con amigos (se ve sociable, le gusta salir con amigos), 5) Se puede observar su cuerpo completo (para tener una impresión más precisa de su apariencia), 6) Tiene una descripción y dice quién es y qué busca (para complementar lo que se sabe sobre la persona y qué intenciones tiene), 7) sonríe en su foto principal (para valorar el interés por una expresión que puede implicar confianza), 8) sus fotos hacen referencia a un interés o pasatiempo común con uno mismo (pasa saber que hay situaciones o intereses que puedan justificar una atracción y una primera interacción) y 9) comparte muchos intereses de Facebook con uno mismo (para evidenciar a través de los intereses hechos en Facebook si hay algunos en común).

En el cuestionario jerarquizaron hacia arriba o hacia abajo las características y motivos dependiendo de lo que les interese sobre la otra persona conforme era mayor o menor su interés. A los motivos más altos se les asignó la mayor puntuación (9) y a los más bajos la menor (1). Los resultados se presentan a partir de la suma de todos los valores asignados por los usuarios, del mayor al menor, para jerarquizar el orden de importancia que reportaron en general.



Gráfica 6. *¿Qué características aprecia en el perfil de los otros usuarios de Tinder?*

### ¿Por qué la descripción fue la característica mejor valorada? (1 – 2357 puntos)

En primer lugar, se debe de mencionar que muchas personas descuidan la descripción, que no ponen nada o no se preocupan mucho en pensar algo ingenioso, atractivo o que diga un poco sobre quiénes son o qué buscan, que fue lo más valorado. No obstante, para quienes participaron en el cuestionario tener esta información sobre los otros fue lo más apreciado. Se debe de recordar que el otro usuario es un completo desconocido, y si bien la primera impresión es importante, ya que lo primero que se ve es exclusivamente la foto principal del perfil, la descripción complementa la primera impresión que se hace de la persona.

### El valor de la sonrisa (2 – 2195 puntos)

En el apartado donde se analiza la importancia de la sonrisa en las fotos del perfil de Tinder (Ver p. 201) se puede cotejar lo significativa que es esta característica para los usuarios. En este caso, sonreír en el perfil ocupó la segunda posición de entre todos los elementos que interesan en el otro usuario. La sonrisa suele reflejar una persona optimista, segura de sí misma y generar confianza, una característica muy valiosa en el trato con desconocidos.

### Fotografías estratégicas y el interés común (3 – 2105 puntos)

En tercer lugar, se situaron las fotografías que refieren a un interés común entre los dos usuarios. Es común que esto ocurra de manera inconsciente, pero también puede ser estratégico y utilizarlo a modo de filtro. En una ocasión en que se aplicó el cuestionario, la usuaria con la que se hizo match tenía como foto de perfil un disfraz de un pokémon y en su descripción indicaba que buscaba un compañero que la acompañara a capturarlos en el juego del teléfono móvil Pokémon Go. Ella comentó<sup>102</sup> que con esta fotografía la gran mayoría de los usuarios la

---

<sup>102</sup> Desafortunadamente no se tiene registro de esta conversación porque se perdió la cuenta de Tinder en donde ocurrió. Se comparte como anécdota de la investigación.



rechazaban, pero aquellos que le daban like lo hacían porque realmente compartían un interés en común, es decir, funcionaba como un filtro para encontrar de manera más rápido a personas que fueran de su interés, además de que facilitaba la primera interacción a través del chat e incluso podría justificar una cita. Como este ejemplo hay muchos más porque las fotografías cuentan una historia y muchas veces son historias que reflejan anécdotas o intereses comunes. Algunos ejemplos pueden ser las fotos en un viaje que también se haya realizado o que se desee realizar, practicando algún deporte, participando en una carrera, en algún concierto, en algún museo, leyendo algún libro en específico, con una mascota o animal significativo, entre otros. Toda fotografía, sea una selfie, la persona sola en su habitación, o con amigos en una fiesta o de viaje en algún sitio, o incluso una fotografía de un paisaje o de algún personaje que le guste, todas ellas cuentan una historia sobre quién es el usuario en cuestión.

#### Que la otra persona esté buscando una pareja en Tinder (4 – 1998 puntos)

A pesar de su similitud, en este caso no se preguntó si el usuario que responde el cuestionario busca una pareja en Tinder, sino qué tanto le interesa que la otra persona con la que se comunica esté buscando una pareja formal. Si bien ocupa la cuarta posición en cuanto a intereses, es notable que las primeras tres –1) la descripción que indique quién es y qué busca, 2) que sonría y 3) que sus fotos reflejen un interés en común– podrían estar orientadas hacia encontrar una pareja. Si éste fuera el motivo de uso, se apreciaría que la otra persona indique en su descripción que también le interesa algo serio, que se muestre como una persona confiable y que a través de las fotografías se puedan generar temas de conversación o de interés en común.

#### La importancia de la apariencia (5 – 1892 puntos / 6 – 1708 puntos)

En quinta posición quedó que muestre cuatro o más fotografías en su perfil y en sexta que se vea su cuerpo completo, ambas características que refieren a la construcción mental de la imagen de la otra persona.

### Importa la persona, no sus amigos (7 – 1640 puntos)

Como también se había observado en lo poco común que fue que utilicen fotografías en las que aparezcan con amigos en su perfil de Tinder, tampoco se considera relevante que la otra persona los muestre.

### Poca relevancia de los intereses compartidos a través de Facebook (8 – 1496 puntos)

Cuando se observa el perfil de otra persona, debajo de la descripción se muestran los intereses en común de acuerdo con los últimos 100 likes que han dado en Facebook. Esto quiere decir que si las dos personas le dieron like a cierta página de Facebook, entonces aparecerá como interés común. El problema es que sólo se registran los últimos 100 likes y no necesariamente son los que más aprecia la persona. Si se desea utilizar como estrategia para encontrar personas con intereses en común, se pueden reactivar los 100 likes de mayor interés en Facebook y será los que Tinder tome en consideración. No obstante, como se puede apreciar en estos resultados, el interés por este recurso es muy bajo.

### Las relaciones sexuales sin compromiso: una representación más que una realidad (9 – 1179)

Una de las intenciones que se consideraban como más altas y más representativas de lo que permite Tinder ha resultado tener una importancia menor de lo anticipado. Esto no quiere decir que nadie busque sexo, por supuesto que no, pero sí es significativo que no es tan importante como se suele creer que es. Entre personas que no han utilizado Tinder, es común suponer que es una aplicación mayormente sexual (Sales, 2015; Joshi, Peter & Valkenburg, 2014; Ver pp. 496, 497), así como también incluso lo reportó un número importante de usuarios de la aplicación (Ver p. 237); no obstante, los resultados con respecto a los motivos de uso y sobre lo que les interesa de la otra persona, como refleja este resultado, indican que no es algo que estén buscando, por lo menos no como un interés primario.

En conclusión, se puede apreciar que lo que más les interesa es tener más información sobre quién es y qué busca la otra persona y en un segundo plano sobre su apariencia. Que esté buscando pareja fue considerado relevante, sobre todo si se consideran los primeros intereses, mientras que esté buscando una relación casual quedó significativamente en última posición. En el siguiente apartado se analiza con mayor detalle qué características consideran como deseables en el perfil del otro usuario en relación con el género, orientación sexual y su edad.

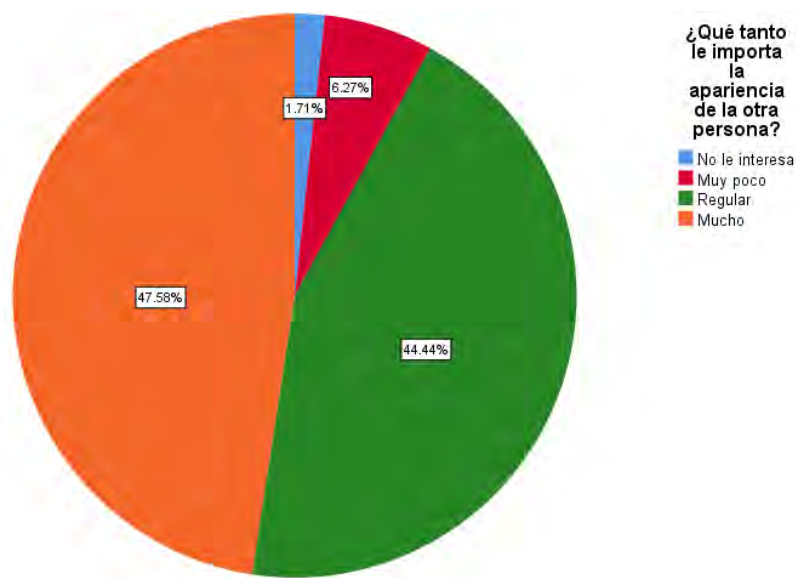
#### 4.3.2 Análisis de las características específicas que buscan en el perfil del otro usuario

Se analizaron las siguientes características:

<b>Apariencia</b>	1. ¿Qué tanto importa su apariencia?
<b>Información sobre el usuario</b>	2. Que muestre muchas fotografías
	3. Que sonría en su foto de perfil
<b>Redes sociodigitales</b>	4. ¿Cuál es su profesión?
	5. ¿Qué estudios tiene o en qué universidad estudia/estudió?
	6. Tiene una descripción en la que dice quién es y qué busca
<b>Sociodemográficas</b>	7. Tienen intereses de Facebook en común
	8. Muestra su Spotify
	9. Tienen amigos en común en Facebook
	10. Vive a una distancia menor a 6 kilómetros del usuario
	11. Es de la edad o menor
	12. Es 3 o más años mayor

Tabla 42. Características que buscan en el otro usuario

## 1. ¿Qué tanto importa su apariencia?



Gráfica 7. ¿Qué tanto le importa la apariencia?

Poco más del 92% valora *regular* o *mucho* la apariencia. Es destacable que más del 45% lo considere como muy importante, algo que es comprensible al tratarse de una aplicación principalmente visual en la que los usuarios se relacionan primero con una fotografía y después con una persona.

	APARIENCIA	
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	7% (2.3+4.7)	93% (43.3+49.7)
<b>Mujeres</b>	8.8% (1.1+7.7)	91.2% (45.6+45.6)
<b>Heterosexuales</b>	7.7% (2+5.7)	92.4% (44.9+47.4)
<b>Homosexuales</b>	3.8% (1 + 2.8)	96.2% (44.8+51.4)
<b>Bisexuales</b>	18% (2+16)	82% (42+40)
<b>18 a 20 años</b>	11.4% (2.3+9.1)	88.6% (40.9+47.7)
<b>21 a 24 años</b>	10.3% (4.3+6)	89.7% (46.6+43.1)
<b>25 a 28 años</b>	4.6% (0+4.6)	95.4% (51.6+43.8)
<b>29 a 31 años</b>	8.2% (0+8.2)	91.8% (27.9+63.9)

Tabla 43. *Apariencia por género, edad y orientación sexual*

El interés por la apariencia es muy alto en cualquiera de los grupos analizados. Es mayor entre homosexuales (96.2%) y usuarios de 25 a 28 años (95.8%), mientras que los que reportaron un valor más bajo fueron los usuarios de 18 a 24 años. Asimismo, quienes indicaron en mayor proporción un interés por *mucho* fueron los de 29 a 31 años (63.9%) y los homosexuales (51.4%).

Quienes buscan una relación sexual, reportaron un mayor interés por la apariencia.

#### Busca sexo sin compromiso

¿Qué tanto le importa la apariencia de la otra persona?	Media	N
No le interesa	3.67	6
Muy poco	3.23	22
Regular	3.83	149
Mucho	5.03	158
Total	4.35	335

Tabla 44. *Busca sexo sin compromiso por apariencia*

Por otra parte, se aprecia una progresión constante respecto al aumento del interés por la apariencia conforme el motivo de uso es buscar una pareja formal.

#### Busca una pareja formal

¿Qué tanto le importa la apariencia de la otra persona?	Media	N
No le interesa	4.83	6
Muy poco	5.77	22
Regular	6.80	141
Mucho	6.79	158
Total	6.69	327

Tabla 45. *Busca una pareja formal por apariencia*

La apariencia física es importante, sobre todo al tratarse de una aplicación principalmente visual. En el caso de la Ciudad de México fue mucho más importante que en España (Ver p. 303), aunque en ambos obtuvo un registro alto. A pesar de ello, no siempre es lo más importante. Una de las personas con las que mejor pudo conversar Yolanda fue con un usuario que simplemente tenía la imagen de Google de un Charizard, un Pokémon, nada más, y a pesar de la ausencia de

su apariencia real, pudo mantener conversaciones largas con ese usuario durante un tiempo prolongado (Ver p. 380). No obstante, ésta es una aplicación para conectar personas y la atracción se genera principalmente a través de lo físico. El caso de Yolanda puede ser excepcional debido a que no buscaba nada serio, pero en general es muy importante que exista una atracción física.

No me limito a lo físico, pero considero que decir que “el físico no importa” es una falacia. Cuando conoces a alguien, lo primero que percibes es su presencia física, lo cual te atrae (André, 20 años, CDMX, online).

(...) para mí un hombre atractivo es alguien que, primeramente, me guste físicamente. Los rasgos físicos que más me gusta en un hombre es — sin sonar racista/excluyente, porque no lo soy, simplemente considero que es mi gusto personal — es que sean blancos; tengo una debilidad enorme por los hombres caucásicos, no es que no me guste alguien que sea moreno o con piel más oscura, porque me han gustado, pero domina esa característica (André, 20 años, CDMX, online)

Alan y Efrén se identifican con esta orientación que produce Tinder, algo que recuerda a su rol como actante si se comprende desde los trabajos de la TAR (Latour, 2005).

Primero que nada me fijo por supuesto en las fotografías. Me fijo en la calidad que tienen y cómo fueron tomadas para darme cuenta si se trata de un perfil real o un perfil falso. Cabe destacar que por lo general descarto inmediatamente a las personas que no tienen fotos en su perfil, que sólo tienen una, que parecen fotos tomadas de alguien más, que tienen filtros exagerados, que no muestran su rostro o que de plano usan imágenes de personajes de caricaturas o memes (Alan, 22 años, CDMX, online).

Después voy a ver las fotos, y SI, prácticamente es lo que hago, ver fotos, antes si me fijaba mucho en la foto y en la descripción de la persona para ver si existía algo en común, ahora el morbo me lleva a ver las fotos únicamente (sin importarme la descripción o demás cosas) si veo a alguien atractivo doy un like (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Esta superficialidad de Tinder puede ser un filtro en algunos casos debido a que genera la sensación de que siempre se puede encontrar a alguien más atractivo siguiendo con la analogía del mercado.

No tenían más posibilidades porque no superaban mi "umbral mínimo de belleza" (por llamarlo de alguna manera) (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Algo que destaca David como peligroso debido a que si bien en Tinder la superficialidad es muy habitual, al momento de conocer a la persona, sea desde la conversación o en la cita, aparecen elementos mucho más importantes.

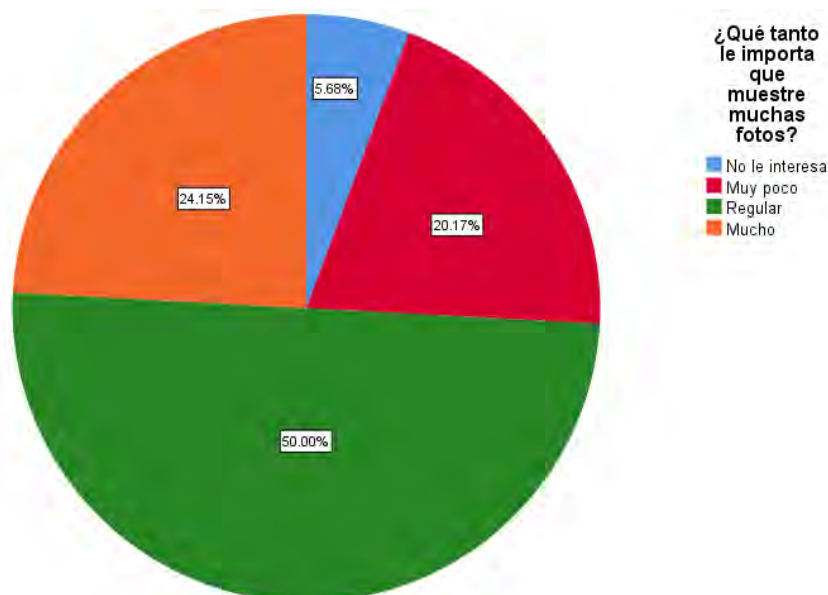
Aunque creo que el uso de la app es visual en la actualidad (idea que apoya mi visión de que se está desvirtuando su uso), hay más factores que deberían determinar un match. Como el visual es el que predomina, tener más o menos matches generan una idea de nosotros que puede ser incorrecta. Y por eso creo que es peligroso (David, 22 años, Madrid, online).

Rick coincide con David y constituye parte de una representación común entre los usuarios de Tinder, que mucho atractivo en las fotografías está intentando cubrir otras carencias.

Busco a alguien parecido a mí. Que tenga un trabajo, no sé, a lo mejor soy un poco exigente, que tenga trabajo, que tenga un nivel cultural, que le interesen las cosas, que se pueda hablar con ella. Y bueno, físicamente me fijo un poco en la cara y ya está. Que se cuide un poco y ya está. Tampoco soy exigente físicamente. Me alejo de los perfiles que su principal atractivo es el físico. Suelo dar like a chicas que digas "mira, qué interesante" (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Como se ha dicho, al haber poca información sobre las otras personas, cada elemento se vuelve más significativo y se hacen interpretaciones de todos ellos. Al final, lo que predomina es la interpretación sobre la realidad y es por ello que se debe de analizar.

## 2. La importancia de que muestre muchas fotografías



Gráfica 8. ¿Qué tanto le importa que muestre muchas fotos?

Un complemento de la importancia de la apariencia es el interés por ver muchas fotos de la otra persona. Si bien refiere en primera instancia al aspecto físico de la persona, también puede remitir a actividades e intereses, a lo que cuentan las fotografías sobre el usuario. En este caso, casi el 75% mostró un interés *regular* o de *mucho* por poder ver muchas fotografías de la persona.

MUESTRA MUCHAS FOTOS		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	31.4% (8.7+22.7)	68.6% (45.9+22.7)
<b>Mujeres</b>	20.6% (2.8+17.8)	79.4% (53.9+25.6)
<b>Heterosexuales</b>	26.9% (6.6+20.3)	73.1% (46.2+26.9)
<b>Homosexuales</b>	23.8% (4.8+19)	76.2% (54.3+21.9)
<b>Bisexuales</b>	26% (4+22)	74% (56+18)
<b>18 a 20 años</b>	36.4% (6.8+29.5)	63.6% (43.1+20.5)
<b>21 a 24 años</b>	26.5% (6.8+19.7)	73.5% (47.9+25.6)
<b>25 a 28 años</b>	23.1% (5.4+17.7)	76.9% (54.6+22.3)
<b>29 a 31 años</b>	23% (3.3+19.7)	77% (49.1+27.9)

Tabla 46. Muestra muchas fotos – por edad, género y orientación

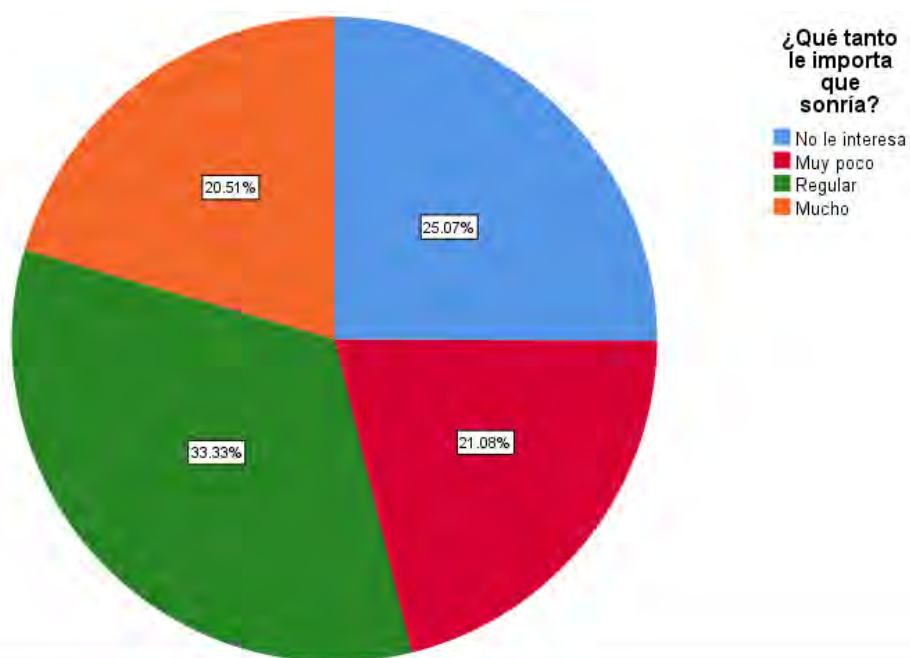


Las dos diferencias más importantes que se pueden apreciar son que a las mujeres les importa en mayor medida poder ver más fotografías de la otra persona que a los hombres (79.4% contra 68.6%), mientras que los usuarios de 18 a 20 años reportaron el interés más bajo con respecto a poder ver muchas fotos. Usuarios de 29 a 31 años (27.9%), heterosexuales (26.9%) y mujeres (25.6%) fueron los grupos que indicaron con mayor frecuencia *mucho* interés por este aspecto.

Todas estas fotos están orientadas a construir una imagen positiva y atractiva de la persona. Por ello, y que por ese motivo se integra Instagram al perfil de Tinder, constituyen una imagen de cómo deseen ser imaginados para generar el match. Esto ocurre en redes como Twitter aún si no hay un contacto presencial directo, así como con mayor frecuencia en Facebook o Instagram, a pesar de que la intención principal no sea atraer a la otra persona, pero sí obtener likes y, en consecuencia, la validación positiva de su auditorio de amigos y seguidores.

Es como Instagram todo esto. La gente sólo pone las cosas bonitas. Lo ideales que están, lo guapos que son, entonces venden una imagen que al fin y al cabo te genera más problemas, te da como más inseguridades (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

### 3. Que sonría en su foto de perfil



Gráfica 9. *Sonríe en su foto de perfil*

La sonrisa no sólo es importante en Tinder, sino en cualquier interacción social. Si se trata de desconocidos, y si el contexto es el adecuado, la sonrisa ayuda a generar confianza. Como se ha expuesto anteriormente, es uno de los elementos más comunes en la creación del perfil y de los más valorados al evaluar el perfil de la otra persona (Ver p. 201). En este caso, se analiza con mayor detalle la importancia de que la otra persona sonría, no de uno mismo, y los resultados muestran diferencias importantes. Poco más de la mitad de los usuarios (53.84%) valora la sonrisa como un rasgo importante, algo ligeramente contrasta con lo expuesto en el apartado anterior donde se identificó la sonrisa como la segunda característica más valorada de los otros usuarios.

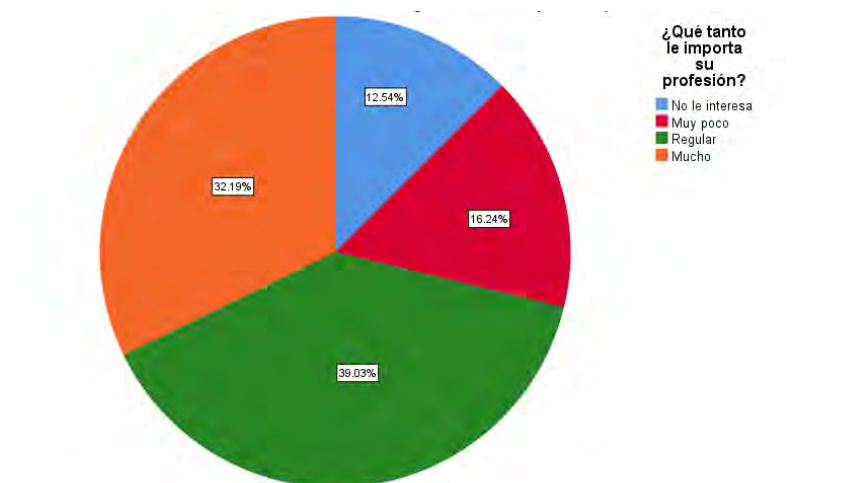
SONRÍE		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	50.9% (29.8+21.1)	49.1% (30.4+18.7)
<b>Mujeres</b>	41.7% (20.6+21.1)	58.3% (36.1+22.2)
<b>Heterosexuales</b>	38.8% (19.4+19.4)	61.2% (37.2+24)
<b>Homosexuales</b>	52.4% (32.4+20)	47.6% (28.6+19)
<b>Bisexuales</b>	62% (32+30)	38% (28+10)
<b>18 a 20 años</b>	47.7% (22.7+25)	52.3% (34.1+18.2)
<b>21 a 24 años</b>	48.3% (27.6+20.7)	51.7% (30.1+21.6)
<b>25 a 28 años</b>	40.8% (23.8+17)	59.2% (36.9+22.3)
<b>29 a 31 años</b>	52.5% (24.6+27.9)	47.5% (31.1+16.4)

Tabla 47. *Sonríe en su foto de perfil*

Quienes reportaron un interés significativamente menor fueron los usuarios bisexuales (38%), mientras que los heterosexuales (61.2%), los de 25 a 28 años (59.2%) y las mujeres (58.3%) reportaron los más altos. Para las mujeres es más importante que para los hombres ver que la otra persona sonría, quizás algo relacionado con la confianza y opuesto con la pose.

Me fijaba en su físico, y en sus fotos, tipo que no hicieran caras (duckface, o cara de "guapo") simplemente que estuvieran sonriendo, que se viera lo más sencillo posible (Áyda, 26 años, CDMX, online).

#### 4. ¿Cuál es su profesión?



Gráfica 10. *Profesión*

La importancia de la profesión puede valorarse tanto por los intereses en común como por un nivel socioeconómico mayor o menor, al menos desde su representación social. Los resultados revelan que el 71.22% valoran de manera positiva conocer la profesión de la otra persona. Hay dos maneras de saberlo: la primera y más común, que se haya creado el perfil a partir de la cuenta de Facebook y, en consecuencia, se actualiza el perfil de Tinder con la información sobre la profesión que dice Facebook y no se puede cambiar, aunque esto no siempre significa que realmente sea esa la profesión, y en segundo lugar, explicar en la descripción en qué trabaja, independientemente de si lo dice o no en su cuenta de Facebook.

PROFESIÓN		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	37.4% (16.4+21)	62.6% (35.7+26.9)
<b>Mujeres</b>	20.6% (8.9+11.7)	79.4%% (42.2+37.2)
<b>Heterosexuales</b>	25.5% (10.2+15.3)	74.5% (39.8+34.7)
<b>Homosexuales</b>	28.6% (12.4+16.2)	71.4% (40+31.4)
<b>Bisexuales</b>	42% (22+20)	58% (34+24)
<b>18 a 20 años</b>	38.6% (22.7+15.9)	61.4% (40.9+20.5)
<b>21 a 24 años</b>	31% (17.2+13.8)	69% (37.9+31.1)
<b>25 a 28 años</b>	26.2% (7.7+18.5)	73.8% (38.5+35.3)
<b>29 a 31 años</b>	23% (6.6+16.4)	77% (41+36)

Tabla 48. *Profesión*

Para las mujeres, la profesión es más importante que para los hombres; de hecho, son quienes lo valoran en mayor medida. Se puede observar una progresión en el interés al respecto de este aspecto conforme la edad: los más jóvenes valoran en menor medida la profesión que los mayores, donde se pueden destacar los contrastes más significativos entre los usuarios de 18 a 20 años con 61.4% y los de 29 a 31 años con 77%, algo que es comprensible porque en los primeros grupos de edad recién están comenzando la universidad y la profesión todavía no es un interés mayor en su vida. De todos los grupos, quienes reportaron el valor más alto por *mucho* interés fueron las mujeres con un 37.2%.

Si se relaciona el interés por la profesión con el motivo de uso de aprender de otros usuarios, se puede ver que quienes aprecian esta característica, son quienes están más interesados en aprender de otras personas. La siguiente tabla muestra este cruce.

¿Qué tanto le importa su profesión?	Media	N
No le interesa	6.81	36
Muy poco	6.27	52
Regular	7.03	119
Mucho	7.47	106
Total	7.03	313

Tabla 49. *Aprender de otros usuarios por profesión*

Si se analiza un cruce de la importancia por la profesión con el deseo por conocer una persona con la intención de encontrar una pareja formal, también se puede apreciar una correlación positiva, aunque no tan clara como la anterior, en la que es mayor el interés por la profesión conforme es mayor el deseo por encontrar pareja, algo que se explica por imaginarse un escenario a largo plazo.

¿Qué tanto le importa su profesión?	Media	N
No le interesa	6.40	42
Muy poco	5.75	53
Regular	6.88	126
Mucho	7.05	106
Total	6.69	327

Tabla 50. *Pareja formal por profesión*

Esto se puede entender como lo explica David, ya que para él la profesión, los estudios y los temas de conversación se convierten en un aditivo importante para complementar su perfil más allá de la mera apariencia.

Yo me considero una persona del montón físicamente, pero que cuento con mis armas en el ámbito del carácter, de a lo que me dedico, etc. y eso creo que se puede intuir (David, 22 años, Madrid, online).

Por otra parte, Tinder publicó una lista con los empleos mejor apreciados por los usuarios organizados por hombres y mujeres. Los resultados corresponden a un análisis realizado en Estados Unidos, así que se debe de asumir que habría diferencias si se aplicara en otro país. Pero no por ello deja de ser interesante, al contrario, actúa como un indicador muy valioso, sobre todo porque también refleja diferencias por género.



Figura 11. *Profesiones más buscadas en Tinder* (Tinder, 2016a)

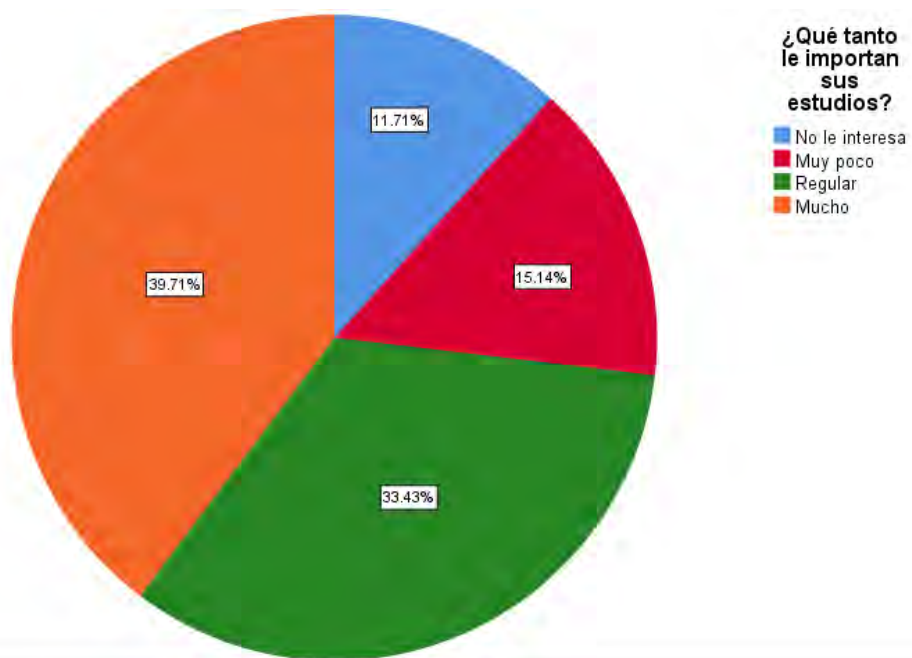
Resultados presentados por Tinder en <https://blog.gotinder.com/tinders-most-right-swiped-jobs/>

En esta figura se hace evidente una división sexual del trabajo, esto es, “el reparto social de tareas en función del sexo” (Amorós, 1995). Es importante una aclaración: estas profesiones no son las más comunes en Tinder, sino las más apreciadas por los usuarios. Esto quiere decir que, de acuerdo con lo que sugiere Tinder, existen tipos ideales sobre las otras personas a partir de su profesión y lo que eso significa. Quienes tienen alguna de estas profesiones es más probable que hagan match que otros. Por otra parte, se debe de considerar que estos resultados son reflejo de la población donde se aplicó el estudio y así como cada región o país puede tener características socioculturales específicas, la apreciación por las profesiones puede variar.

Si se hace un análisis con perspectiva de género, se puede encontrar que hay profesiones que todavía están encasilladas en un género en particular, por ejemplo, bombero, médico, ingeniero, abogado, policía y militar son, principalmente, empleos asociados con los hombres; mientras que otros como terapeuta física, diseñadora de interiores, enfermera, aeromoza, entre otros, están

principalmente asociados con las mujeres. Incluso algunos de éstos están relacionados entre sí y pueden referir inconscientemente a una posición de jerarquía respecto al otro: hombre piloto, mujer aeromoza; hombre doctor, mujer enfermera. En estos trabajos se reproducen roles de género social e históricamente aprendidos a través de una representación social hegemónica de la que se es parte, tanto en el discurso como en la práctica, y que se hace visible incluso de manera inconsciente, como lo reflejan estos resultados. A pesar de ello, también se debe de aclarar que hay excepciones y que las tendencias están cambiando, que los trabajos ya no son exclusivos para un género u otro, pero todavía predominan estos supuestos.

### 5. ¿Importa qué estudios está realizando?



Gráfica 11. *Estudios*

Para el 73.14% sí es importante conocer cuáles son los estudios del otro usuario, un dato muy relevante ya que son pocos quienes lo hacen público en su perfil.

ESTUDIOS / UNIVERSIDAD		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular – Mucho
<b>Hombres</b>	37.6% (16.5+21.1)	62.4% (31.8+30.6)
<b>Mujeres</b>	16.7% (7.2+9.4)	83.3% (35+48.3)
<b>Heterosexuales</b>	23.6% (9.7+13.9)	76.4% (33.3+43.1)
<b>Homosexuales</b>	28.6% (14.3+14.3)	71.4% (34.4+37.1)
<b>Bisexuales</b>	36% (14+22)	64% (32+32)
<b>18 a 20 años</b>	43.2% (20.5+22.8)	55.8% (31.8+25)
<b>21 a 24 años</b>	25.8% (12.9+12.9)	74.2% (32+42.2)
<b>25 a 28 años</b>	22.5% (9.3+13.2)	77.5% (36.4+41.1)
<b>29 a 31 años</b>	26.2% (8.2+18)	73.8% (31.1+42.7)

Tabla 51. *Estudios por género, orientación y edad*

Estos datos pueden leerse en relación con la profesión ya que refiere a tendencias similares. La primera es que las mujeres valoran significativamente más alto conocer cuáles son los estudios de la otra persona (83.3% total, 48.3% del valor *mucho*), mientras que también se puede apreciar una progresión conforme la edad: los más jóvenes, los de 18 a 20 años, tan solo reportaron un interés de 55.8% mientras que los de 25 a 31 años lo hicieron en un promedio de 75%. Los estudios pueden ser importantes conforme son mayores de edad porque pueden estar buscando una conexión más seria, no necesariamente en cuanto a un compromiso como una pareja formal, aunque puede ser el caso, sino respecto a saber que comparten un interés profesional o académico común; asimismo, los estudios o la universidad de donde egresó pueden referir a la creencia de un nivel socioeconómico específico.

Me fijo mucho en qué estudiaron. No importa en qué, nunca he deslizado a alguien que no porque estudió, no sé, economía, sino que simplemente me interesa platicar con alguien que se haya preparado en la rama que sea pero que esté preparado (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

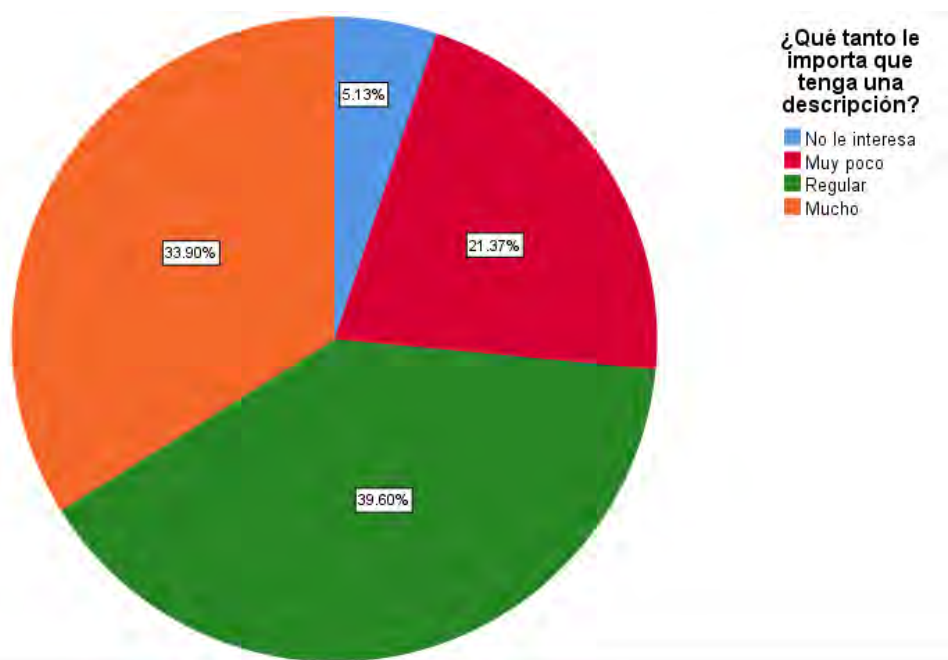
No, no es tema de conversación. Tengo una amiga que me dijo que se fija muchísimo para dar un like que sean solo chicos con doctorado o maestría, porque siente que si no no van a tener ni conversación. O sea, sí hay chicas que son demasiado exigentes (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).



André coincide con Raúl y Yanin: los estudios, en este caso, pero los temas de conversación, en general, son valorados muy positivamente cuando se busca una relación más allá de lo meramente físico.

(...) también me resulta atractivo un hombre que tenga temas de conversación, creo te lo comenté en correos pasados: una persona, no intelectual, porque es un adjetivo muy vago, pero alguien que sepa de cultura general y esas cosas; mi formación académica ha influido en ese tipo de cosas. Mas allá de buscar un acostón, como es la percepción del uso de la app, busco alguien con quien compartir conversaciones sobre temas afines: una platica en un café, una ida al cine, ese tipo de cosas *románticas*. Me resulta atractivo un hombre que pueda tener este tipo de contactos y no se limiten a lo fácil y rápido; por supuesto que lo he buscado y encontrado, pero no me limito a esto, y como te dije anteriormente, en Tinder vi esta posibilidad (André, 20 años, CDMX, online).

## 6. La importancia de que la descripción explique quién es y qué busca



Gráfica 12. Descripción

La descripción fue la característica más apreciada en el perfil del otro usuario de acuerdo con los resultados del apartado anterior que reflejaron que se le asignó una importancia muy alta a conocer quién es la otra persona más allá de sus fotografías y cuáles son sus intenciones en Tinder. Por supuesto, no es común explicar por qué se utiliza Tinder, sobre todo porque muchas veces el propio usuario tampoco tiene definido un único motivo de uso, pero sí es muy bien valorado que haya sinceridad y claridad en las intenciones. En este caso, 73.5% de los usuarios reportaron una importancia *regular* o *mucho* respecto a la descripción.

	DESCRIPCIÓN	
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	29.8% (4.7+25.1)	70.2% (41+29.2)
<b>Mujeres</b>	23.4% (5.6+17.8)	76.6% (38.3+38.3)
<b>Heterosexuales</b>	25.5% (6.6+18.9)	74.5% (41.3+33.2)
<b>Homosexuales</b>	29.5% (3.8+25.7)	70.5% (38.1+32.4)
<b>Bisexuales</b>	24% (2+22)	76% (36+40)
<b>18 a 20 años</b>	36.4% (6.8+29.5)	63.6% (31.8+31.8)
<b>21 a 24 años</b>	30.2% (6.9+23.3)	69.8% (34.5+35.3)
<b>25 a 28 años</b>	24.6% (3.8+20.8)	75.4% (44.6+30.8)
<b>29 a 31 años</b>	16.4% (3.3+16.4)	83.6% (44.3+39.3)

Tabla 52. Descripción por género, orientación y edad

Se puede observar una tendencia progresiva con respecto a mayor interés por la descripción conforme son mayores de edad: mientras que los más jóvenes de 18 a 20 años reportaron un interés en 63.6%, los usuarios de 29 a 31 años lo hicieron en un 83.6%, una diferencia importante. Esto se puede comprender en relación con las otras características observadas si se comprende como un uso más serio de Tinder, esto es, ya no como puede serlo por distraerse, ver qué personas hay o ver qué opinan sobre uno mismo, sino buscar intereses comunes y quizás una relación. Por supuesto, es importante reiterar la insistencia de que son tendencias y no absolutos. Las mujeres también mostraron un interés mayor que los hombres al respecto, al igual que los bisexuales.

(...) no me fijaba en lo que decía el perfil de la persona, con el tiempo me di cuenta que era importante leerlo, ya que las personas dicen claramente que buscan y que no te sorprendas cuando te digan que sólo sexo o que les enviaras packs jaja (Arely, 27 años, CDMX, online)

Para Ana y Rick, la descripción no sólo es un complemento de las fotografías, sino que puede ser todavía más importante que éstas. Una buena descripción puede justificar el like cuando las fotos los hacen dudas.

A mí me gusta leer la biografía. Hay mucha gente que no lo lee. Me gusta mucho leer lo que pongan, porque a veces la foto da un poco igual; a ver, que si no me gusta nada, no le voy a dar like, pero si tiene una biografía interesante, así graciosa, un chiste malo, pues sí, pero si pone gym, fiesta... dislike (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

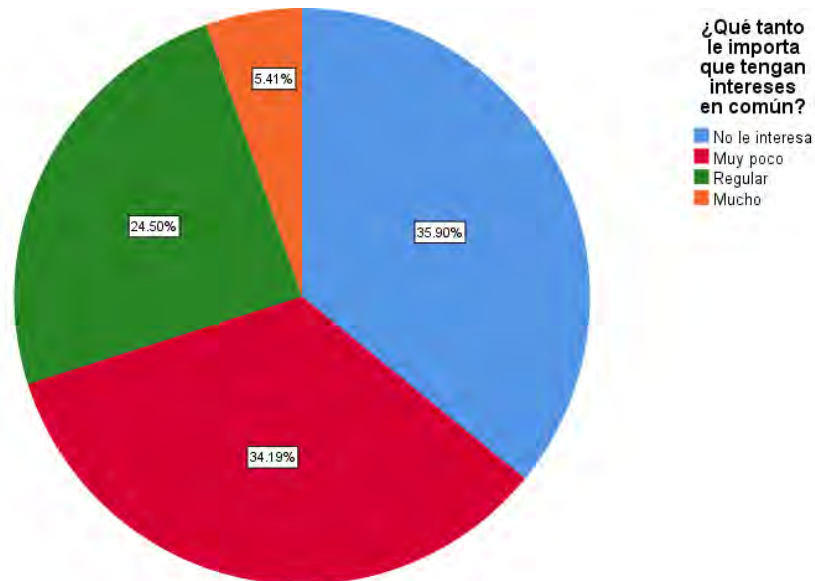
Al final, como es el caso de Rick, si busca una relación a largo plazo, todavía es más importante asegurarse de que haya una posible conexión más allá de lo físico.

Sí, sí, sí. Siempre que las imágenes me gustan, suelo leer la descripción. Siempre, siempre. Si no tiene descripción, es un punto menos. Tampoco le voy a dar dislike por eso, es como, jolín, pero sí que tiene un punto más. Incluso a lo mejor ha habido perfiles que sólo tenían las imágenes y sólo por la descripción le he dado like (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, es mucho más probable hacer match si el perfil tiene una descripción, algo que es todavía más importante en el caso de los hombres ya que las mujeres suelen poner más atención en este aspecto (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016).

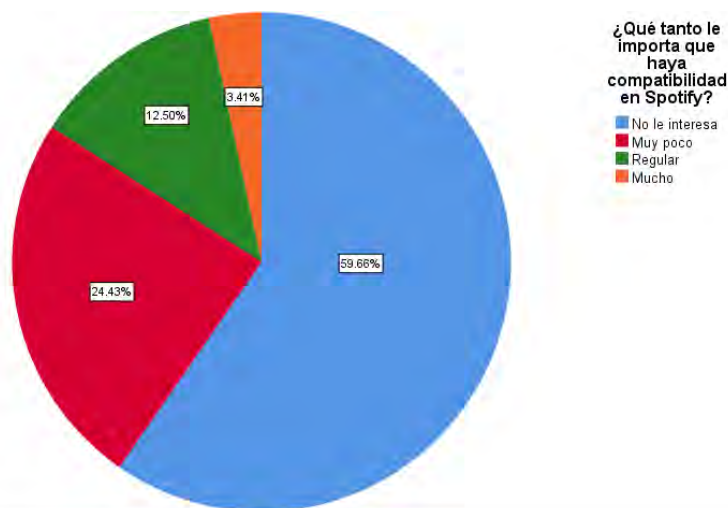
**7. y 8. La importancia de la asociación de las redes sociodigitales con el perfil de Tinder**

**LIKES DE FACEBOOK EN COMÚN**



Gráfica 13. *Likes de Facebook en común*

**SPOTIFY**



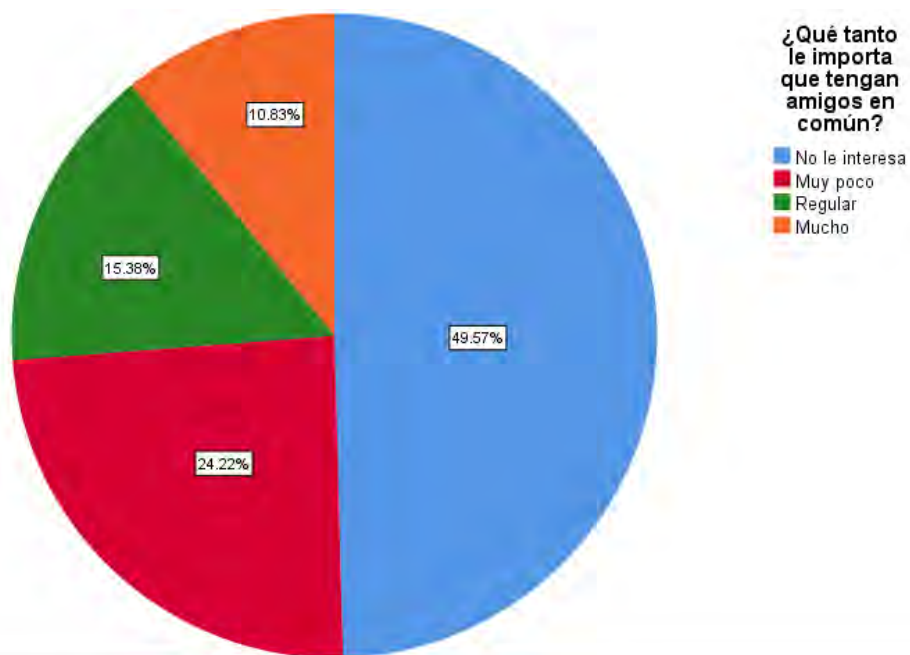
Gráfica 14. *Spotify*

No se hace un análisis exhaustivo de estos elementos porque reportaron un interés bajo. Facebook y Spotify agregan información sobre la otra persona y pueden ser útiles para iniciar una conversación con ella, pero no justificaron su importancia. En el caso de los likes de Facebook en común, 70.09% de los usuarios indicaron no tener interés por este recurso, mientras que 84.09% reportaron no darle importancia a que la otra persona muestre su Spotify. A pesar de que no fue común, en algunos casos sí es importante, unos de ellos los de Efrén y Yolanda.

La música era otro punto fundamental, pues es parte de una buena conversación y de diferencias en el futuro (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Me gusta un montón ahora que han puesto una cosa nueva en Tinder, lo de tu canción de culto con Spotify. Me gusta un montón eso porque ha habido veces que la foto y la descripción no me han atraído nada, pero por la canción de culto yo le he dado like (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

### **9. Amigos de Facebook en común**



Gráfica 15. *Amigos de Facebook en común*

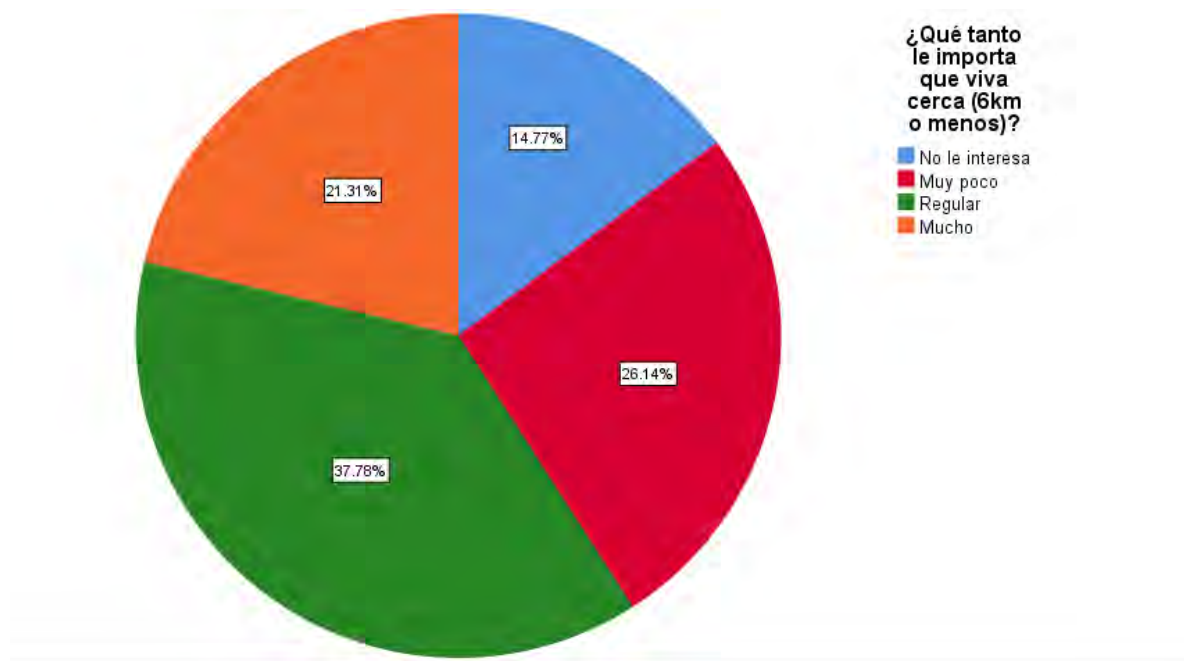
Los amigos de Facebook en común en Tinder son muy importantes, aunque no por ello siempre deseados. A grandes rasgos, pueden ser valorados desde dos perspectivas opuestas: a) verificar que la otra persona es real y a través de los amigos tener buenas o malas referencias de este usuario, y b) al saber que hay amigos en común, es posible que el uso de Tinder sea más moderado al sentir vergüenza de ser encontrados en la aplicación. En este caso, casi el 50% indicó que no le interesa en lo absoluto.

<b>AMIGOS EN COMÚN</b>		
	<b>Interesa</b>	<b>Interesa</b>
	<b>Nada – Muy Poco</b>	<b>Regular - Mucho</b>
<b>Hombres</b>	81.9% (58.5+23.4)	18.1% (11.1+7)
<b>Mujeres</b>	66.1% (41.1+25)	33.9% (19.5+14.4)
<b>Heterosexuales</b>	70.9% (22.4+25.5)	29.1% (17.9+11.2)
<b>Homosexuales</b>	81.9% (59+22.9)	18.1% (12.4+5.7)
<b>Bisexuales</b>	68% (46+22)	32% (12+20)
<b>18 a 20 años</b>	84.1% (61.4+22.7)	15.9% (9.1+6.8)
<b>21 a 24 años</b>	75.9% (47.4+28.5)	24.1% (15.5+8.6)
<b>25 a 28 años</b>	68.5% (51.5+17)	31.5% (19.2+12.3)
<b>29 a 31 años</b>	73.8% (41+32.8)	26.2% (11.4+14.8)

Tabla 53. *Amigos en común por género, edad y orientación sexual*

A quienes menos les importa que tengan amigos en común son a los hombres (81.9%), a los homosexuales (81.9%) y a los usuarios de 18 a 20 años (84.1%). Por motivos de percepción de inseguridad, se puede explicar que a las mujeres tengan un interés mayor por saber que hay amigos en común con el usuario de Tinder a quien podrían conocer. Por otra parte, se puede explicar que al 81.9% de los homosexuales le interese poco o nada tener amigos en común porque algunos de ellos han mantenido en privado su orientación sexual y prefieren que así sea (Ver p. 613).

## 10. Vive a una distancia menor a 6 kilómetros del usuario



Gráfica 16. *¿Qué tanto importa que viva cerca?*

Antes de empezar a utilizar Tinder, los usuarios pueden indicar si desean que los perfiles que les aparezcan sean de personas que estén en un rango de distancia determinado, desde 1 hasta 161 kilómetros de donde esté en el momento de utilizar la aplicación. La importancia de esto radica en que si realmente tiene una intención de conocer en persona al otro usuario, será difícil si es una persona que se encuentra a más de 150 kilómetros de distancia. No obstante, no es lo mismo conocer a alguien que está a 5 kilómetros que alguien que está a 15 kilómetros.

VIVE A MENOS DE 6 KM		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular – Mucho
<b>Hombres</b>	37.8% (14+23.8)	62.2% (37.8+24.4)
<b>Mujeres</b>	43.9% (15.6+28.3)	56.1% (37.8+18.3)
<b>Heterosexuales</b>	39.6% (13.2+26.4)	60.4% (39.6+20.8)
<b>Homosexuales</b>	44.8% (14.3+30.5)	55.2% (35.2+20)
<b>Bisexuales</b>	38% (22+16)	62% (36+26)
<b>18 a 20 años</b>	52.3% (13.6+38.6)	47.7% (36.4+11.3)
<b>21 a 24 años</b>	41.9% (18.8+23.1)	58.1% (38.4+19.7)
<b>25 a 28 años</b>	32.3% (12.3+20)	67.7% (42.3+25.4)
<b>29 a 31 años</b>	49.2% (13.1+36.1)	50.8% (27.8+23)

Tabla 54. *Vive a menos de 6 kilómetros*

Los hombres valoraron más alta la importancia de que la otra persona viva relativamente cerca. La diferencia más significativa está entre los usuarios de 25 a 28 años que reportaron un interés de un 67.7% contra los de 18 a 20 años que lo hicieron en un 47.7%.

Se anticipaba que si se buscaba una relación formal, el interés por buscar a una persona que viva relativamente cerca sería mayor, pero no fue el caso.

¿Qué tanto le importa que viva cerca (6km o menos)?	Media	N
No le interesa	6.18	50
Muy poco	6.84	82
Regular	6.77	125
Mucho	6.66	71
Total	6.67	328

Tabla 55. *Vive cerca combinado con que busca relación formal*



Así como tampoco lo fue cuando buscan una relación casual.

¿Qué tanto le importa que viva cerca (6km o menos)?	Media	N
No le interesa	4.33	52
Muy poco	4.02	85
Regular	4.26	125
Mucho	4.99	74
Total	4.37	336

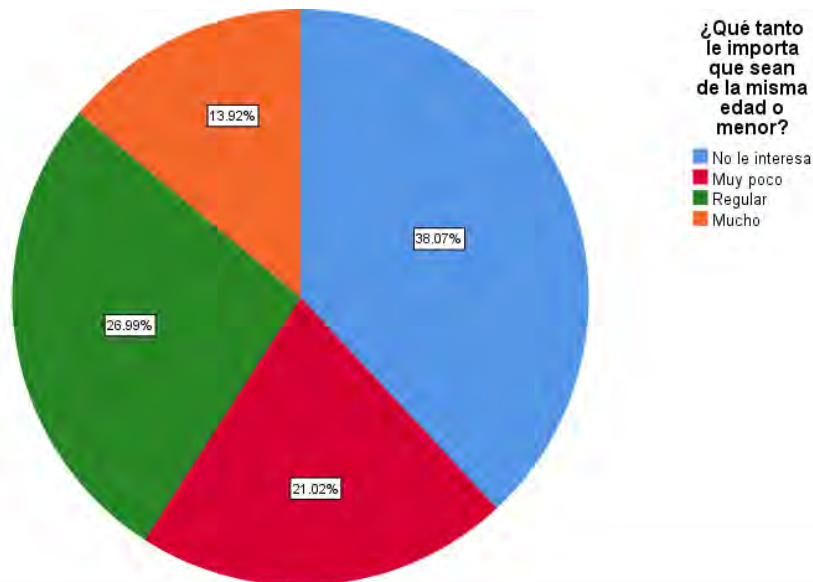
Tabla 56. *Vive cerca combinado con que busca una relación sexual*

A pesar de que estas tablas no reflejan una tendencia clara, para Yanin sí es importante que vivan cerca porque aumenta la posibilidad de conocerse y tener la posibilidad de seguirse viendo.

[Que vivan cerca] Para que haya la oportunidad de que sí nos conozcamos. Eso también tiene una explicación porque hace como dos años conocí a un chico que vivía en Tlalnepantla. Nos caímos súper bien, pero nunca coincidimos (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

### 11. y 12. Diferencias en el interés de la edad del otro usuario

#### MISMA EDAD O MENOR



Gráfica 17. *Misma edad o menor*

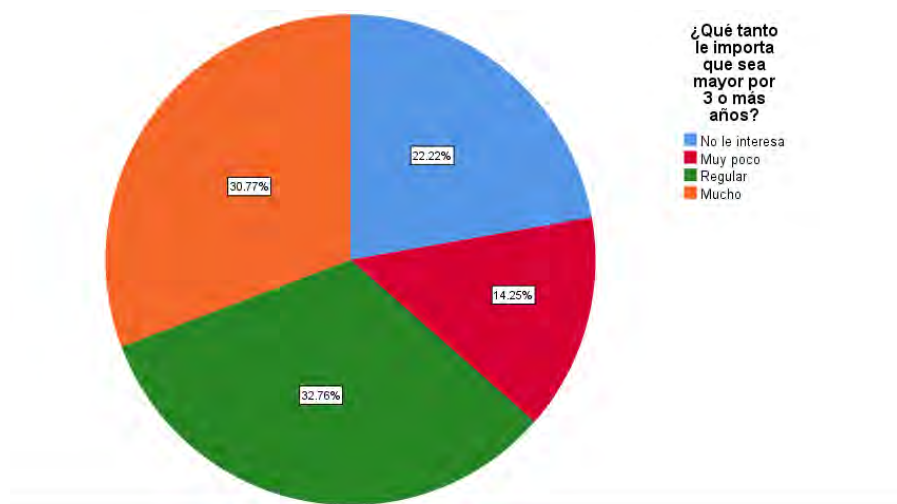
La mayoría de los usuarios reportaron un interés bajo o nulo respecto a que los otros usuarios sean de su edad o menores (38.07% no les interesa y 21.02% les interesa muy poco).

MISMA EDAD O MENOR		
	Interesa	Interesa
	Nada – Muy Poco	Regular - Mucho
<b>Hombres</b>	60.5% (38.4+22.1)	39.5% (30.2+9.3)
<b>Mujeres</b>	57.8% (37.8+20)	42.2% (23.9+18.3)
<b>Heterosexuales</b>	58.4% (37.6+20.8)	41.6% (27.4+14.2)
<b>Homosexuales</b>	60% (35.2+24.8)	40% (28.6+11.4)
<b>Bisexuales</b>	60% (46+14)	40% (22+18)
<b>18 a 20 años</b>	68.2% (52.3+15.9)	31.8% (20.4+11.4)
<b>21 a 24 años</b>	67.5% (43.6+23.9)	32.5% (23.1+9.4)
<b>25 a 28 años</b>	52.3% (31.5+20.8)	47.7% (28.5+19.2)
<b>29 a 31 años</b>	50.8% (31.1+19.7)	49.2% (36.1+13.1)

Tabla 57. *Misma edad o menor*

Los usuarios más jóvenes son quienes reportaron un interés menor por conocer a otros de su misma edad o menores. Las diferencias por género y orientación sexual son mínimas.

### MAYORES DE EDAD POR 3+ AÑOS



Gráfica 18. *Mayores por 3 o más años*

En este caso, se empiezan a evidenciar diferencias hacia el interés de la edad. El desinterés al respecto se redujo a un 22.22%, mientras que quienes reportaron un interés *regular* o *mucho* suman un 63.53%.

<b>MAYOR POR 3 O MÁS AÑOS</b>		
	<b>Interesa</b>	<b>Interesa</b>
	<b>Nada – Muy Poco</b>	<b>Regular - Mucho</b>
<b>Hombres</b>	45.6% (31+14.6)	54.4% (30.4+24)
<b>Mujeres</b>	27.8% (13.9+13.9)	72.2% (35+37.2)
<b>Heterosexuales</b>	38.8% (26+12.8)	61.2% (31.6+29.6)
<b>Homosexuales</b>	26.7% (15.2+11.5)	77.3% (40+33.3)
<b>Bisexuales</b>	48% (22+26)	52% (22+30)
<b>18 a 20 años</b>	43.2% (27.3+15.9)	56.8% (22.7+34.1)
<b>21 a 24 años</b>	33.6% (21.6+12)	66.4% (31.1+35.3)
<b>25 a 28 años</b>	30.8% (19.2+11.6)	69.2% (38.4+30.8)
<b>29 a 31 años</b>	49.2% (26.2+23)	50.8% (31.1+19.7)

Tabla 58. *Mayor por 3 o más años*

Tinder se convierte en un espacio en el que las personas de diferentes edades pueden conversar y relacionarse sin ser estigmatizados, aunque esto también implica el riesgo de abuso, sobre todo considerando que hay menores de edad que alteran sus perfiles para pretender ser de 18. El motivo de estas interacciones no tiene que ser sexual, sino que refiere a diferentes experiencias de vida. Las mujeres reportaron un interés significativamente mayor que el de los hombres respecto a buscar personas mayores, lo mismo que ocurrió con los homosexuales respecto a los heterosexuales o bisexuales.

En las entrevistas fue muy común que el interés hacia personas mayores fuera superior que el de aquellas personas de su misma edad o menores. En el caso de Fabián, Raúl y David, esto se debe a que espera una mayor madurez cuando son de mayor edad.

De 25 a 35. Me gusta la gente mayor. Yo a veces he creado mi prejuicio de que muchas veces cuando son jóvenes, muy jóvenes, pues están en la edad en la que se están conociendo a sí mismos y como que la estabilidad en sí no creo encontrarla en ese rango de edad. A lo mejor es prejuicio mío, pero siento que más bien ellos quieren explorar, quieren experimentar (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Creo que lo tengo de 27 a 40. Menores no. No tengo idea por qué. Yo supongo que eso ha sido por la experiencia que he tenido. Nunca me he relacionado con gente menor y siempre he tenido más facilidad de trato con las personas que son mayores que yo (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Normalmente me gustan mayores (como bien dice la canción de Becky G). Me considero una persona madura en comparación a otros chicos de mi edad –los cuales a veces me desesperan de lo niños que somos en general– y luego está el hecho de que me gusta la sensación de estar con alguien mayor. Me suelen gustar desde un año mayor que yo, es decir, de 23 años a los 29/30 (David, 22 años, Madrid, online).

No busco gente menor que yo porque en la vida real nunca me han aportado nada, solo son inmaduros/as con ganas de sexo rápido y fácil sin complicaciones y sin compromiso, lo que creo q siempre suele ir unido a faltas de respeto (Sara A, 26 años, Madrid, online).

Si estos casos son generales, que aquí reflejan una tendencia contundente, entonces los más jóvenes que buscan una pareja mayor tienen una situación complicada. En esto coincide Irene y lo argumenta.

Pues mi rango esta entre 29 y 34, teniendo yo 30. Menos de 29 me parecen más inmaduros, y que quizás su estilo de vida diste más de lo que busco, algo más serio y estable, alguien de planes tranquilos y diurnos más que nocturnos, y cuanto más joven eres, más te gustan los nocturnos, todos hemos pasado por esa época, pero yo ya la deje atrás. Además busco alguien que trabaje y no estudie, que pueda salir a cenar o viajar y que tenga la capacidad económica de hacerlo, y siendo estudiante todos estamos muy mal de dineros jajaja. Y más de 34 años, me parece demasiado "mayor" no se.. que quizás busquen algo más serio, y de irnos a vivir juntos en seis meses jaja y no me veo preparada para ello. Aunque nunca esta bien generalizar, ni para los menores de 29, ni para los mayores de 34 (Irene, 30 años, Madrid, online).

Ivette, quien también destaca experiencias con usuarios más jóvenes que ella que se encuentran en un momento distinto de sus vidas, se suma a estas posiciones.

Al principio tenía el rango desde 21 y, este, pues están muy loquillos los niños. Son muy chistosos. Todas sus fotos son de fiestas o de viajes. De una vida que cuando ya estás muy grande, pues no existe (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Para Gramenauer, la edad varía dependiendo de la seriedad de la relación que busque. Por ejemplo, cuando buscaba algo casual, el rango de edad era más amplio, pero cuando buscó algo más serio, se redujo.

Si buscaba solamente relaciones esporádicas mi rango podía ir desde los 21 años a los 45. Pero los últimos 8 meses aproximadamente (cuando buscaba más una relación seria) mi rango era de 24 a 33 años (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Alan considera que puede variar de acuerdo con el género.

Me parece que las mujeres mayores lo usan para buscar compromisos muy serios (al punto de buscar marido) y los hombres mayores buscan a veces eso, a veces chicas muy jóvenes que bien podrían ser sus hijas (Alan, 22 años, CDMX, online).

André, que es un joven de 20 años, también identifica diferentes momentos de la vida y de madurez de las personas, aunque no se identifica con esta tendencia que describe.

Lo he visto con mis amistades, que van desde mi edad hasta más grandes: los jóvenes, en mi rango de edad, raramente buscamos establecer una amistad o una relación: buscamos lo más fácil y rápido. La gente mayor, como de unos 35 y más creo que sí buscan, aunque sea, una amistad (André, 20 años, CDMX, online).

Pero otros sí, como es el caso de Xiao que se siente atraído por quienes son más maduros, mientras que para Yolanda y Ana esa madurez también se refleja en la experiencia de vida y que le puedan aportar una perspectiva diferente del mundo.

Los de mi edad no me gustan, 18, 20. Yo busco un físico más maduro. Más o menos de un rango de 28, 30 hasta 40. [¿Por qué?] No lo sé. La verdad que no lo sé. Es una cosa muy rara que yo tampoco lo entiendo. Ni idea (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Muchas veces los que son de mi edad los noto como más críos. Eso no es raro o malo, yo soy muy infantil cuando quiero, pero hay un momento en el que es demasiado. Y cuando son más mayores, yo no sé por qué, si es por el que dirá la gente o algo así, se cortan más. Entonces, ya no son..., lo piensan. Luego también es una cosa importante que es como que tienen más experiencia y te pueden decir cosas que tú no sabes. Alguien con el que has crecido porque ha estado en tu clase, y cosas así, te va a contar lo mismo. Es una forma de asegurarte que esa

persona va a ser completamente diferente a ti y muchas veces están en un círculo diferente, no tienes tantos amigos en común y eso está bien (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Más pequeños que yo, no. Me gusta que tengan un poco más de experiencia en la vida. Los de mi edad, no. [...] Hay gente muy atractiva. Me pueden dar una visión del mundo diferente a la mía (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, Rick coincide en estas diferencias que se pueden dar debido a la edad.

Soy bastante estricto en eso. Como mucho, que tengan un año más que yo, como mucho 31, y la línea mínima al principio tenía 22 cuando tenía 29, pero cuando cumplí 30, ya me puse 23. E incluso te diría que con las de 23 estoy un poco más reacio. 24, vale, y 23 puedo hacer la excepción si veo que la persona puede ser madura, pero menos de 23 las veo muy inmaduras o que es difícil que podamos congeniar. Y por el rango de edad superior, pues, sí que es verdad que acercándose a los 30, con 30 o con 31, van más en mi estilo porque normalmente tienden a buscar lo que yo busco y es más fácil hablar con ellas, porque tienen más experiencia y tal, pero ya a partir de 31 yo creo que es normal en los hombres que buscamos algo más jóvenes (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Sobre todo, coincide en que se pueden percibir en relación con intereses y temas de conversación que pueden no ser comunes por estar en diferentes momentos de sus vidas. Asimismo, resulta interesante ver cómo coinciden estas perspectivas sobre la edad en tanto que hombres heterosexuales suelen buscar mujeres más jóvenes, mientras que las mujeres los suelen buscar mayores. Una construcción social que se reproduce y evidencia a través de Tinder.

Sí se nota mucho la diferencia. Se nota la madurez, la conversación más interesante, menos interesante, el objetivo de ella de a lo mejor de buscar algo más estable o no, se nota mucho. Sí que es verdad que no es posible generalizar porque siempre te encuentras una excepción, pero por lo general es así. A más edad, mejor conversación, mejor madurez (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Aunque cuando el rango de edad es mucho mayor, puede adquirir connotaciones negativas. En algunos casos pueden ser con la intención de los denominados *sugar daddies*<sup>103</sup> como reportaba Ivette.

Era como que tenía un super puesto, también como de partidos políticos y todo eso. Si tú lo ves en la calle piensas “qué señor tan propio”, pero no, estaba super loco. Me persiguió por todos lados y me hizo un escándalo. La primera vez que salimos me compró así cosas, pero a mí no me gusta eso porque me hace sentir como si yo no pudiera. Sólo le di like porque él me dio super like. Por conversación parecía una persona super agradable, pero estaba super loco. Tenía como 50, pero hacía mucho ejercicio y por eso se veía más joven. Se ve que tenía buena posición porque tenía una buena familia (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

En otros casos, también suelen ser personas casadas que buscan experiencias casuales, motivo por el cual generalmente esconden su rostro.

En Tinder España más mayores suelen estar relacionados a malas experiencias. Por ejemplo, a mí me da mucha rabia ver a alguien que esté casado y no me gusta porque pienso en la otra persona, no, no. Yo siempre soy de terminas el primer plato y luego vas al segundo. Lo de ser infiel no me gusta nada. [...] [Sobre si dicen que están casados] Sí, sí, sí. [Dicen que] “estoy buscando un amante”. [...] También veo mucha gente con síndrome raro de que te ven como si fueses su hijo y es raro porque dices “ya, pero es que con tu hija no podrías hacer lo que quieres hacer conmigo”. Y eso pasa mucho en Tinder con gente mayor. Pasa montón. No sé si es porque deciden ser super directos y ya está. [...] Los que son mayores como que no muestran su cara. Siempre es como que sombras, un lado, cosas así, porque me imagino que es eso, que no están haciendo algo correcto, así que no quieren dar la cara (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

---

<sup>103</sup> Un *sugar daddy* es un hombre con dinero que suele ofrecer regalos, viajes o incluso el propio dinero a cambio de la compañía o relaciones sexuales con otros hombres o mujeres que generalmente son mucho más jóvenes. Se trata de personas que no buscan una relación formal, sino encuentros esporádicos. Como ejemplo, el sitio “Seeking Arrangement” actúa como intermediario para facilitar estos encuentros. Ambas partes saben de antemano qué es lo que buscan y qué es lo que ofrecen. El sitio describe *sugar daddy* como “Hombres y mujeres exitosos que saben lo que quieren. Están impulsados y disfrutan de una compañía atractiva a su lado. El dinero no es un problema, por lo que son generosos cuando se trata de apoyar a un bebé de azúcar”, mientras que describe al “bebé de azúcar” como “Gente atractiva que busca las cosas más finas en vida. Ellos aprecian viajes exóticos y regalos. Los bebés del azúcar llegan a experimentar un estilo de vida lujoso, y satisfacen a gente rica sobre una base regular”: <https://www.seekingarrangement.com/es/how-it-works> (31 de mayo del 2018). Como se observa, se trata de una relación en la que ambas partes están de acuerdo en que sea principalmente material y superficial y están bien con ello. No es exclusivamente heterosexual, ni tampoco es exclusivamente hombre el *sugar daddy*, sino que también puede haber *sugar mommy* que busque hombres o mujeres jóvenes como compañía.

Precisamente esto que menciona Yolanda es uno de los elementos que constituyen una representación negativa de Tinder, sobre todo entre los que no son usuarios, pero conocen la aplicación (Ver 492-498). El uso de Tinder para buscar amantes, sean hombres o mujeres, aumenta con la edad debido a que son personas que buscan experiencias sexuales fuera de su matrimonio, aunque también existe otra aplicación para este uso específico, Ashley Madison, que ganó visibilidad tras la filtración de sus usuarios y las consecuencias que tuvo al evidenciar las infidelidades, que en algunos países podían estar gravemente castigadas por la ley<sup>104</sup>. Por otra parte, uno de los riesgos más graves de Tinder, como también ocurre con aplicaciones similares como lo es Grindr, es el del abuso de menores de edad que pueden crear cuentas falsas para ingresar a las aplicaciones.

En conclusión, hay diferencias en los grupos de género, edad y orientación sexual de acuerdo con la característica que se está analizando, lo que refiere a un uso distinto de Tinder que se tiene que considerar en un estudio. Este análisis detallado refleja que no basta con conocer qué características de los otros usuarios son evaluadas y valoradas al momento de decidir si hay un interés o no por esa persona, sino que va a variar dependiendo de las características del propio usuario y de los diferentes momentos de su vida, motivo por el cual su uso de Tinder y las personas que le interesan muy posiblemente van a cambiar.

#### **4.3.3 Filtros y estrategias de uso de Tinder**

Cuando se trata de atraer a los otros usuarios, sea cual sea el motivo de uso de Tinder, es común utilizar estrategias. El análisis se organiza en tres niveles: las fotografías estratégicas, las descripciones estratégicas y usos generales estratégicos de Tinder.

---

<sup>104</sup> Se filtró la información de más de 30 millones de usuarios de todo el mundo. <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/08/19/how-to-see-if-you-or-your-spouse-appear-in-the-ashley-madison-leak>



## 1) Fotografías estratégicas

### a) Selección estratégica de fotografías propias

Elegir fotografías en donde se vea atractiva la persona no es suficiente. Es importante que puedan agregar información deseada sobre los intereses, actividades y hábitos de la persona. De esta manera, en el imaginario, una foto puede corroborar una descripción que indique que le gusta practicar cierto deporte o que refiera a que le gusta la aventura. Por otra parte, también las fotos pueden ilustrar la profesión o los estudios, así como rasgos de la personalidad e intereses.

Si se toma esto en consideración, las fotos se convierten en un recurso estratégico al momento de relacionarse con un indeterminado número de desconocidos. Como no es posible conversar con ellos antes de que se haga match, las fotografías tienen que ser las que cuenten la historia de la persona y las que justifiquen el por qué debe de recibir un like.

En las interacciones que se tienen con cualquier persona, sean presenciales o mediadas, siempre hay una intención performativa, esto es, una tendencia a desempeñar un rol que se considera pertinente para establecer una comunicación asertiva. Ahora, en Tinder, considerando que la primera impresión está limitada a las fotografías y es principalmente visual, también puede utilizarse de manera estratégica para manejar las impresiones como se consideren convenientes. Un ejemplo de una fotografía estratégica con esta intención lo comparte Karen sobre sus impresiones acerca de la experiencia en Tinder de su conocido:

En sus fotos se ve distinto, están muy bien cuidadas, no se ve su estatura, porque es de baja estatura. Se toma fotos con sus tatuajes o gatos porque cree que le atrae a las chicas, pero ahora estará deprimido porque ya tiene novia [risa], pero antes le funcionaba muy bien para salir con dos o tres chicas a la semana. Ya tenía como una estrategia para hacer matches (Karen, 31 años, CDMX).

Es un ejemplo muy ilustrativo y común, pero al final, si la intención es tener un encuentro presencial, se cotejan las impresiones imaginadas, la representación que se había hecho sobre la persona, con lo que se observa cara a cara y puede conllevar una distorsión de lo que se esperaba.

Dado el hecho de que un individuo proyecta eficazmente una definición de la situación cuando llega a presencia de otros, cabe suponer que dentro de la interacción quizá tengan lugar hechos

que contradigan, desacrediten o arrojen dudas sobre esta proyección. Cuando ocurren estos sucesos disruptivos, la interacción en sí puede llegar a detenerse en un punto de confusión y desconcierto. Algunos de los supuestos sobre los cuales se habían afirmado las respuestas de los participantes se vuelven insostenibles, y los participantes se encuentran en el seno de una interacción cuya situación había sido equivocadamente definida y ahora ya no está definida en modo alguno. En tales momentos, el individuo cuya presentación ha sido desacreditada puede sentirse avergonzado, mientras los demás circunstantes se sienten hostiles, y es posible que todos lleguen a encontrarse incómodos, perplejos, desconcertados, experimentando el tipo de anomia que se genera cuando el pequeño sistema social de la interacción cara a cara se derrumba (Goffman, 1959).

Como señala Goffman, el desconcierto que genera la ruptura de la representación imaginada con la real puede conducir a poner fin a la interacción, o por lo menos una pérdida del interés. En el caso de David, el contraste fue todavía mayor porque el otro usuario había creado un perfil falso.

Sí, tuve una experiencia en la cual un hombre adulto suplantó la identidad de un chico joven. Yo todavía era algo inexperto e inocente y me lo creí. Tampoco eran fotos de un chico fuera de lo común: era guapete, pero no un modelo. Por eso mismo, no caí en que podía ser una suplantación de identidad porque no lo vi fuera de lo común. Quedamos en un sitio público (ahí sí que fui precavido) y, cuando se presentó, no entendía nada. Le dije que no iba a estar perdiendo mi tiempo con un mentiroso y que ni se le ocurriera seguirme ni nada porque le denunciaría y me fui. Tuve la suerte de que me hizo caso y no insistió. Cuando me monté en el bus, atacado de los nervios (fue un poco chocante, la verdad), denuncié su cuenta de Tinder y le eliminé. Por lo demás, en general ha solido corresponder bastante lo que decían con lo que hacían después mis matches. Además, si veo que no dan conversación o que no muestran interés, dejo de hablar con ellos (David, 22 años, Madrid, online).

En el caso de Gramenauer, las mujeres a las que conoció no mintieron, pero no correspondían con la imagen que él había creado sobre ellas a partir de las fotografías que mostraban.

Digamos que un 25% de ellas era considerablemente menos atractiva de lo que me esperaba. Un 50% era relativamente menos atractiva de lo que me esperaba. Y el otro 25% era como me las imaginaba. Con la experiencia es más fácil anticipar esas situaciones por las fotos. Cuando tienen pocas fotos es sospechoso. Cuando salen siempre de la misma forma o en el mismo perfil, también es sospechoso. Cuando no salen de cuerpo entero es porque tienen sobrepeso. Es

normal elegir fotos que nos favorezcan, pero hay mucha gente que engaña de forma flagrante sobre su aspecto (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

En una relación mediada que se materializa en un encuentro presencial se pueden suscitar impresiones diferentes y desconciertos sobre la apariencia o personalidad de la persona porque pueden haber mentido o manipulado la intención que deseen que tengan las fotografías, pero también muchas veces se debe a que la otra persona crea expectativas que no corresponden con la realidad debido a que todo el proceso con la persona previo a la cita ha sido imaginado a partir de los pocos elementos disponibles y, por ello, puede haber una tendencia hacia una idealización superior que con las personas que se conocen en situaciones cotidianas, una idealización que terminar con la confrontación presencial en donde se corrobora o se corrigen las impresiones que se habían hecho.

Un caso similar, y que suele ser general, es el de Áyda, que conoce cuáles son sus atributos y por ello tiene la intención de hacerlos lo más evidente posible al mostrar sus fotos en Tinder. Esto no está limitado a interacciones mediadas, sino que toda persona que tenga la intención de tener éxito en una situación social recurrirá a estrategias para dar visibilidad a aquellos atributos que considere más atractivos.

Claro, sabía perfecto lo que quería transmitir, mi estrategia siempre fue mostrar mis mejores atributos.. ( físicos, que en mi caso es mi cara, haha), sabía que muchos me iban a escribir diciendo lo bonita que era (no no es por egocéntrica, simplemente uno sabe cuales son sus cualidades) (Áyda, 26 años, CDMX, online).

Así que las fotografías pueden ser estratégicas, como también lo es el caso descrito anteriormente por Yolanda que buscaba compañero para atrapar pokémons (Ver p. 380). Estas estrategias son reflejo de las experiencias vividas y aprendidas a través de terceros, sean personas apreciadas, sea lo escuchado a través de conocidos o de la televisión, leído en una revista o en una página de tips para ligar en Internet. Se construyen representaciones sociales que influyen en la manera de actuar de acuerdo con lo que se anticipa como deseable.

No me gusta tanto tomarme fotos sonriendo, no sé por qué, pero el chiste es mostrarme amigable (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

A pesar de que no suele tomarse fotografías sonriendo, Raúl sabe que es una característica valorada en Tinder. Si se piensa en la aplicación como en un juego desde la ludificación, ésa sería una estrategia para aumentar sus posibilidades de éxito.

Otro caso es el de Alan, quien hizo la prueba con distintas fotos principales para su perfil que lo mostraban en diferentes situaciones. Este caso tan representativo es parte del “ensayo y error” que es parte elemental de Tinder, como de la vida cotidiana. Las experiencias que se tienen son las que dictan la manera en la que se procederá cuando se encuentren en una situación similar.

Probé un par de veces cambiando la foto principal para ver si obtenía más o menos likes porque yo creo en el poder de la primera impresión. Lo hice con una foto donde salgo formal de traje con expresión seria y otra donde salgo vestido casual pero con expresión alegre. A pesar de que no he visto gran cambio en la cantidad de matches que consigo, me gusta más ofrecer la segunda como primera impresión (Alan, 22 años, CDMX, online).

Estos cambios en el perfil y en el performance permiten ver a Tinder como un tipo de videojuego, una ludificación de las relaciones afectivas, sociales y sexuales, aunque las interacciones sean reales. En realidad, en la vida toda acción está basada en ensayos y errores que ayudan a construir el instinto que guiará la manera en que se va a proceder próximamente, pero es en Tinder donde la opción de *resetear* parece más accesible, ya que los errores o fracasos que ocurran en la aplicación parecen quedar olvidados y permite pasar con la siguiente persona.

Como Tinder es un espacio en el que se relaciona con personas completamente desconocidas, pero que al mismo tiempo la opinión de todos es potencialmente muy importante por tratarse de posibles parejas, amistades o encuentros, o simplemente de personas que puedan validarle a uno.

## b) Análisis de las fotos de los potenciales matches

Así como es importante tener una estrategia para subir fotografías que generen una impresión positiva en los demás, es igualmente relevante saber interpretar lo que dicen las fotos de las otras personas.

Para empezar, al momento de analizar una fotografía, no se está partiendo de una imagen en blanco libre de preconociones, sino que también se hace a partir de experiencias propias y de terceros y por ello las opiniones pueden variar, como es el caso de Sofía, que para ella, a diferencia de otros casos mencionados, las fotografías realizando actividades, con amigos o de viaje no le resultan atractivas y preferiría ver a la persona libre del performance.

(...) me da mucha manía esa gente que sale escalando, de fiesta con otros 5 amigos, haciendo surf y en el Macchu Pichu. Es como: vale, genial los paisajes pero, ¿y tú cómo eres realmente? Me apetece más conocer a la persona que los lugares donde ha estado y cosas así. Por eso yo procuro que en mis fotos se vea cómo soy yo y ya está (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Como se ha dicho, existen diferentes opiniones al respecto y al final suelen estar influidas por la experiencia vivida de cada persona. Para algunas personas las fotografías que remiten a viajes o a actividades son atractivas porque complementan el perfil del usuario, pero todo esto dependerá de las personas que se haya conocido en Tinder y si los resultados fueron positivos o negativos.

Yo creo que es un filtro cuando los hombres están en ropa interior. O las mujeres (Karen, 31 años, CDMX).

Lo chicos que ponen la primera foto sin camiseta, los que posan mucho con carita "sexy" o algunos con muchas chicas. Si quieres algo serio no creo que pongas fotos con mil chicas a tu alrededor y enseñando musculitos. Es cierto que el físico es una parte importante y si ponen una foto en bañador o sin camiseta, pero no la primera, no tiene que significar nada. En mi caso no tengo ninguna foto en bikini por eso mismo, porque no quiero atraer a chicos que no busquen "algo serio". Pero bueno es mi forma de verlo y muchas veces aunque no pongan ese tipo de fotos tampoco buscan nada serio (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Es que en las fotos notas un buen quién es super sexoso. La posición. Un chico que sale así como [¿?] con lentes oscuros, es más probable que sea ese tipo de perfil. En cambio, un chico no sé, que está, por ejemplo, haciendo deporte, con sus amigos, que está con sus mascotas o de viaje se me hace un chico más confiable. Los que se desnudan mucho, tampoco (Yanin, 31 años, CDMX).

(...) muchos de los hombres que buscan algo fácil tienen como foto de perfil presumiendo su torso — especialmente los que tienen un abdomen y pecho marcado —, tienen poca información sobre ellos, o incluso lo dicen explícitamente en su perfil (André, 20 años, CDMX, online).

Las personas que suben fotos en ropa interior, como dicen Karen, Mariana y André, son un ejemplo muy claro de filtro. En una plataforma como Tinder, debido a la representación social en que se encuentra, mostrarse sin camiseta o en ropa interior suele tener la función evidente de hacer visible su cuerpo porque están buscando un reconocimiento o una relación sexual sin compromiso, un encuentro físico que no necesariamente tenga implicaciones emocionales, un motivo que en algunas ocasiones se aclara de manera explícita en la descripción. Buscar relaciones sexuales a través de Tinder es un uso válido y muy común, pero que muchas veces tiende a generar decepción en los usuarios cuando esperaban algo distinto; por ello, hacer uso de estas estrategias de filtro facilita que las personas con intereses similares se encuentren más rápido, así como reduce la incidencia de encontrarse en conversaciones que se dirigen hacia direcciones opuestas y que generen una opinión negativa sobre los usuarios de Tinder, desde ambas perspectivas.

Sobre esto, Sonia destaca las manipulaciones que pueden ocurrir en Tinder, ya sea por mentir, por orientar hacia un objetivo en concreto o por tergiversar la información. En este caso, comparte una anécdota en la que hace ver a su amiga que el otro usuario con quien hizo match y por quien se siente atraída no es necesariamente quien ella cree o quiere que sea a través de cotejar su información con la historia que pueden contar las fotografías de su Instagram que comparte.

Yo le decía a mi amiga “oye, pues ten filtros. Fíjate a quién le estás dando like, cómo conversas, ver a quién le das la oportunidad...”. Pero por lo general en los hombres era una onda casual. “¿Ves que vinculas Instagram?” Le decía a mi amiga. “Ve su Instagram, tiene una foto con su novia la semana pasada. Eso te dice qué quiere él”. Y es que ella se ilusionaba muy rápido porque le decían “Estás hermosa” y me dice “es que me gusta que me digan eso”. A todos nos gusta, pero también debes de darte cuenta de quién y por qué lo está diciendo. No es sincero (Sonia, 26 años, CDMX).

Analizar las fotografías de otros usuarios es una tarea muy difícil, sobre todo cuando la experiencia en Tinder apenas comienza. La presencia de los amigos y conocidos que ya tienen experiencia en este tipo de relaciones siempre es apreciada y valorada, porque ofrece una mirada más completa, complementaria y experimentada para cotejar con la propia, como la anécdota de Sonia.

c) El análisis de los otros perfiles como estrategia de filtro

Finalmente, si se tiene claro un perfil del tipo de persona que se desea conocer, a partir de un análisis de las fotografías con base en experiencias propias y compartidas, se puede hacer un uso más selectivo de los likes con la intención de filtrar únicamente a aquellas personas que cumplan con el perfil deseado, o por lo menos de descartar a quienes no le interesen, como el caso de Áyda que hace una observación sobre los elementos que refieran a un estatus socioeconómico de acuerdo con el perfil de persona que desea conocer.

Me fijaba mucho en lo que ponían en su perfil, en cómo eran físicamente y un poco en el fondo de las fotos. Esto para tratar de ver algún status social, siendo honesta....No que me interesaría pero de igual manera no buscaba salir con un "mirrey" ni con un "pandroso" (Áyda, 26 años, CDMX, online).

Y esta estrategia la llevaba todavía más lejos: conocía en qué regiones de la Ciudad de México el nivel socioeconómico es mayor o menor y en función de ello utilizaba Tinder en un radio seleccionado en función de sus intereses.

Me conectaba cuando estaba en lugares que sabía que podían existir buenos candidatos, por ejemplo en La Roma, en La Condesa (si buscaba extranjeros emprendedores) o Polanco (si buscaba niños emprendedores, o de "buena familia" arreisgandome claro que fueran patanes) considera lo siguiente: DE TODOS LADOS PUEDEN SALIR DE BUENA FAMILIA O PATANES, simplemente aumenta la probabilidad de un patán cuando se sienten dueños del mundo por tener algo de diner... y de buena familia, era un bolado... por que buscaba a alguien con los mismos valores que yo (Áyda, 26 años, CDMX, online).

El uso de Tinder es complejo y los estudios sobre lo que ocurre en la aplicación pueden reflejar una autopercepción más consciente de lo anticipado, así como del rol de los demás. La descripción es otro ejemplo de ello.

## 2) Descripción estratégica

Como se vio en apartados anteriores, la descripción es una de las características más valoradas en Tinder, aunque también muchas veces descuidada en el perfil propio, como es el caso de Sara A.

Antes daba siempre likes para tener match, ahora soy mucho más crítica con eso y si no me gusta, no doy like. Tiene que gustarme físicamente, o las fotos (la manera de hacerlas). Casi nunca miro la descripción (Sara A, 26 años, Madrid, online)

Si se crea una descripción estratégica de acuerdo con las intenciones que se tenga y lo que se quiera reflejar, es posible que haya una mayor recurrencia de matches. Esta parte discursiva es un elemento significativo del self digital ya que no hay un guion sobre qué debe de mostrar la descripción, sino que es un espacio completamente abierto y tanto lo que diga, como la manera de expresarlo, será un reflejo de la persona.

Las descripciones y conversaciones graciosas suelen generar empatía y confianza, pero es importante que guarden una relación con uno mismo y no que parezcan frases colocadas sin relación con la persona.

Trato de ser cordial, en sencillo "hola, qué tal estás?" Si veo por el perfil que alguien tiene un sentido de humor similar al mío, trato de indicar eso por hacer un chiste o algo así (Alex Z, 22 años, Madrid, online).

Lo más que he hecho ha sido escribir descripciones graciosas de cuando en cuando y es de las cosas que más me ha dado resultados (Alan, 22 años, CDMX, online).

En el caso de Sofía, después de un uso de Tinder, elaboró una descripción más pensada y menos espontánea, con tintes cómicos con la intención de ayudar a sus posibles parejas a tener un inicio de conversación más original y no los que siempre suele recibir.

Sí, lo que tengo puesto es: Por cada "Hola, qué tal?" muere un gatito; tú puedes salvarlo contándome algo sobre ti, haciendo un chiste malo o tirándome directamente los tejos". La verdad es que sí anima a los chicos a empezar la conversación de otra manera, en general (Sofía, 26 años, Madrid, online).



El intento por ayudar a crear un escenario espontáneo de conversación es una estrategia importante porque le facilita decidir con qué personas decide continuar las conversaciones y a cuáles retirar el match, pero no siempre ha sido una experiencia positiva.

Bueno, ha habido de todo. Algunos realmente me han dicho cosas graciosas o han empezado la conversación de alguna manera más interesante; otros a lo mejor han puesto un icono, un gif o una chorrada y tras eso me han dicho que ya han salvado al gatito, que si ya pueden preguntarme qué tal. Vamos, el mismo rollo (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Asimismo, durante el proceso de filtrar posibles parejas, un ejemplo de este tipo de estrategia es la que utilizó Karen, quien tiene una formación como editora, y agregó en su descripción el latín *lorem ipsum*, un recurso textual que muy pocas personas podrían entender porque refiere a un conocimiento específico, pero que quienes lo hagan, sabía que compartirían un interés específico en común con ella. Y así fue.

Un tiempo tuve una descripción que decía básicamente qué hago y qué me gusta. Después, como que me aburrí mi propia descripción de mi misma y como soy editora puse un chiste, el *lorem ipsum*, que es el texto falso, y eso pegó más porque pensaron que estaba loca, o hablaba latín o era un filtro, porque si entendían que era eso, ya no era como cualquier persona. Hubo alguien que me dijo: si Tinder es la pregunta de quién eres, excelente respuesta (Karen, 31 años, CDMX).

Como Karen, Ana también creó un filtro a través de su descripción. Para eso, es importante distinguir diferentes momentos en su uso de Tinder: en la primera etapa, sus fotos mostraban su cuerpo de modo misterioso y ocultaba su cara, lo que generó mucho interés de parte de las otras personas y obtuvo matches.

Buf. Pues mi perfil anterior tenía muy pocas fotos y no se me veía. Te lo tenías que imaginar, se veían como partes. Y eso a todo mundo le parecía interesante (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Pero después fue cambiando su estrategia, así como ella iba cambiando como persona. Uno de estos cambios significativos fue en paralelo con sus estudios y el acercamiento a la política y al feminismo, dos temas que son de gran relevancia social pero proporcionalmente polémicos en

redes sociodigitales. En el caso de Ana, reporta que se fue haciendo cada vez más selectiva y que, a partir de agregar su interés por política y feminismo, se redujeron todavía más sus matches.

En la segunda me volví un poco más selectiva y en la tercera ya era super selectiva. Puse feminismo y política y ahí es un filtro que no te puedes ni imaginar. Me quité a muchos esposos [...] Si te suelen hablar en plan sobre esos temas. Algunos se la dan un poco de sabiondos y otros van y les das like porque solo ves la foto y no sabes lo que hay detrás y te empiezan a trollear. Entonces es pues, ciao, cancelar compatibilidad. Como tengo lo del feminismo, empiezan a preguntar a tirar... (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

En el momento de la entrevista se encontraba en un momento en el que ya no usaba Tinder con tanta frecuencia como antes, pero es posible que si siguiera utilizándolo con esa descripción, sus matches fueran pocos, pero de mayor calidad en tanto que implicaría que congenian en la manera de pensar y que, por lo menos habrán temas de conversación amplios. Aun así, está también el riesgo de que, como reporta, haga match con posibles *trolls*<sup>105</sup> que simplemente tengan la intención de molestar y ganar atención.

Es común encontrar en las descripciones de los usuarios de Tinder únicamente la referencia “4.20<sup>106</sup>”, uno de los códigos y estrategias de filtro más comunes en Tinder, pero que muchas personas desconocen qué significa. Ivette era una de ellas y no fue sino hasta que se encontraba en la conversación con la otra persona que comprendió el contexto.

Ahora sé que no debo de darle like a los que dicen 4.20. Una vez me tocó que me dicen “¿tú también eso?” y te juro que yo no sabía (Ivette, 28 años, CDMX).

Una descripción muy común es la descripción en blanco, esto es, aquella que no dice nada más que la información personal básica disponible. Esto se debe a que se le suele dar poca importancia a este recurso, pero como se ha visto, tanto como estrategia para generar atracción

---

<sup>105</sup> De manera general, el *troll* en espacios digitales se refiere a una persona que busca atención, muchas veces a través de la provocación en foros de discusión o redes sociodigitales. En Tinder, los *trolls* son usuarios que suelen hacer match con la intención de provocar a las otras personas por el contenido de sus fotografías, por su apariencia o alguna característica sociodemográfica, por sus creencias o preferencias políticas, así como pueden estar motivados por la intención de crear reacciones que puedan parecer “graciosas” y compartirlas en alguna página de Facebook, Twitter o Instagram.

<sup>106</sup> Es un código para referir a que a la persona le gusta fumar marihuana.

como para conocer más sobre la otra persona, es muy valioso y más apreciado de lo que se suele reconocer.

### 3) Estrategias generales del uso de Tinder

#### a) La importancia de la ortografía

Finalmente, un filtro que se destacó en las entrevistas fue la importancia de la ortografía. Como señalan algunos de los entrevistados, la atracción y el interés por la persona se puede perder si la expresión escrita no es lo que esperaban.

La ortografía. Si te dicen “ola k ase”, se acabó (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Me gusta la ortografía, cómo redactan. Es muy importante en la descripción o ya al momento de platicar. No sé por qué, pero cuando no ponen tilde... Puede estar muy guapo, pero si no pone tilde, lo mata totalmente (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Para mí es importante porque busco una persona con un nivel cultural y si me empiezan a escribir con diminutivos o lenguaje de SMS, pues me genera un poco de rechazo. Porque ya es como... tampoco hace falta que escribas como Cervantes, pero yo qué sé, por lo menos que escribas bien. Eso para mí es bastante importante. Pero por suerte, no sé si fue la intuición o lo que sea, la mayoría me ha escrito bien. Y la que me ha escrito mal, hemos ido mal. La he conocido y no ha habido [conexión] (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

A la mejor si tú ves muy buenas fotos, pero mala ortografía o así, dices “qué horror” (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

A mí si escribe bien, bien; si escribe mal, dislike. [¿En qué grado?] En máximo. Soy muy *bater* de la ortografía mal hecha (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Por supuesto, esta tendencia puede variar y no fue explícitamente analizada con mayor detalle en los cuestionarios. No obstante, si bien no tiene que ser perfecta, sí se aprecia la claridad en la expresión como un complemento de la imagen que se hacen de la persona. Como se ha dicho en diversas ocasiones, en una interacción mediada, cada detalle es significativo.

## b) Tinder y la posibilidad de conocer extranjeros

La compañía se ha asegurado de promocionar el uso de Tinder cuando el usuario viaje a otra ciudad o país porque le permitirá conocer personas distintas y, a través de ellas, nuevos lugares. Este uso, que es común en los videos promocionales de la aplicación y en el discurso de la misma, es muy apreciado por los propios usuarios. No obstante, el deseo de conocer personas extranjeras también ocurre en el lugar donde viven, algo que es facilitado cuando los usuarios mismos indican que están de viaje o que son originarios de otro país.

Lo diferente suele resultar atractivo y las personas no son la excepción, ya sea porque puedan tener rasgos físicos distintos o porque su experiencia sociocultural pueda ser diferente y complementaria con la propia. Hay dos maneras en las que Tinder puede facilitar el contacto con usuarios de otros países: la primera y la más práctica, aunque la menos sencilla, es pasar todos los perfiles disponibles y sólo dar like a aquellas personas que indiquen ser de otros países; la segunda, menos práctica pero certera, es contratar Tinder Plus y cambiar la localización del Tinder del usuario a la del país y ciudad que desee, pero el problema será que físicamente estarán a una distancia considerable lo que dificultará un encuentro en persona.

Sí, mi *roomie* está obsesionada con que se quiere casar con un extranjero. Si ve que son europeos, más que latinoamericanos o norteamericanos, ella sí les da like (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Al respecto, Ivette coincide.

Algo que hace Tinder también es que tú puedes conocer gente que no es de aquí, entonces yo creo que muchos y muchas han hecho eso: los hombres buscan extranjeras y nosotras extranjeros. Entonces te da la posibilidad de conocer otro tipo de mentalidad (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Para ella, conocer extranjeros es lo que más le ha gustado de Tinder y sabe que de otra manera hubiera sido muy difícil hacerlo.

[Sobre a cuántas personas ha conocido] Ay, no sé, no creo que me acuerde. Como unas 20. Yo creo que sí. La mayoría extranjeros. Yo creo que son más, entonces. La mayoría extranjeros y unos pocos mexicanos. Yo creo que todos los mexicanos son mis amigos, bueno, les sigo hablando y tienen novia, me cuentan su vida, y cosas así. Todo estuvo bien (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

### c) Apertura de la distancia de la visibilidad de perfiles de los otros usuarios

Si bien el estudio realizado se llevó a cabo en las capitales de México y España, dos de las más grandes ciudades de cada uno de los países y de mayor cantidad de usuarios de Tinder, el uso de la aplicación tiene otras implicaciones cuando ocurre en ciudades o pueblos con menos habitantes. Para empezar, son menos usuarios y la posibilidad de que se conozcan, sean cercanos o no, es mayor, algo que puede ser no deseado para algunos usuarios. Por ello, Gramenauer, que a pesar de que vive en Madrid no se encuentra en el centro de la capital, aumenta la distancia de visibilidad de perfiles de usuarios de Tinder para alcanzar al centro de Madrid y poder tener un marco más amplio de posibilidades.

Lo utilicé durante 5 o 6 meses aproximadamente. Sí que fue de provecho. Además de tener 5 superlikes diarios y 1 boost mensual, la clave para mí fue poder elegir mi ubicación. Al vivir a 26 Km de Madrid capital no hay mucha población ni muchas personas que utilicen Tinder. Yo podía poner un rango de 30 Km. Sin embargo, la gente que vive en Madrid capital no suele poner un rango tan amplio porque no lo necesitan. Con poner un rango de 2,3,4,5 o 10 Km ya tienen miles de usuarios con quienes interactuar. Ahí estaba la ventaja del Tinder Plus. Yo establecía mi ubicación en Madrid centro y mis posibilidades de que me vieran muchas mujeres subían muchísimo (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Todos los elementos analizados en este apartado son constitutivos del self digital en la relación con las otras personas. Como se mencionaba, esta relación es tanto imaginada como real ya que refiere a dos momentos distintos en la experiencia en Tinder: uno antes de iniciar la conversación y el otro después de haberlo hecho.

Las interacciones mediadas por dispositivos electrónicos, como es el caso, no ocurren en un espacio físico compartido y muchas veces tampoco en tiempo real, por lo que adquiere un rol más significativo el proceso de imaginación de las otras personas y de la plataforma que se utiliza a partir de las representaciones sociales construidas sobre estos elementos.

En el siguiente capítulo se plantea un análisis del rol de la mediación tecnológica en la interacción entre los usuarios, uno de los principales atractivos de Tinder. Se analiza la transición de lo digital a lo presencial, esto es, el momento en el que se pasa de haber hecho match y conversado en Tinder, WhatsApp o alguna otra plataforma a la interacción cara a cara tras haber acordado una cita. Esta transición es significativa porque permite hacer un análisis del rol de la mediación tecnológica y de las diferencias tangibles y supuestas de los cambios en el escenario de la comunicación.

Además, se realiza un análisis desde la teoría de las representaciones sociales para comprender las diferentes percepciones y usos sobre Tinder de los distintos grupos con los que se trabajó: un análisis comparativo entre usuarios de Ciudad de México y de Madrid y un análisis comparativo entre usuarios y no usuarios de Ciudad de México. Ambas perspectivas de análisis ayudarán a construir una mirada holística sobre los significados de Tinder y cómo estas percepciones influyen en el uso individual que hace cada usuario.

Tanto las representaciones sociales como la mediación tecnológica deben de comprenderse en conjunto. Se parte de la hipótesis de que precisamente la mediación del teléfono facilita evidenciar representaciones sociales desde las que actúan las personas y de las que muchas veces no son conscientes, pero que influyen en su acción, algo que también se analiza en paralelo con la Teoría del Actor-Red.

## CAPÍTULO 5

### MEDIACIÓN TECNOLÓGICA SOCIAL EN TINDER

#### ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LA CIUDAD DE MÉXICO Y MADRID

##### **5.1 La mediación tecnológica en Tinder**

Uno de los momentos más significativos en la experiencia de Tinder, como también en el análisis de los usos y representaciones de la aplicación, es el cambio de escenario de interacciones, la transición de la interfaz digital del teléfono al primer encuentro cara a cara en una cita, la conversión del perfil digital en una cara con expresiones que reaccionan inmediata y espontáneamente en tiempo real, el paso del self digital a un self presencial, el momento en el que se cotejan todas las impresiones que se habían recibido y construido a través de la interacción mediada. En el capítulo 4, descriptivo, se analizaron los primeros dos momentos –antes del match y después del match– y ahora se analiza el tercer momento, esta transición más allá de lo digital en donde la mediación tecnológica y los imaginarios de las representaciones sociales se cotejan con la realidad presencial inmediata. El proceso de mediación tecnológica, recuperado de la mediación técnica de Bruno Latour (Ver nota al pie p.6), se adapta desde la Teoría del Actor-Red, asumiendo que Tinder y el teléfono, como actantes, puedan influir en la acción de las personas

Los resultados se presentan a partir de un análisis comparativo entre lo obtenido en los cuestionarios de Ciudad de México y de Madrid. En ambos casos se aplicaron los mismos cuestionarios de manera que los datos fueran comparables. Por otra parte, en las entrevistas se hicieron preguntas para poder profundizar en la interpretación del significado del rol de la mediación tecnológica en sus experiencias.

### 5.1.1 Usos e implicaciones de la comunicación mediada

Tanto en el segundo cuestionario de la Ciudad de México como en el cuestionario de Madrid se aplicaron preguntas para indagar sobre tres aspectos específicos que están intrínsecamente relacionados entre sí. Las preguntas son:

\* ¿Te resulta más fácil comunicarte con desconocidos (parejas potenciales) cara a cara o a través del teléfono móvil / chat / Tinder?

- a. Es más fácil para mí cuando la conversación es cara a cara
- b. Me siento más cómodo/a cuando es a través del teléfono / Tinder
- c. No me parece que haya una diferencia significativa

\* ¿En Tinder te comportas de manera distinta de como lo haces fuera de la aplicación?

- a. Sí
- b. No

\* ¿Qué pareja tiene más posibilidades de ser feliz?

- a. Una pareja que tuvo su primer encuentro cara a cara y después iniciaron su relación
- b. Una pareja que tuvo su primer encuentro en Tinder y después se formalizó su relación
- c. No creo que haya diferencia por la manera en la que se conocieron

La intención de estas preguntas fue investigar qué rol tiene la mediación del teléfono y de Tinder en la manera de comunicarse y de relacionarse con otras personas. Son parecidas, pero atienden a diferentes motivos: la primera, para conocer de qué manera los usuarios prefieren comunicarse; la segunda, para investigar si ellos creen que se comportan de una manera distinta debido a la presencia del teléfono y de lo que significa Tinder para ellos, y en tercer lugar, si creen que la felicidad de una pareja pueda estar influida por la manera en la que se conocieron, algo que ayuda a construir la representación social de Tinder y que también será importante cotejar con los resultados de la primera pregunta, ya que ésta se refiere a ellos mismos y ésta a los otros.



La comunicación mediada no siempre lo es como consecuencia de utilizar un dispositivo electrónico, sino que puede ocurrir a través de distintos actores y actantes. La comunicación puede ser mediada de diversas maneras: por un teléfono, sea chat, llamada o videollamada, por redes sociodigitales como Facebook o Twitter, por servicios de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram, por foros de discusión, pero también puede ser por una carta enviada, por la radio o televisión o, incluso, por otras personas en interacciones presenciales, entre tantos otros ejemplos. Todos pueden tener una influencia en el acto comunicativo y generar un resultado distinto de la intención original, ya sea, entre personas, porque hay una malinterpretación del mensaje o del contexto desde el que ocurre, como por la influencia del dispositivo utilizado, como un teléfono móvil. En este caso en concreto, se recurre a la *mediación tecnológica* para tratar la comunicación que ocurre a través de dispositivos electrónicos.

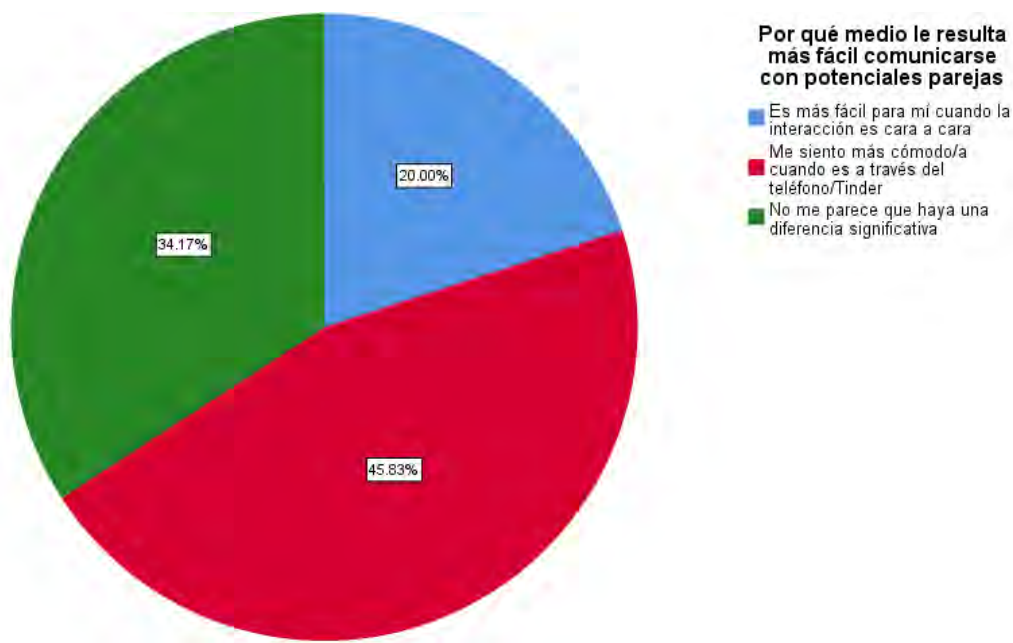
La Ciudad de México y Madrid son capitales, dos de las ciudades más importantes y desarrolladas en sus respectivos países. La comparación que se realiza tiene como primer objetivo describir qué implicaciones tiene la comunicación mediada en los dos casos y, en segundo lugar, determinar qué diferencias y similitudes existen. Posteriormente, estos resultados son analizados en el siguiente apartado en relación con las representaciones sociales (Ver p. 462).

#### **5.1.1.1 ¿Comunicación presencial o a través del teléfono con la persona que le atrae?**

De acuerdo con la Asociación de Internet.mx, el aumento del uso del teléfono móvil creció un 12% de 2016 a 2017, así como el 73% reportó que cambiaron sus hábitos como consecuencia del uso de Internet. El 95% de los encuestados indicó utilizar Facebook y el 93% WhatsApp (Asociación de Internet.mx, 2017). Los cambios reportados por los encuestados pueden estar influidos, para empezar, por la gran presencia de estas aplicaciones no como entretenimiento, sino como herramientas útiles para la vida cotidiana, tanto para entretenerse, como también para informarse y comunicarse. Por ello, es relevante conocer las preferencias para comunicarse de los individuos. Es posible que utilicen Tinder porque se les facilita más relacionarse con extraños cuando hay una barrera de interfaz del teléfono que los separa, pero puede ser que en realidad sientan que esto despersonaliza la comunicación y los haga sentir incómodos. La gráfica expuesta

a continuación muestra la totalidad de las respuestas sobre la preferencia para comunicarse entre usuarios de Ciudad de México.

### CIUDAD DE MÉXICO



Gráfica 19. Medio para comunicarse. Ciudad de México

En primer lugar, hay que enfatizar que la pregunta hacía énfasis en que es una comunicación con personas por las cuales puedan sentirse atraídos. Esto es importante porque puede ser que la timidez sea mayor en una situación como ésta en la que puedan sentirse más nerviosos o más expuestos.

El 45.83% indicó que prefieren la comunicación mediada, el 20% prefiere la presencial y el 34.17% no cree que haya diferencias. Estos datos son muy significativos porque fue la minoría

la que prefirió la interacción cara a cara, un dato que es importante mantener presente a lo largo de todo el análisis.

Si se analizan los resultados por género, edad y orientación sexual, se puede destacar lo siguiente:

CIUDAD DE MÉXICO	Preferencias en la conversación con desconocidxs (parejas potenciales)		
	Cara a cara	Mediada por Tinder	No hay diferencia
Hombres	20.6%	49.2%	30.2%
Mujeres	19.3%	42.1%	38.6%
Heterosexual	23%	39.2%	37.8%
Homosexual	22.2%	51.9%	25.9%
Bisexual	5.3%	63.2%	31.6%
18 a 20 años	12.5%	62.5%	25%
21 a 24 años	16.2%	40.5%	43.2%
25 a 28 años	24.4%	46.7%	28.9%
29 a 31 años	20%	46.7%	33.3%

Tabla 59. *Preferencias conversación en Ciudad de México*

Las diferencias entre hombres y mujeres son mínimas. Los hombres muestran un interés ligeramente mayor por la conversación mediada.

Si se analiza por orientación sexual, las diferencias se vuelven más evidentes. Los usuarios heterosexuales reportaron el interés más bajo por la interacción mediada, el menor de todas las poblaciones, incluidos género y edad. Al contrario, los homosexuales y los bisexuales reportaron un 51.9% y 63.2% de preferencia por esta modalidad. ¿Por qué? Una explicación podría ser porque facilita conocer a otros usuarios homosexuales, algo que no siempre puede ser sencillo de identificar.

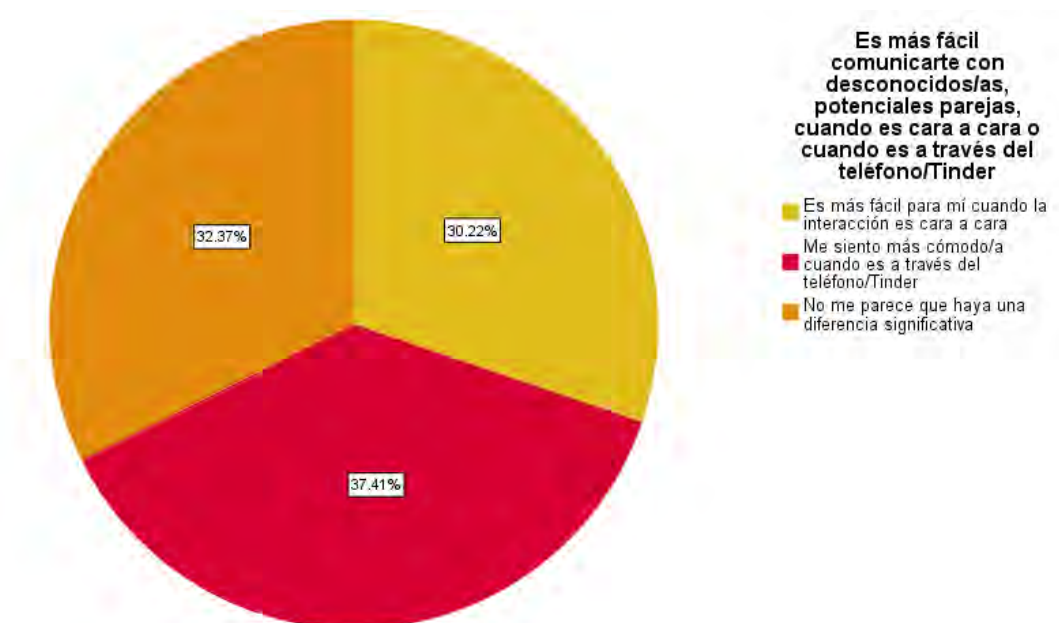
Se me dificulta mucho. En la vida real mi gaydar está roto, entonces no puedo identificar cuando alguien es o no es y siempre ha sido un problema. Entonces eso me lo facilita mucho (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Un análisis por edad permite entrever la mayor diferencia entre los usuarios de 18 a 24 contra los de 25 a 31 años en cuanto a la conversación cara a cara: los más jóvenes, los de 18 a 20 años, tan solo prefieren esta modalidad un 12.5%. Esto puede ser consecuencia de que se trata de una

generación que, desde niños, en general han crecido familiarizados con el uso de la tecnología y dispositivos electrónicos para la comunicación, sean propios o de terceros. Esta familiaridad en su uso puede manifestarse como una tendencia mayor hacia la mediación de estos dispositivos al comunicarse, como lo sugiere el 62.5% de estos usuarios.

La comunicación mediada pone el control de la situación en manos del usuario, algo que suele manifestarse como una tranquilidad y empoderamiento, o por lo menos que otorga mayor confianza. Controla su apariencia e identidad, su self digital, y puede elegir con mayor cuidado las palabras. Hay un 34.17% que no cree que haya diferencias, una población que, indirectamente, defiende también el uso de la comunicación mediada. En conjunto, un 80% se siente cómodo conversando a través de una interfaz, una proporción muy significativa que ayuda a comprender los cambios en el uso del teléfono móvil y los modos de conversación antes mencionados.

### MADRID



Gráfica 20. Medio para comunicarse. Madrid

Las respuestas están repartidas de manera casi equitativa, pero predomina la preferencia por utilizar el teléfono móvil como mediador de la comunicación. La mayor diferencia con México es en el aumento por la preferencia de la interacción cara a cara de un 20% a un 30.22%. Si se analizan estos datos segmentados por grupos, se aprecian las siguientes diferencias:

<b>MADRID</b>	<b>Preferencias en la conversación con desconocidxs</b>		
	<b>(potenciales parejas)</b>		
	<b>Cara a cara</b>	<b>Mediada por Tinder</b>	<b>No hay diferencia</b>
<b>Hombres</b>	30.2%	46%	23.8%
<b>Mujeres</b>	31.9%	30.6%	37.5%
<b>Heterosexual</b>	32.3%	35.5%	32.3%
<b>Homosexual</b>	22.7%	45.5%	31.8%
<b>Bisexual</b>	36.7%	30%	33.3%
<b>18 a 20 años</b>	30%	50%	20%
<b>21 a 24 años</b>	34%	37.7%	28.3%
<b>25 a 28 años</b>	32.7%	26.5%	40.8%
<b>29 a 31 años</b>	18.5%	51.9%	29.6%

Tabla 60. *Preferencias conversación en Madrid*

Mientras que los resultados de la Ciudad de México mostraron una diferencia significativa con los homosexuales y los de 18 a 20 años, en el caso de Madrid también se perciben estas tendencias, aunque en una menor magnitud.

En Ciudad de México, el 51.9% de homosexuales prefiere la comunicación mediada, mientras que ocurre en Madrid es el 45.5%, ambos el grupo más alto por orientación sexual. Por otra parte, en Ciudad de México el 12.5% prefiere la comunicación mediada, el más bajo de todos, mientras que en Madrid es el 30%, un índice relativamente bajo, pero mucho más moderado. Otra similitud que se puede observar es que también son los hombres quienes mostraron una mayor tendencia por la comunicación mediada por Tinder que las mujeres.

Los resultados de estas primeras comparaciones reflejan similitudes importantes en relación con la preferencia por la comunicación mediada a pesar de que se traten de países distintos. El mayor contraste se aprecia con los usuarios bisexuales ya que en Ciudad de México tan solo el 5.3% indicó preferir el encuentro presencial contra un 36.7% de Madrid. Esto puede deberse a múltiples factores, pero probablemente uno de ellos sea que en México la bisexualidad sea todavía un tema tabú y que una persona rara vez se declara bisexual de manera pública. En

México, cada vez hay una mayor normalización de la homosexualidad en el imaginario social, aunque todavía hay grupos de resistencia, pero la bisexualidad ha sido un tema todavía poco discutido en la esfera pública. Por el contrario, en España la apertura sobre la discusión de temas de sexualidad, identidad y género es mayor, lo que ha acelerado su normalización.

La mediación genera una sensación de control que puede empoderar y permitir actuar de manera distinta de como podría ocurrir en una situación presencial. Esto no quiere decir que sea a través de mentiras, sino que la distancia produce una mayor seguridad para actuar como uno desearía hacerlo en una situación cara a cara, pero que a veces por timidez, por inseguridad o por malas experiencias no se hace.

Me resulta más fácil hablar con alguien a través del teléfono, tiene que ver con algunos problemas de autoestima que he tenido desde que tengo quince (André, 20 años, CDMX, online, presencial).

El caso de André es común con muchos otros (Ver p. 531) y es uno de los usos más apreciados en Tinder.

Absolutamente. Soy tímido y de forma presencial me cuesta mucho más. Sin embargo las primeras citas no sentía ninguna timidez porque sentía que ya se había roto el hielo a través de la conversación de Tinder (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

El empoderamiento de la mediación puede ocurrir antes de iniciar la conversación, esto es, la persona sabe con anticipación que, para bien o para mal, puede detener la interacción cuando se sienta incómoda o pausarla cuando lo necesite. Esto es muy importante cuando se trata de relacionarse con extraños.

Es mucho más fácil en Tinder. Si se me acercaran en un café y me hablaran, sería raro. En el teléfono pones tus límites, si quieres no respondes, si estás ocupado... También por cuestiones de seguridad. En un antro o en un bar es bien difícil porque aún con esas copas a veces como que intimidada mucho dar ese paso y poca gente lo toma como acercarse (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Sería raro que se le acerquen a Sonia en un café para conversar, pero no en Tinder. Justamente ése es uno de los recursos más atractivos de la aplicación: justifica una interacción con extraños

que de otra manera sería socialmente mal vista, que podría traducirse en acoso o en una mala interpretación; al contrario, en Tinder, antes de que intercambien saludos ya se dijeron simbólicamente que se atraen. Después de esto, lo demás ya está justificado.

En un bar, jamás le hablaré al chico que gusta hasta que él se acerque, la app te permite hablarle a todos y si es una negativa no importa el rechazo por que no tienes a la persona enfrente (Arely, 27 años, CDMX, online).

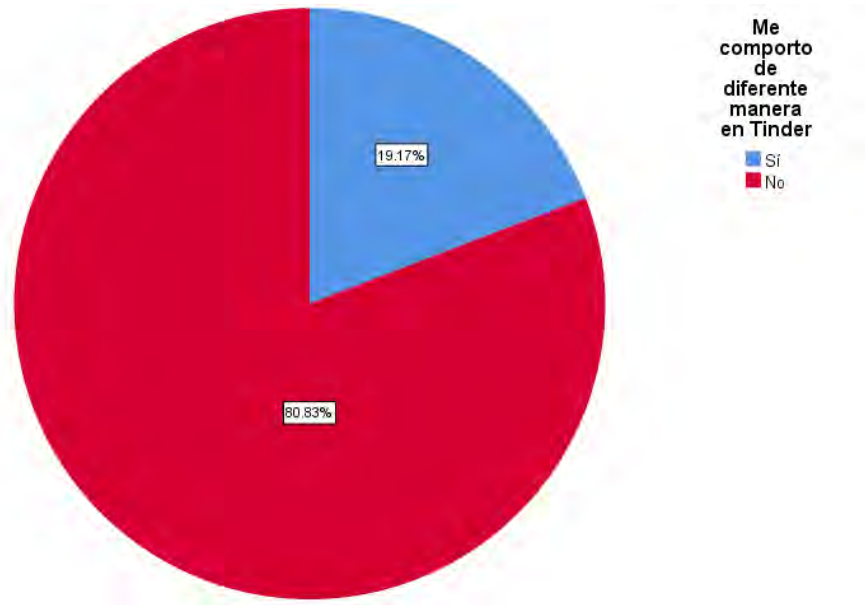
La mediación tecnológica se manifiesta como empoderamiento para muchas personas, como ocurrió con Arely. Muchas veces aquellos momentos en que puede haber mayor nerviosismo e inseguridad, insisto, sobre todo por malas experiencias, es en la relación con las personas por las que se siente una atracción. Por ello, el empoderamiento que genera Tinder para conversar con personas de su interés es muy significativo.

La presencia de Tinder ha aumentado en los últimos años, así como ha habido una proliferación de aplicaciones similares. De acuerdo con el más reciente estudio sobre hábitos de Internet en México, uno de los cambios más significativos para los fines de esta investigación es que en el estudio realizado en 2016, en la categoría de las redes sociales más utilizadas por los mexicanos, Tinder no estaba mencionada y aparecería en la categoría “otras” con 1% (incluyendo las demás que no están determinadas) (Asociación de Internet, 2016), mientras que en el estudio de 2017 no sólo ya está visible, sino que se reportó un índice de uso de 8% (Asociación de Internet.mx, 2017). La presencia de Tinder en México ha adquirido relevancia en los últimos años y no porque incrementa su uso, que ya era alto, sino porque comienza a ganar visibilidad que fomenta una desestigmatización.

#### **5.1.1.2 ¿Se comporta de manera distinta a través de Tinder?**

El objetivo de esta pregunta es determinar si los usuarios creen que Tinder influye en su manera de actuar como consecuencia de un posible anonimato o, por lo menos, de enmascaramiento o performance orientado a atraer a otras personas.

## CIUDAD DE MÉXICO



Gráfica 21. *Se comporta de manera diferente en Tinder – Ciudad de México*

Como se ha dicho, lo importante de esta pregunta no es si se han comportado distinto o no, sino si ellos creen que lo han hecho o no. En este caso, el 80% indica que no cambia cuando actúa desde Tinder de como es en una interacción cara a cara. Esto es muy significativo considerando que se cree que Tinder es una aplicación caracterizada por las mentiras y tergiversaciones (Ver p. 496). En la siguiente tabla se muestra por género, orientación sexual y edad quiénes son los que consideran que se comportan de manera distinta a través de Tinder.



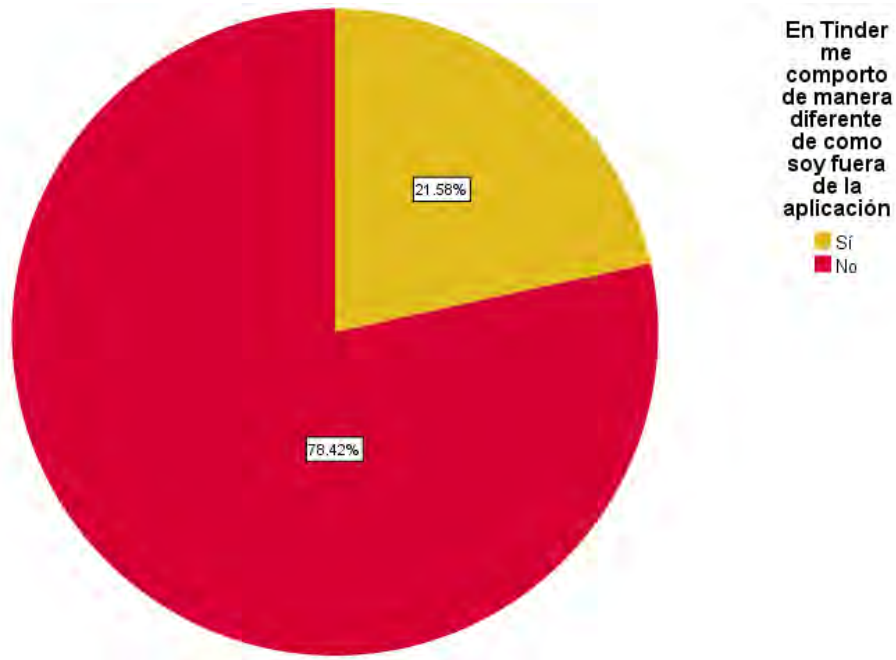
<b>Usuarios que se comportan de manera distinta en Tinder</b>	
<b>CIUDAD DE MÉXICO</b>	
<b>Hombres</b>	56.5%
<b>Mujeres</b>	43.5%
<b>Heterosexuales</b>	69.6%
<b>Homosexuales</b>	21.7%
<b>Bisexuales</b>	8.7%
<b>21 a 24 años</b>	34.8%
<b>25 a 28 años</b>	34.8%
<b>29 a 31 años</b>	30.4%

Tabla 61. *Usuarios se comportan de manera diferente en Tinder CDMX por género, edad y orientación*

Quienes reportaron un mayor cambio en su comportamiento al interactuar a través de Tinder fueron los usuarios heterosexuales con un 69.6%. Hay que considerar que los comportamientos distintos pueden ser intencionados o inconscientes. Los intencionados consisten en un performance dirigido por la motivación de uso de Tinder que persiguen, mientras que los comportamientos inconscientes son consecuencia del uso de la plataforma. Efrén se comporta de manera transparente en Tinder, pero reconoce que en otras apps, como Grindr, ha intentado actuar de manera distinta, performativa, lo que lo ha llevado a resultados favorables.

En Tinder jamás, siempre he mantenido el mismo perfil y he sido yo en todo momento, sin embargo en otras apps si lo he hecho, el resultado que tienes es increíble (Efrén, 30 años, CDMX, online).

## MADRID



Gráfica 22. *Se comporta de manera diferente en Tinder – Madrid*

En Ciudad de México, el 19.17% reportó comportarse de manera distinta de como son fuera de la aplicación, mientras que en Madrid fue el 21.58%, un resultado casi idéntico. Esto es significativo porque, como se decía, se tiende a pensar que en Tinder son muy comunes los engaños, como sugieren algunas entrevistas y los resultados de los cuestionarios de quienes no son usuarios, pero conocen Tinder en CDMX (Ver p. 534).

Si se analiza con mayor detalle la población de los usuarios de Madrid que consideran comportarse de manera distinta, se pueden observar los siguientes hallazgos sobre su distribución:

<b>Usuarios que se comportan de manera distinta en Tinder</b>	
<b>MADRID</b>	
<b>Hombres</b>	66.7%
<b>Mujeres</b>	33.3%
<b>Heterosexuales</b>	40%
<b>Homosexuales</b>	36.7%
<b>Bisexuales</b>	20%
<b>18 a 20 años</b>	6.7%
<b>21 a 24 años</b>	43.3%
<b>25 a 28 años</b>	26.7%
<b>29 a 31 años</b>	23.3%

Tabla 62. *Usuarios que se comportan de manera distinta en Tinder - Madrid*

Al igual que en Ciudad de México, en Madrid los hombres indicaron una mayor tendencia sobre comportarse de manera distinta en Tinder que las mujeres, aunque lo hicieron en una proporción mayor. Por otra parte, mientras que en México los heterosexuales lo hacían significativamente con mayor frecuencia, en Madrid no hay una diferencia importante por orientación sexual. En ambos casos los que menos suelen comportarse distinto son los usuarios de 18 a 20 años: en Ciudad de México ninguno indicó hacerlo, mientras que en Madrid tan solo el 6.7%.

En Instagram yo reflejaba una persona que yo sabía que era, pero que no era. O sea, yo ponía frases y cosas que yo sabía que yo era, pero que igual y no lo hacía porque tenía un montón de complejos. Mi expareja me dice “es que dices una cosa que no eres”. Y yo “sí que lo soy, pero que no pueda por mis cosas... pero sé que lo soy”. Pongo las mismas cosas ahora y ahora sí que puedo. Yo sentía que yo era así, aunque no lo pudiera mostrar (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

El relato de Ana invita a pensar en las discusiones sobre el self verdadero que planteaba Rogers (1951; Bargh, McKenna & Fitzsimmons, 2002: 34) y que recuperaba Sherry Turkle al sugerir que

los medios digitales permiten visibilizarlo con mayor claridad (1995; Bargh, McKenna & Fitzsimmons, 2002: 33-34). Lo que se observa es un comportamiento distinto, pero no en tanto que se trate de un engaño intencionado, sino la expresión de sí misma facilitada por las plataformas digitales. Su expareja le cuestionaba a Ana que se comportara de manera distinta en las redes sociodigitales, pero Ana, a pesar de que sabía que otras personas no pudieran reconocerlo, incluso su entonces pareja, reconocía que ésa era su verdadera identidad, pero que no podía expresarlas con la misma facilidad en situaciones presenciales como lo podía hacer a través de las redes. La mediación la empoderó en ese entonces y todavía más ahora debido a que ya puede expresarse con mayor libertad y seguridad en todo tipo de situaciones cotidianas y presenciales debido parcialmente al uso de Tinder que le permitió hacer una transición constante entre las interacciones digitales y las presenciales al conocer a muchas personas y ganar confianza.

### **5.1.1.3 Ventajas de la comunicación mediada**

Las ventajas de la comunicación mediada son muy diversas, pero principalmente se enfocan en el empoderamiento antes mencionado que se puede manifestar como un aumento en la confianza y autoestima como consecuencia de poder practicar habilidades sociales, compartir experiencias y de saberse en control de la situación por poder cancelar la compatibilidad cuando quieran, así como poder pensar de qué manera dirigir la conversación. Algunas ventajas que reportan los usuarios son las siguientes:

[...] este amigo en una fiesta me convenció de que descargara Tinder porque yo le estaba diciendo que soy muy mala para ligar en la vida real, como que soy tímida, no sé cómo iniciar una conversación, entonces en ese bar había gente que estaba ligando. Me dijo “bueno, si eres tan mala, ¿por qué no descargas Tinder?” entonces lo descargué y mis amigos me empezaron a ayudar a armar mi perfil, empecé a hacer mis primeros matches, empecé a hablar con un chico esa misma noche y ya nunca volví a hablar con él [risa] (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Yanin comenzó su experiencia en Tinder desde uno de los lugares que se suelen asociar a ligar, el bar, muchas veces motivada por el ambiente de fiesta, por el alcohol y la presencia de amigos. No obstante, la timidez es real y no era fácil para ella saber cómo iniciar una conversación con

extraños, sobre todo justificar ese primer encuentro. En el momento en que comenzó con Tinder, ahí ya tenía resuelto ese problema: no tenía que encontrar un pretexto para iniciar la conversación porque el match cubre esa función. Algo similar le ocurre a Fabián, quien no considera tener problemas para mantener una conversación, pero sí para justificar iniciarla.

La verdad no sé. Yo siempre he sido como una persona no reservada, pero sí me cuesta un poco de trabajo el tomar el valor y la iniciativa. Puedo estar en un parque o algo así y si hay una persona que me gusta, no hago nada, me quedo así. Entonces, por esa parte para mí es más fácil llegar y platicar con alguien a través del texto que llegar personalmente y decirle hola (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Otra de las ventajas del uso de Tinder, como también menciona Yanin, es que permite conocer personas cuando se encuentra en una situación que le limita en sus actividades sociales por el trabajo y otros compromisos, como es muy frecuente. Por ello, como señalan Ana y Rick, Tinder facilita una introducción a un gran número de personas que de otra manera serían inaccesibles.

Y otro de mis amigos que ya lleva mucho tiempo sin novia, que trabaja mucho tiempo y no tiene tiempo de socializar, también la acaba de descargar porque dice que es más fácil conocer gente ahí que en la vida cotidiana (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

En Tinder accedo a una variedad de personas que en la vida real no accedo. Personas diferentes, de diferentes edades, de diferentes gustos, colores, que en la vida real es como que no (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Creo que he hecho bien en utilizar Tinder porque de otra manera no hubiera conocido a tanta gente, pero vamos, seguro (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Permite conocer personas sin la necesidad de ir a espacios de interacción social. Por supuesto que una situación no reemplaza la otra, sino que se complementan, aunque para algunas personas puede ser más fácil iniciar una conversación mediada porque les da más confianza al tener una apariencia de control mayor y llevar la conversación a un terreno donde se sientan con mayor comodidad. Ana, por ejemplo, no bebe y por eso no suele ir a discotecas y bares que podrían considerarse como lugares donde es más probable conocer a otras personas, entonces eso limita mucho sus posibilidades. En Tinder eso era distinto.

En mi vida normal como no bebo y no me gustan mucho las discotecas, ligar en discotecas es un poco complicado. Y ligar en una cafetería en plan que venga alguien y digas “buah”, es imposible. Entonces en Tinder mucha gente me daba like... “Oh, que guapa, no sé qué” (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Se debe de recordar que el hecho de que una relación inicie desde un dispositivo electrónico no significa que continuará exclusivamente por esa plataforma. Ése es el caso de Ivette, que por el trabajo y compromisos personales no tiene mucho tiempo para conocer nuevas personas, pero no por ello no lo ha hecho, sino que ahora todas sus relaciones han iniciado siempre en Tinder desde 2014 que empezó a utilizarlo con regularidad.

Yo creo que en el aspecto amoroso, después de 2014, nunca volví a salir con gente que no conociera en Tinder, nunca volví a salir con un amigo que quisiera conmigo, o amigo de no sé quién, ya nunca volví a salir con esa gente. Todos fueron de Tinder (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Esta mediación de Tinder también es importante porque acerca a personas que otrora serían de acceso muy difícil.

Conocí a un chico en Tinder que salía en la tele. Suelo quedar con él. Es sólo una relación sexual. Ha pasado como un año y pico y sigo quedando con él. [...] Él es bastante como recatado. Estaba en clase y le digo [a amigo] “mira, estoy saliendo con este chico”. Y me dice uno de mi clase “ese sale en la tele” es como de un programa de fútbol. Es que el fútbol cuando iba en el instituto lo veía, ahora ya no. Y la otra que tenía me dice “yo también lo conozco”. Qué interesante. Y luego lo busqué en Instagram y tenía un montón de seguidores. Pero no es algo de lo que hablemos. [...] Que salga en la tele le da como más morbo. A amigos míos de Santander que se lo he dicho, que le conocían de la tele, me han dicho “es que no me lo puedo creer”. Es como más interesante (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Los significados sobre la comunicación mediada son relativos y dependen de la experiencia de cada usuario, pero las tendencias encontradas son importantes porque el uso de Tinder se ve fuertemente influido por las experiencias que se comparten y conforman su representación social.

#### 5.1.1.4 Preferencia por las interacciones presenciales

A pesar de la mayor tendencia hacia la comunicación mediada, también hay usuarios de Tinder que utilizan la aplicación para conocer gente sin que ello implique que les resulte favorable este tipo de interacciones. Para ellos, lo más atractivo de la aplicación es poder encontrar nuevas personas, pero no necesariamente la modalidad de conversación inicial que se mantiene debido a que se sienten limitados y desean acelerar la posibilidad del encuentro cara a cara donde se sienten con mayor seguridad al poder conocer a la persona y verificar la imagen que habían construido sobre ellas al constatarla con la realidad.

Para Sonia no hay gran diferencia entre conocer a una persona desde Tinder o cara a cara, pero cuando se trata de conversar, se le dificulta expresarse correctamente a través de un chat.

Es muy parecido. A mí me gusta más el encuentro presencial, después de escribir un rato. Escribo un poco raro en WhatsApp. Algunos amigos me dicen Yoda. Siento como que me limitaba relacionarme en el mensaje porque me expreso mejor hablando que por escrito (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

A pesar de que anteriormente se expuso el empoderamiento que puede otorgar la mediación, también es preciso recordar que puede ser un empoderamiento falso o limitado ya que no se puede verificar la información y la presencia de la otra persona, por lo menos no como en una interacción presencial, como señala Alex.

A mí me parece más fácil cara a cara. Me estresa muchísimo cuando es por mensaje. Es tan fácil que alguien ya no te conteste. A mí me da coraje: “¿Neta ya no me diste la oportunidad de conocerme porque contesté con la respuesta que no esperabas?” Esa parte me cuesta trabajo, la parte digital. Me siento mucho más seguro conmigo mismo cuando conozco a alguien porque al menos puedo ser yo y saber cómo está reaccionando la otra persona (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Así como este empoderamiento pueda ser tratado como un empobrecimiento de la relación porque el teléfono no logra expresar todo aquello que ocurre cuando dos personas se encuentran cara a cara.

Preferiría cara a cara, sin dudarlo. Sobre todo porque en un contexto físico es fácil entablar una conversación con alguien que te interesa: le preguntas de qué conoce a la persona que os ha presentado, empezáis por una conversación entre más personas que no sólo vosotros dos, comentáis sobre la música que ponen en el bar en el que estáis, elogias la ropa que lleva... Qué sé yo: hay factores alrededor que son comunes a ambos y que pueden ser tema de conversación. Pero por Tinder... Son completos desconocidos y de entrada no compartís nada, entonces, ¿de qué hablar? Se vuelve mucho más complicado. Además, lo de que sea por el móvil vuelve la conversación mucho más discontinua que si estás cara a cara, lo cual no ayuda a crear un vínculo fuerte y de verdadero interés (Sofía, 26 años, Madrid, online).

En el caso que describe Alex se puede apreciar desde el otro lado el lado negativo del empoderamiento que se analizaba recientemente: ese poder de controlar la conversación, de cuándo y cómo iniciarla y terminarla que le da confianza y seguridad a las personas, se convierte en uno de los aspectos negativos de Tinder cuando se mira desde la perspectiva del otro usuario que se encuentra frente a una conversación inexplicablemente interrumpida o terminada, una compatibilidad cortada y todo ello sin una explicación o aclaración. Por supuesto que nadie le debe nada a nadie, parte del juego abierto de las relaciones en Tinder, pero si se entiende desde las reglas de un contrato social implícito en las relaciones presenciales cotidianas, actuar de esa manera es una falta de respeto. Por ello, ese ejemplo es muy valioso al retratar las diferencias entre el comportamiento dentro y fuera de Tinder con otras personas. Alan explica por qué una interacción presencial le da más confianza en tanto que puede constatar inmediatamente cómo es la persona más allá de la apariencia.

Cara a cara, siento que de esa manera es más fácil conectar con la gente o darte cuenta si son incompatibles, pues a través del chat hay detalles que no puedes ver como el lenguaje corporal. Además cuando alguien te gusta mucho al punto de que te sientes intimidado, te va a intimidar tanto en el chat como en persona, pero eso ya es una cuestión de confianza y percepción del otro (Alan, 22 años, CDMX, online).

Al igual que Alan, Mariana coincide en que una de las ventajas más importantes del cara a cara es precisamente eso, poder mirar a la cara a la persona y percibir sus reacciones, constatar su realidad frente al temor de una performatividad mediada que posteriormente, al conocerse en persona, resulte en una incompatibilidad consecuencia de que la imagen que se había construido sobre el otro usuario era equivocada.



Creo que me comporto igual en chat que en persona, puedo hablar de todo tipo de temas tanto online como en chat. Como he comentado arriba las ventajas de hablar por chat son que no tienes a la persona delante, no ves su cara a la hora de hacer determinada pregunta o que te dé la respuesta y aunque te pongas algo nerviosa no estás cara a cara. También hay desventajas, muchas personas son más abiertas o simpáticas por chat y luego en persona son más calladas o tímidas, eso es un gran problema porque si en persona no tienes el mismo feeling o conversación que en el chat no tiene mucho sentido, porque al fin y al cabo el chat es un medio para llegar a conocer alguien en persona (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Tanto las interacciones presenciales como las mediadas tienen ventajas y desventajas, razón por la cual su complemento es positivo. A modo de resumen, Rick destaca dos de las ventajas que ofrece Tinder para conocer a una persona en oposición con un primer encuentro presencial: a) tener información sobre esa persona que facilite el primer encuentro y b) tener la certeza de que hay una atracción.

La cosa es porque cuando tú vas a una discoteca o vas al pub o vas a un lugar público, puede existir que puedas ligar, y desde que uso Tinder, sólo he ligado una vez de empezar una relación sin Tinder. Fue en un concierto. Bueno, a lo mejor sí que más veces, pero de empezar algo y quedar más veces, una vez. Contra 26 con Tinder. Y lo que te iba a decir es que, lo que te da Tinder, es que cuando tú estás sin Tinder en un lugar público te faltan dos informaciones: te falta que presupones que en Tinder está soltera, oye, que puede ser que no, pero ya lo presupones, y la segunda es que tiene interés en ti, porque si has hecho match, es que por lo menos tus fotos le gustan. No sabes si a lo mejor tú le puedes gustar realmente, pero por lo menos esas dos asunciones las puedes tomar. Entonces puedes ir con una cierta seguridad de “oye, aquí puede haber algo”, pero en la realidad, en el espacio físico, en un lugar público, realmente no sabes esas dos cosas: si a lo mejor estás tonteando y resulta que tiene novio o a lo mejor tienes un rechazo porque no le gustas. Tinder te da esas dos cosas, Tinder te da esas dos seguridades, aunque luego pase que no, pero por lo menos para empezar, por lo menos una persona como yo que soy un poco introvertida al principio (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Estas dos ventajas para otras personas pueden ser desventajas, pueden decir que limita el juego del flirteo a una relación que en un primer momento no ocurre con la persona, sino con su perfil a través de un dispositivo. Sin embargo, si se tiene claro un motivo de uso en concreto, por

ejemplo, que se esté buscando una pareja formal o una relación casual, tener la certeza de que la otra persona por lo menos también está interesada en ello y tener una primera impresión de sus intereses para saber si hay compatibilidad, hace de Tinder un recurso práctico.

En conclusión, la experiencia de los usuarios dicta qué percepción van a tener sobre la mediación tecnológica, pero al mismo tiempo se puede observar una tendencia tanto en Ciudad de México como en Madrid al respecto de que la tendencia es favorable hacia la interacción mediada por dispositivos electrónicos. Cabe recordar que por favorable no se limita a que prefieran esta interacción sobre la presencial, sino que no identifican diferencias significativas a favor o en contra de alguna de las modalidades.

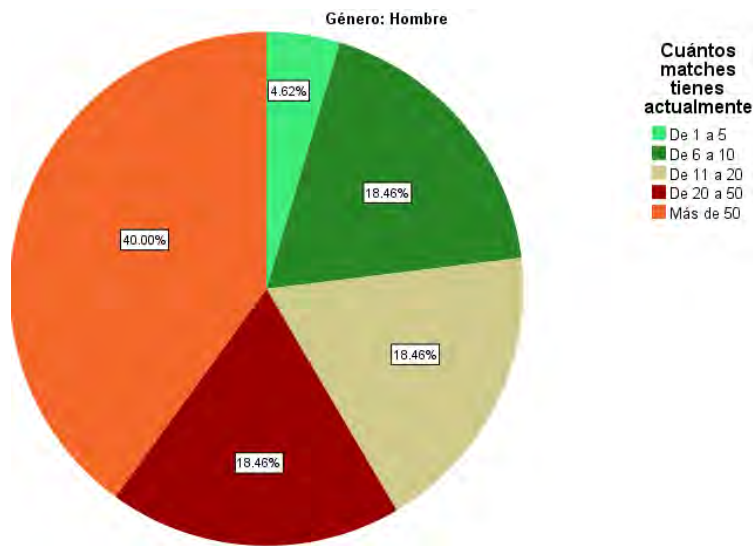
### **5.1.2 Conversaciones mediadas**

Para muchas personas lo más difícil de usar Tinder es dar el primer paso, descargar la aplicación y comenzar a utilizarla, para otras lo más difícil es el momento en que tienen su primera cita y cotejan la realidad de la otra persona; no obstante, quizás para la mayoría lo más difícil sea iniciar y mantener la conversación después de que se hizo el match.

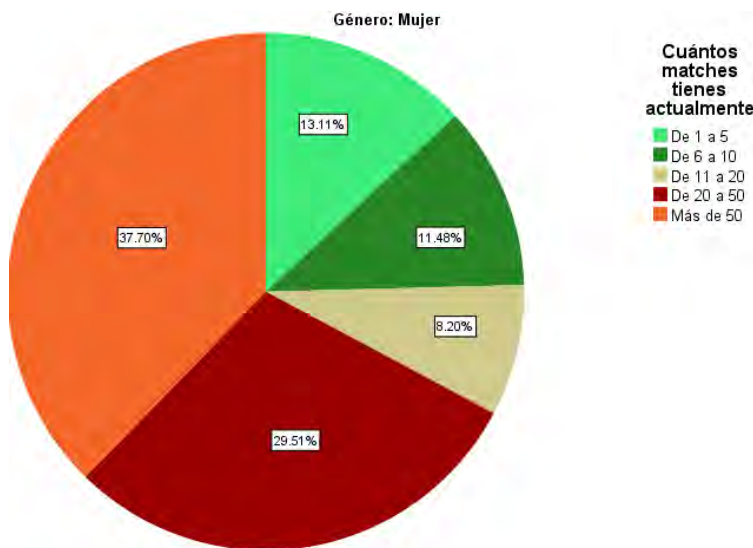
Tinder, en su rol como intermediario, facilita a dos personas decirse que se interesan. Si eso ocurre, intercambian likes y se genera un match. Pero el match es tan solo una parte del proceso y no el final. Lo que viene después es mucho más difícil porque, al hacer match, para empezar, el usuario sabe que la otra persona probablemente tiene muchos otros matches, esto es, personas con las cuales está conversando. Pero esto es parte de la dinámica de Tinder, de una forma de relacionarse en la que de antemano se sabe que no hay exclusividad.

En los cuestionarios de usuarios de Tinder en México (2 tipos) y de Madrid se les preguntó cuántos matches tenían al momento de responder el cuestionario. Las respuestas podían ir de 1 a 5, de 6 a 10, de 11 a 20, de 20 a 50 y más de 50. A continuación se presenta la distribución de matches divididos por hombre y mujer, organizados primero los de Ciudad de México y después los de Madrid.

## CIUDAD DE MÉXICO



Gráfica 23. *Cuántos matches tiene – hombre - CDMX*

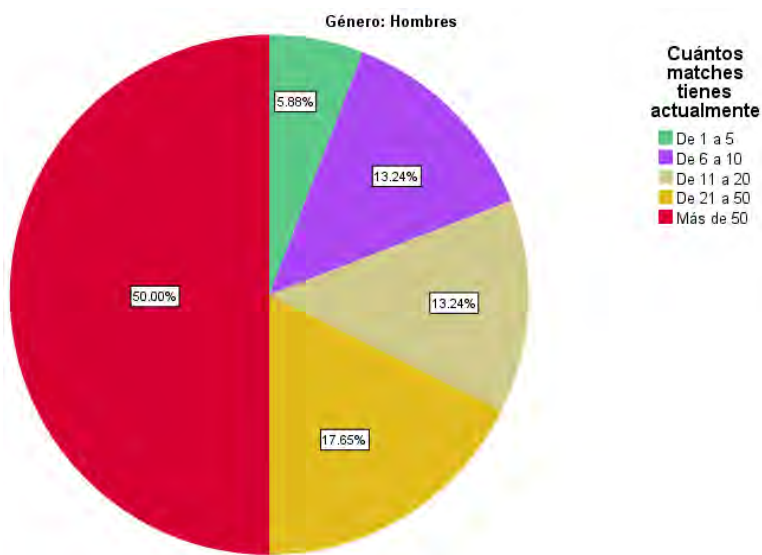


Gráfica 24. *Cuántos matches tiene – mujer - CDMX*

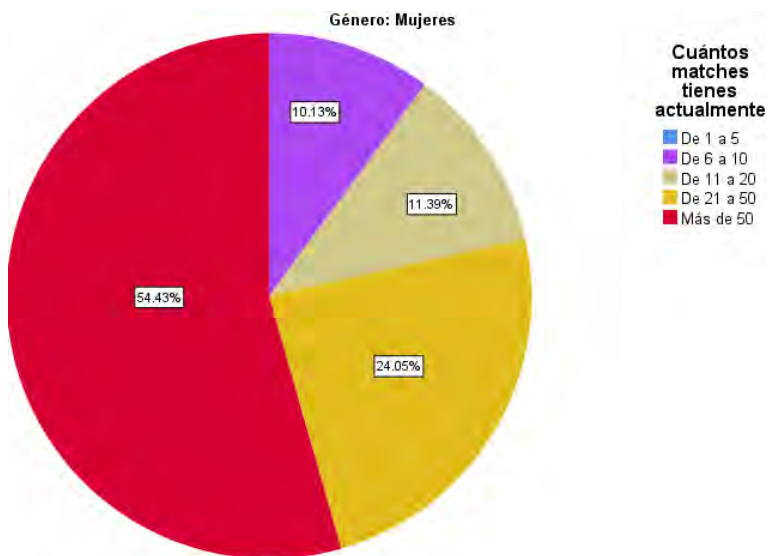
En el caso de la Ciudad de México, las diferencias entre hombres y mujeres son mínimas. En promedio, un 25% tiene entre 1 y 10 matches, mientras que alrededor del 60% tiene más de 20, de los cuales una proporción significativa tiene más de 50. Este dato es importante porque se

estima que las mujeres suelen hacer muchos más matches que los hombres, pero la proporción que se puede observar es prácticamente idéntica.

### MADRID



Gráfica 35. ¿Cuántos matches tiene? Hombre – Madrid



Gráfica 26. ¿Cuántos matches tiene? Mujer – Madrid

En el caso de Madrid, hay un aumento en los matches que tiene cada usuario en relación con Ciudad de México. El 50% de los hombres indicó tener 50 o más matches, mientras que el 67.65%, más de dos tercios de la población, indicó tener más de 20 matches; por otra parte, las mujeres reportaron todavía más matches: 54.53% tiene más de 50 matches, mientras que 78.83% tiene más de 20 matches, esto es, casi 8 de cada 10 usuarias de Tinder.

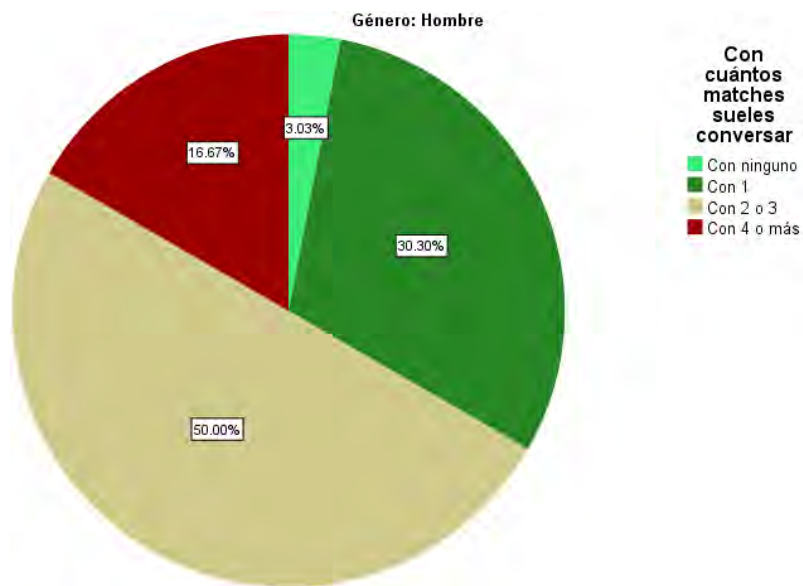
¿Por qué es importante conocer el número de matches que tienen? Porque puede funcionar como un indicador de uso y de desestigmatización de Tinder y de las relaciones mediadas, en tanto que es más normalizado su uso.

La naturaleza de Tinder como actante cambia la manera en la que se conocen personas y sus implicaciones, por lo menos para las personas que lo utilizan. Conocer a un usuario de Tinder agiliza y justifica el primer encuentro porque de antemano se sabe que hay interés, pero genera situaciones nuevas: mientras que en una situación fuera de Tinder puede haber atracción hacia otra persona y saber que hay otras más interesadas en ella, cuando ocurre a través de la aplicación se sabe con certeza que hay otras y muchas más interesadas en ella, como lo demuestra el número de matches activos que se mantienen.

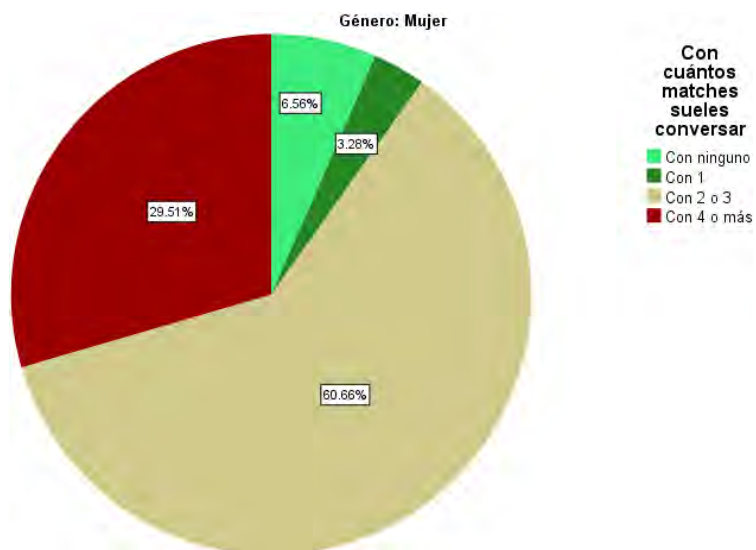
El match, como se mencionaba, no es un destino, sino tan solo un paso en el proceso de uso de Tinder. En cuanto se abre el canal de comunicación es cuando la persona tendrá una oportunidad para intentar distinguirse de los otros usuarios, algo que en ocasiones puede motivar al uso de máscaras y performance, pero también de estrategias específicas en la conversación sobre cómo actuar y qué no hacer. Por este motivo, un match no significa que la conversación vaya a fluir exitosamente, incluso ni siquiera implica que vaya a fluir porque es común el uso “metralleta”, como describía Gramenauer (Ver p. 279), enviar like a todos los perfiles que aparezcan y después, de entre los matches que se hicieron, elegir con quiénes conversar y con quiénes no.

Las siguientes gráficas, también separadas por hombres y mujeres y organizadas por ciudad, muestran con cuántas personas suelen conversar al mismo tiempo, esto es, de entre todos sus matches. Este resultado evidencia algo que todo usuario de Tinder sabe: que no es el único para la otra persona, mucho menos en un primer momento de conocerse. Las respuestas que podían elegir eran “con ninguno”, “con 1”, “con 2 o 3” y “con 4 o más”.

## CIUDAD DE MÉXICO



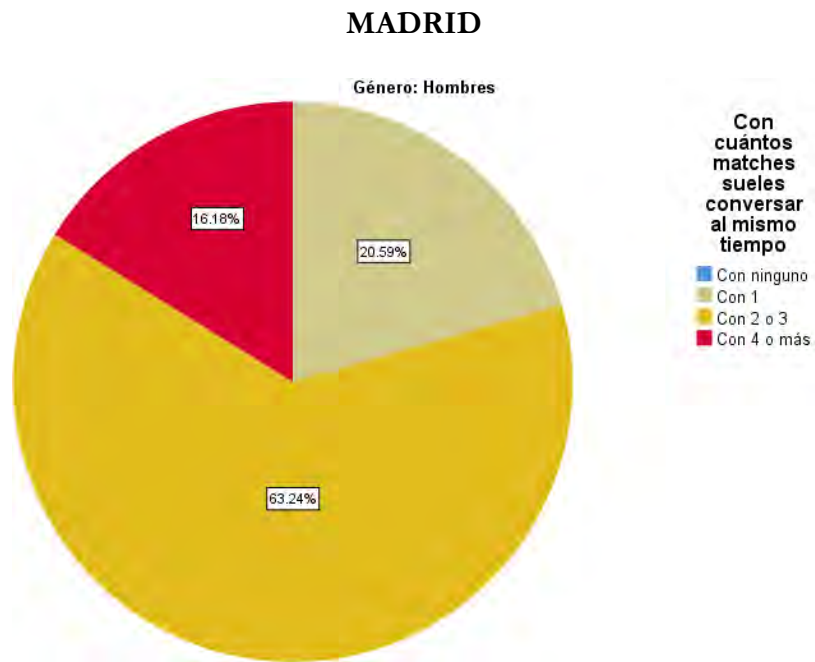
Gráfica 27. Con cuántos conversa – hombre CDMX



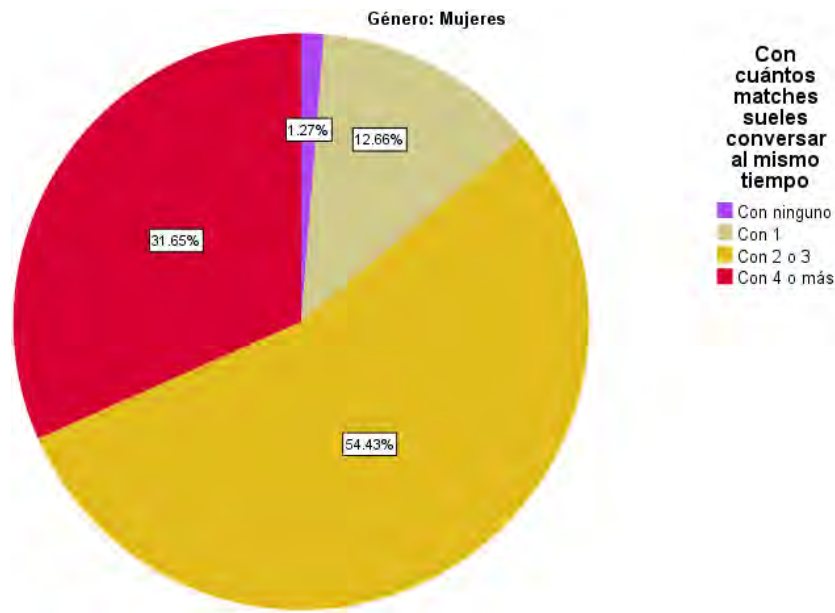
Gráfica 28. ¿Con cuántos conversa? Mujer CDMX

Por los resultados de otros estudios y por la representación social de Tinder, podría suponerse que serían los hombres (Tyson, Perta, Haddadi & Seto, 2016) quienes tengan una tendencia a hablar con muchos hombres o mujeres al mismo tiempo, pero fueron ellos quienes reportaron

el índice más alto de conversar con sólo una persona, 30.3%. Por otra parte, el 16.67% de los hombres y el 29.51% de las mujeres suelen conversar con cuatro o más personas a la vez. A través de las entrevistas se indaga más en estos resultados, pero mientras que se podría que estos resultados puedan deberse a que es más fácil para las mujeres hacer match y, en consecuencia, conversar con varias personas a la vez, si cotejamos con las gráficas anteriores, tanto hombres como mujeres suelen tener en una proporción similar 50 o más matches, anulando parcialmente este argumento.



Gráfica 29. Con cuántos conversa – hombre Madrid



Gráfica 30. Con cuántos conversa – mujer Madrid

En el caso de Madrid, las mujeres también reportaron la mayor frecuencia en conversaciones con 4 o más personas al mismo tiempo en un 31.65%. Las tendencias fueron similares en tanto que los hombres reportaron una mayor frecuencia conversar con menos personas, de manera similar que en Ciudad de México.

### 5.1.2.1 El inicio de una conversación y los problemas del “Hola, ¿qué tal?”

Se hizo match y se abre el chat entre las dos personas. ¿Qué hacen ahora? Lo más común, como reportan los usuarios tanto de México como de España, y que seguramente lo harían de manera similar en otros países, es saludar con un “Hola, ¿qué tal?”, algo que, de acuerdo con la experiencia de los entrevistados, termina la conversación antes de iniciarla.

Porque, sinceramente, si me dicen “hola, qué tal” ya intuyo, por la experiencia, que va a ser una conversación que no arranca. Y no me gusta. A mí me gusta que haya una conversación entretenida y que quiera hablar (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Dejé Tinder porque me da la impresión de que genera muy poco interés más allá del match (a mí personalmente, al menos). Ves a un chico que te encanta y estás cruzando los dedos para que él también dé al botón verde... Pero una vez que te alegras de que lo haya hecho, ya no hay mucho



más. "Hola, qué tal?" "Bien, y tú?" Ya está. Hay muy poca conversación que sacar con alguien a quien no conoces de nada y con quien ni siquiera estás compartiendo un contexto físico que poder comentar (Sofía, 26 años, Madrid, online).

¿Por qué ocurre esto? Por repetición y cansancio. Como evidencian las gráficas anteriores, es muy común que tengan por lo menos más de 20 matches y también es común que se mantengan conversaciones con por lo menos dos o tres personas constantemente, además de aquellos matches nuevos que pueden terminar siendo conversaciones inconclusas o no, pero tener esto presente y sumarlo a que la mayoría de los usuarios inician su interacción con su nuevo match con el mismo saludo, inducen una percepción de cansancio o agobio en los usuarios porque se asocia con malas experiencias o simplemente por tener que responder a la misma pregunta una vez más.

A mí no me suele gustar dar mi WhatsApp pronto, porque en Tinder me meto cuando tengo tiempo libre o estoy aburrida y le puedo dedicar tiempo a responder mensajes y tal... No me gusta estar, por ejemplo, trabajando, y recibiendo WhatsApps de tipo "¿qué tal? ¿qué haces? ¿cómo va el día?" de chicos de Tinder. Me agobia. Acabo dando mi número cuando ya tenemos conversación de forma muy continua y habitual y acaba resultando más cómodo WhatsApp que Tinder (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Para Xiao, el desencanto de Tinder llegó en los primeros dos meses como consecuencia de conversaciones que le parecía que carecían de profundidad.

Que la gente no interactúa, entonces tú pasas de ellos, ellos pasan de ti. Estás en la aplicación sólo para cotillear. Es como una forma de pasar el tiempo (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Efrén también sintió ese *bajón* como desencanto de Tinder y del significado del match. Asumir que significa atraerle a otra persona ya no fue suficiente porque era muy difícil lograr que trascendieran las conversaciones y que se hiciera más fuerte la relación entre las personas.

[...] la emoción dio un bajón mucho más grande, pues me di cuenta de que no sólo se trataba de un simple "Match" ahora teníamos que conversar y fue entonces cuando la expectativa y la ilusión se fue derrumbando; conversaciones sin sentido, holas/saludos sin respuesta y en algunos casos publicidad. Por ejemplo, hay varias conversaciones en las que la inicié, la gente me

respondía con palabras tan cortas que realmente dudaba supieran usar un celular SI/NO/AJA/QUE BIEN/ y era todo lo que obtenía (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Y es que, como se continúa argumentando en las páginas siguientes, la poca profundidad de las conversaciones es el mayor problema de Tinder. Esto es relevante porque, para empezar, por lo menos entre los usuarios de Madrid y Ciudad de México que participaron en la investigación, realmente indicaron un interés significativo por crear conexiones que no sean meramente superficiales independientemente del motivo de uso de Tinder que persigan. Para lograrlo, a partir de la propia experiencia y de compartir anécdotas con amigos o a través de sitios de Internet, se generan estrategias. Alex, por ejemplo, al darse cuenta de que las interacciones podían ser muy limitadas, fue él mismo quien inició el cambio tras contestar realmente lo que piensa, lo que siente, contestar con anécdotas y no monosílabos.

Se da una conversación fluida. Platicamos. Siempre van a empezar con un “hola, ¿cómo estás?” o “hola, ¿qué haces?”. Yo siempre contesto con la verdad. Me caga a mí el decir “bien, ¿y tú?” Es como una falta de interés. Les digo “aquí sobándome el pie porque hoy me lastimé cabrón en el gimnasio” y hay gente que te dice “ah, ok”, equis, ¿no? y hay gente que me dice “¡Ah! ¿Pues qué hiciste?” y cuando pasa eso y hay un interés, dices “ok, te paso mi teléfono”. Y es como un paso previo a salir (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Pareciera que el problema es compartido. Parcialmente, la culpa está en quienes siempre inician una conversación con “Hola, ¿qué tal?” sin sugerir nada más, pero también tienen responsabilidad los otros usuarios que no dan oportunidad de contestar o de provocar una respuesta más profunda como desearían, o contestando de manera similar a como fueron interrogados.

### **5.1.2.2 Estrategias para el inicio de una conversación**

Uno de los grandes dilemas que describieron los usuarios fue determinar quién inicia la conversación y la manera en la que deban de hacerlo. En el caso de Yanin, ella inicia el chat si se siente muy atraída hacia la otra persona y si no espera; algo similar ocurre con Raúl ya que es él quien suele iniciar la conversación cuando se siente muy atraído por la otra persona, pero si tiene dudas y la otra persona tampoco toma la iniciativa, retira el match.

Cuando el chico me gusta mucho, yo inicié la conversación. Cuando el chico me gusta, pero no muero por él, espero a que me hable (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Depende. Si el perfil me llamó mucho la atención, yo soy quien la inicia con el típico “hola, ¿cómo estás?” y si sí me gustó, pero como que no importa si hago match o no, me espero y la inician. A mí no me gusta tener matches y no hablar. Si pasan dos días y ninguno de los dos se animó, quito el match (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Aquí hay dos elementos destacables: en primer lugar, suele utilizar el “Hola, ¿qué tal?” anteriormente criticado; en segundo lugar, el tiempo máximo que otorga para que se dé una interacción es de dos días y no es el único que ha referido a este tema. Alan coincide en estos dos mismos puntos con Raúl: también reconocía utilizar el “Hola, ¿qué tal?” sin éxito, así como también describe una regla implícita entre los usuarios de Tinder, una regla que se suele utilizar de manera casi inconsciente: la regla de las 24 horas, que en esta ocasión él la analiza entre las mujeres.

Yo, casi siempre. Existe una regla interna de la aplicación de la que poco se habla al punto de ser algo tácito que llamo "la regla de las 24 horas". Básicamente las chicas suelen esperar un máximo de un día para recibir el primer mensaje de los chicos con quienes hacen match. Si no les envió un mensaje durante esas 24 horas, eliminan el match y ya no puedo hablarles. Lo más que han esperado para recibir un mensaje mío han sido dos días. Al principio no sabía bien cómo funcionaba el asunto o si había alguna especie de lenguaje particular para usar dentro de Tinder. Iniciaba con el típico "Hola, ¿qué tal?", lo cual por supuesto no tuvo ningún éxito porque se aburrían desde el principio o de plano no contestaban. Lo que hice entonces fue iniciar con mensajes graciosos que mostraran mi sentido del humor y eso me dio los mejores resultados, por más picante o *naughty* que fuera ese primer mensaje, sin llegar a ser vulgar (Alan, 22 años, CDMX, online).

Por su parte, Efrén ha detectado dos situaciones que pueden ayudar a identificar el comportamiento respecto a quién va a iniciar la conversación.

Los chats pues de la poca gente que he tenido el match depende mucho del momento, pero he notado como 2 situaciones, 1-si a la persona le salió el match y yo me doy cuenta después de varias horas ellos inician una conversación, siempre con un “hola” y 2- si el match me salió a mí

yo de manera inmediata envió un mensaje con una carita sonriendo (Efrén, 30 años, CDMX, online).

El sentido que han construido los usuarios de Tinder respecto al inicio de una conversación en Tinder es realmente importante. Han creado códigos para interactuar entre ellos a partir de la experiencia. Se trata de aprendizajes realizados, se podría decir, de manera intuitiva en relación con los resultados que han tenido las conversaciones con otras personas. Esto es destacable porque permite inferir que la relación y conversación con los otros usuarios no sólo influye en los códigos que se crean para comunicarse, sino también generan representaciones sobre cómo son los otros usuarios que influyen en a quién darle o no like, así como también descalificar un match por anticipar un fracaso o desinterés antes de iniciar cualquier interacción.

### **5.1.2.3 Estrategias para dirigir la conversación**

Antes de iniciar una conversación en el chat de Tinder, se deben de considerar dos escenarios: a) quienes han tenido pocos o ningún chat y su experiencia en Tinder es todavía limitada, y b) quienes ya están familiarizados con la dinámica del chat y se han creado representaciones sobre qué resultados esperar, que evidentemente influyen en su manera de actuar. En los primeros días, como dice Áyda, “es un juego que se va 100% sobre el instinto” (26 años, CDMX, online). Cada chat y cada conversación, sea exitosa o fallida, construye la representación social que el usuario hace de Tinder, influye en su seguridad y en sus deseos de continuar utilizando Tinder. Si en sus primeras experiencias recibe insultos, descalificaciones, ningún match o matches que no responden, y si lo contrapone con expectativas altas de lo que podría ser el uso de Tinder, o aún más importante si lo contrapone con experiencias positivas de amigos y personas cercanas, entonces eso puede afectar su autoestima o por lo menos las expectativas que tenga sobre Tinder de ahora en adelante.

Crear un perfil en Tinder y exponerse frente a un gran número de personas implica un riesgo inevitablemente. Como en cualquier otra situación y escenario no digital, hay personas que no tienen nada que aportar en la vida de uno mismo o, incluso, que sólo intentarán provocarle; de manera similar a los trolls de las redes sociodigitales, también hay comportamientos similares en Tinder. No obstante, no todos son así, como se puede observar en las anécdotas, usos y

representaciones de las personas que participaron en esta investigación. Lo que sí es importante es recordar que Tinder es primeramente una herramienta y como tal puede tener muy diversos usos, así como puede variar de un individuo a otro. Por ello, con base en la experiencia y en conocimientos compartidos, se generan estrategias para filtrar y conocer gente, así como para poder profundizar en las conversaciones, pero todas éstas deben de ser adaptadas a la situación de cada persona debido a que es ella la que conoce cuáles son sus motivos de uso de la aplicación y el tipo de personas que desea potencialmente conocer. Un ejemplo de que el uso de Tinder puede variar dependiendo de cada persona es el de Yolanda, que como ella sugiere, no ha encontrado una buena estrategia para elegir con quiénes conversar y sobre qué temas.

En Tinder, yo no sé por qué, pero no hay química, no hay una conversación divertida; sin embargo, sé de amigos que usan Tinder y con las chicas tienen conversaciones que digo “joder, ojalá tuviera yo esto, quiero a uno como tú, pero conmigo” porque dices “jo, tienen unas conversaciones super interesantes y a mí me toca, no sé, será tema de la descripción que está mal” (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial). [...] De cine, por ejemplo. A mí me gusta un montón el cine. A él le invitan a conciertos y a mogollón de movidas. Que no se ofenda porque él lo sabe, pero que no es tan guapo. Como que empiezan a tener una conversación que atrae, que interesa, que incluso yo, que no estoy metida ahí, quiero saber cómo continúa. Pero a mí no, a mí me dice uno una guarrada y eso es lo más interesante que pasa. El otro día me escribió uno que si quería dominarle. Pero es eso, no te viene alguien y te empieza a hablar una conversación normal. No sé, igual y elijo muy mal (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

En este caso, Yolanda podría provocar conversaciones sobre cine y temas de su interés de manera similar a como ocurre en las conversaciones que considera exitosas y, hasta cierto punto, envidiables de algunos de sus amigos. Pero es precisamente este conjunto de experiencias positivas que ocurren a las personas cercanas las que motivan el uso de Tinder y mantienen una esperanza de que, si se decide seguir utilizando la aplicación, puede haber éxito porque se puede constatar a través de personas cercanas.

Un primer ejemplo es el que indica Mariana, ya que fue precisamente a través de conversaciones con sus matches como pudo empezar a construir una representación sobre lo que es Tinder, sobre cómo intuitivamente puede anticipar que serán las otras personas y, en consecuencia, un conjunto de preguntas que le ayudan a agilizar el reconocimiento de una compatibilidad o no.

Cuando empiezas a utilizar la app no saber como iniciar la conversación o de que temas hablar, ahora digamos que tengo algo de experiencia y sobre todo pregunto casi al inicio que buscan en Tinder (algo serio o "amistad") y así no perder ni hacer perder el tiempo a nadie. Y digamos que tienes ya un listado de preguntas típicas aunque muchas veces hablas de temas que no esperabas y la conversación fluye con mucha naturalidad, no tan "preparada" (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Una manera de aumentar las posibilidades de una conversación fructífera es provocarla desde la descripción y las fotografías. Como se mencionaba en el capítulo anterior, en el perfil de Tinder se pueden presentar muy pocos elementos: 6 fotografías, 1 descripción, asociación opcional a Instagram y a Spotify, los intereses comunes de Facebook, así como datos personales desde Facebook como el nombre de pila, la edad, el trabajo (si es que lo hace público) y sus estudios (si es que los hace públicos). De todos estos elementos, muchas veces lo único que se observa es la primera fotografía, aunque muchas personas indicaron un interés por la descripción. ¿Qué tipo de estrategias han creado en este sentido para motivar la conversación?

En el caso de Ana, siempre la invitaban a beber cerveza, pero a ella no le gusta. Indicó que le gustaba la pizza y eso implicó que la comenzaran a invitar a comer pizza en sus citas, algo que era positivo en los primeros encuentros, pero que se volvió repetitivo y cansado una vez que todos sus matches, sin saberlo, reproducían el mismo discurso e invitación. Ocurrió lo mismo cuando dijo que no le gustaba la cerveza en su descripción.

Todo mundo me hablaba en plan pues nos tomamos una cerveza, pero a mí no me gusta nada la cerveza ni el alcohol. Entonces puse en la biografía que no me gusta la cerveza, y ahí todo el mundo me empezaba a preguntar [por qué]. No sé, era como muy repetitivo (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Las personas necesitan encontrar un elemento que se destaque, que no sea típico, para poder romper el "Hola, ¿qué tal?" y justificar la conversación, sólo que puede convertirse en una situación como la de Ana. Por ello, la mitad de la responsabilidad está en el usuario que espera que conversen con él: debe de anticipar que la información que se agregue –sea un chiste o una descripción sobre su personalidad o intereses– será probablemente un tema recurrente que conduzca las primeras conversaciones.

Si se mira desde la otra posición, la de quien analiza el perfil del otro usuario para iniciar la conversación, Rick y Alan coinciden en la necesidad por recuperar elementos del perfil y utilizarlos en su favor en la interacción con la persona que les interesa.

Para mí es bastante crucial, bastante importante, decir algo que tenga que ver con lo que tenga puesto [en la descripción]. Si tuviera que dar un consejo a otra persona de utilizar Tinder, le daría ése. Siempre aprovecho cualquier cosa: si se ve que está en algún sitio o si le gusta alguna música. Me gusta que pongan descripción. Si ha puesto en la descripción que le gusta la lectura o el cine, pues ya da pie a conversaciones. Una vez que se ha iniciado la conversación, sí que tengo que decir que como por mi trabajo controlo por medios digitales, soy un especialista en buscar a alguien por Instagram o por Facebook y las encuentro casi siempre. Y eso te da algo más información. A lo mejor si no han puesto nada en su Tinder, pues yo qué sé, por tener algo más (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Creo que hasta cierto punto depende de cómo sea su perfil. Me extiendo más con las chicas que parecen más amigables y accesibles, mientras que con las más serias simplemente halago alguna característica suya o algo que me guste sin caer en vulgaridades. Las palabras que uso también dependen un poco de la edad, subiendo un poco de tono entre más edad tengan. Todo esto a partir de una recomendación del amigo de la respuesta anterior de manejarlo todo siempre con un tono de juego (Alan, 22 años, CDMX, online).

Alan menciona que no sólo es recuperarlos, sino convertirlos en halagos. Al final, a cualquier persona le gusta el reconocimiento, sea por su atractivo o por sus logros o intereses, pero sobre todo el reconocimiento es eso: visibilidad, saberse observados y valorados, una necesidad humana que también se manifiesta en Tinder, como se observó con el reconocimiento a través del match como motivo de uso (Ver p. 245).

Rick tiene una estrategia similar: reconocer algún rasgo característico de su perfil, sobre todo alguno que remita a un conocimiento que él posea y le permita entablar una conversación más profunda, así como para valorar si existe una compatibilidad entre las dos personas.

Puede ser que a veces en una conversación yo vea que la chica tiene un interés en particular y entonces pues yo a lo mejor he llevado la conversación para hacerle ver que a mí me interesa mucho un estilo de música o para hacerle ver que a lo mejor tengo interés en la literatura, que me gusta viajar o que me gusta tal. Lo único que claro es que yo tampoco procuro endulzar

mucho la realidad porque luego está la realidad y no quiero generar expectativas que no sean. Pero sí es verdad que a veces procuras hacerle ver que tienes un campo en determinado campo (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

El énfasis que hace en “tampoco procuro endulzar mucho la realidad porque luego está la realidad y no quiero generar expectativas que no sean” es importante porque por una parte puede ser preferible tener una estrategia que permita transmitir confianza y una sensación de compatibilidad, pero al mismo tiempo persiste un deseo por conocerse, en este caso la posibilidad de valorar si hay un interés por encontrar una pareja formal, y el éxito de todo ello se desprende de la autenticidad (Ver p. 259), motivo por el cual debe de ser consistente la transparencia de su persona y congruencia entre lo que dice ser y es.

La mediación de Tinder permite, además, conocer personas con las que difícilmente se justificaría una conversación o que están en una situación que imposibilita conocerse, como puede ser la distancia o gustos distintos que no presenten ocasiones comunes para encuentros. Como se mencionó antes (Ver p. 413), Ana decía que ella no tendría interés en salir o hacer amistad con alguien que sea políticamente conservador y cuyas ideas políticas o imaginario de estatus social presenten una contradicción con la representación de personas que le atraen por la congruencia, pero en Tinder ha conocido a varias personas con estas características y ella misma no entiende por qué ha sido. Tinder puede crear una barrera aparente a través de su pantalla que separa a dos personas, pero al mismo tiempo puede justificar la relación entre aquellos que son más distantes. Una situación similar le ocurrió a Raúl.

La primera persona con la que hablé era un chavo estudiante de la Ibero. Desde ahí dije: “wow, ¿en serio estoy hablando con un estudiante de posgrado?”. Pues qué padre, ¿no? Que tengan la confianza para decirte en qué están trabajando y que quieran contarte. Ellos se explayan y eso me invita a mí a hacer lo mismo (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Originalmente Raúl no creía que en Tinder encontraría otros jóvenes que estuvieran estudiando un posgrado y que pudieran mantener conversaciones profundas y diversas como él deseaba, quizás debido a la representación social de Tinder que él anticipaba.

Tinder es lo que sus usuarios quieren que sea. Infiuye la representación social de la aplicación en sus acciones y expectativas, por supuesto, pero esta representación se crea y se modifica



conforme se generan nuevas experiencias. De acuerdo con lo que se expuso en las entrevistas, en las conversaciones, o ausencia de ellas, es uno de los aspectos más críticos de la aplicación y que influyen en mayor medida su abandono o su promoción.

#### **5.1.2.4 Compatibilidad y confianza**

Cada día se generan millones de matches en México y en España, pero eso no significa que trascienden no como relación, sino ni siquiera como conversación. Lograr crear un entorno de confianza es muy difícil ya que no se pueden constatar las expresiones y reacciones inmediatas de la otra persona, sino que tan solo una versión mediada y procesada a través del chat.

En algunas ocasiones, las conversaciones no avanzan porque son los propios usuarios quienes no continúan la conversación porque asumen saber qué sigue y es algo que les genera más pesar que emoción. En estos casos, no se da la oportunidad de crear un espacio de confianza para que proliferen la conversación porque se intuye que no será posible.

La experiencia. O sea, realmente es eso, el ir hablando y muchas veces que dices “venga, voy a probarlo” y al final dices “¿para qué? Estoy perdiendo el tiempo”. Por eso al final, sé que está mal y que es súper egoísta, pero no doy la oportunidad, aunque haya dado like, pero es que puf, es que va a ser esto otra vez y sé que no va a llevar a nada porque las anteriores veces no me ha llevado a nada y paso (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

El caso de Yolanda es un ejemplo de la otra cara de los escenarios que los usuarios describían en donde hacían matches, iniciaban la conversación, pero no recibían respuesta. Como Yolanda, muchos y muchas más, y quizás también pueda comprenderse como un efecto Tinder si se trata como actante: la aplicación facilita el acceso a tantas personas, tantas conversaciones, que unas le quitan valor a las otras. En una interacción presencial, en cambio, es más fácil darle toda la atención a la otra persona. Si bien esto puede ser una influencia de Tinder, no tiene toda la culpa, ya que mirándolo desde una perspectiva instrumentalista es preciso recordar que el usuario puede elegir a quiénes darles atención y a quiénes decirles que no.

En otras ocasiones, la conversación inicia y hay disposición por continuarla, pero la interacción se puede tornar agresiva, de coerción o simplemente de incompatibilidad. Lo más común es que tome una dirección hacia algo sexual.

Si veo que la conversación se va orientando a algo sexual, ahí paro. Como que les voy cambiando el tema. [...] Si ellos de inmediato como que agarran la onda, no [los elimina]. Pero por lo regular cuando eso pasa, ya no me vuelven a hablar (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Depende... Si la persona a la primera me dice... Que onda cojemos o algo así, siempre eliminó la compatibilidad, soy de la idea de que si se da esta bien, pero que ne lo digan así lo siento muy agresivo, pero generalmente empiezan mas por "el que onda, a que te dedicas me pasas el whats" (Arely, 27 años, CDMX, online).

Comúnmente es la intuición la que determina las posibilidades de que avance o no la conversación, esto es, la suma de experiencias pasadas y aprendizajes realizados de manera inconsciente que se asocian con una situación similar como la que se está viviendo. Por ello, es probable que un usuario que lleva menos tiempo en Tinder pueda permitir por un mayor tiempo actitudes que puedan considerarse como agresivas o coercitivas, mientras que, una vez que éstas se repiten y se posee el antecedente y la experiencia del resultado de esas conversaciones, después ya no son permitidas y se cancela la compatibilidad.

Ganar la confianza es un proceso. Como la interacción ocurre de manera mediada, se crean nuevas formas para lograrlo, pero también aparecen nuevos riesgos para perderla. Revelar información personal y conectar con la experiencia de las otras personas, ayuda a conectar con los usuarios desconocidos, así como también ocurre fuera de Tinder, pero en este escenario se incrementa debido a que puede ser común que se parta de una desconfianza en el trato con el otro. Se pueden identificar tres niveles: el primero, el chat de Tinder, que está por defecto y es donde se desarrolla la primera conversación; en segundo lugar, el WhatsApp y redes sociodigitales como Facebook, Instagram y Twitter, entre otras, que permiten utilizar canales de conversación más cómodos, amigables y, sobre todo, que permitan el intercambio de audios, fotos, videollamadas e información que facilite cotejar la información que se tiene sobre la otra persona para poder verificar su identidad y la congruencia de sus palabras. Finalmente, en tercer lugar, se encuentra la cita, el primer encuentro cara a cara donde definitivamente se puede corroborar toda la información.

Cuando estamos por WhatsApp a lo mejor nos pasamos imágenes de mi pueblo, la familia, cosas que tienes y, nunca, nunca, he enviado una foto de mí, bueno, a lo mejor con un amigo, pero no en plan de selfie, de enseñar nada ni he pedido yo nada (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

El whatsapp se suele dar como muy pronto, cuando nos vamos a conocer en persona, el mismo día o al día siguiente. Y no siempre. A veces te arrepientes de darle el whatsapp a alguien y te vea en línea cuando no tienes interés en hablar con ella. Dar el número de teléfono es un paso importante y hay que estar seguro antes de darlo (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

No hay una fórmula o una *regla* sobre cuánto tiempo esperar para intercambiar números de teléfono y conversar por WhatsApp u otra red, sino que esto es producto de la intuición, esto es, de los aprendizajes obtenidos a través de las experiencias pasadas.

Para pasar de Tinder a whatsapp en algunos casos puede valer con un día o incluso horas de estar hablando con alguien. Si la conversación fluye y veo que hay conexión no me importa hablar por whatsapp y que sea más cómodo y también se pueden enviar fotos. Hay veces que conoces a alguien y no sabes por qué hay una conexión fuerte, sientes que tienes muchas cosas en común y que por qué no quedar, hay veces que cuando esperas mucho tiempo para quedar se va apagando la cosa (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Y esa llama o interés puede terminar si no se materializa en un encuentro presencial, sobre todo si se anticipa que el fin de Tinder es conocer a la persona y no sólo conversar con ella.

Me ha ocurrido que he estado hablando con chicos más de 3 semanas, casi a diario y proponía quedar y nunca podían o querían y he decidido dejar de hablar con ellos porque yo quería tener una relación personal no sólo virtual. También ha habido casos de tener día y casi hora para quedar y en último momento han cancelado y ya nunca más quedamos (Mariana, 29 años, Madrid, online)

Para indagar un poco más sobre esta intuición, se le preguntó a Arely por qué algunas personas le daban una sensación de confianza mayor que otras.

¿Qué tenían esas personas que las distinguió de las otras? Seguridad jajaja si es tonto pero al escribir o hablar por teléfono mostraban seguridad y me dieron confianza para conocerlos (Arely, 27 años, CDMX, online).

La seguridad puede ser real o aparente, esto es, performativa, pero tanto en Tinder como fuera de Tinder es uno de los aspectos más influyentes de una persona en cualquier situación social.

El caso de Yolanda puede ser muy ilustrativo. Ya antes se mencionaba que una de las personas con las que entabló mayor conversación no tenía un perfil de persona, sino una imagen de Google de un Pokémon, pero eso no le impidió establecer una relación de confianza, dentro de lo posible, sino que pareciera que se relacionó con la persona más allá de las apariencias. A pesar de la carencia de corporalidad, fue uno de los usuarios con los que hizo match con quien Yolanda conectó más fuerte y mantuvo conversaciones más fluidas (Ver p. 380). Como se mencionaba antes (Ver pp. 119-121), esto recuerda las discusiones y reflexiones acerca de que las interacciones por Internet pueden hacer visible el self verdadero y conocer a la persona realmente, más allá de su apariencia. A pesar de la fluidez de la conversación, al final Yolanda sabía que desconocía totalmente quién era la otra persona.

Yo se lo decía: “hablo contigo porque me haces gracia y me hace gracia pensar que eres un Pokémon”. Era lo típico de que me decía de coña en plan de que yo no le decía la verdad y yo le decía “mira, no me vengas aquí de sincero que estamos hablando con un Charizard, ¿sabes? Yo te cuento mis cosas, pero yo no sé ni cómo es tu cara”. Pero es eso, realmente me gustaba tener una conversación amena (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, si se anticipa que el uso de Tinder implica que hay un deseo por conocerse y no sólo conversar, si pasa mucho tiempo y no se ha materializado el encuentro, es posible que una de las dos partes termine la compatibilidad.

[Sobre ganar confianza de la otra persona] Yo soy un poco más fácil en ese sentido. Ahí las chicas son las que son difíciles, pero bueno, hay de todo. Hay veces, pocas, las menos, pero a lo mejor en el mismo día que hemos conversado un rato, unas horas, puede ser que nos intercambiamos el teléfono. Ésas, digamos, son pocas. Pero luego hay la mayoría que a lo mejor estamos hablando tres, cuatro días por Tinder y ya nos decimos vamos a quedar, vamos a pasar al WhatsApp porque es más cómodo. Y luego sí que hay algún caso también, que son los menos, que a lo mejor estás una semana hablando por Tinder, pero es que hablar por Tinder es muy limitado y es mucho más cómodo por WhatsApp. Si no, parece que no hay interés. Porque al final el objetivo es quedar (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En conclusión, la claridad y transparencia en la descripción y en la conversación al momento de exponer cuáles son los motivos de uso de Tinder es muy relevante si se desea realmente que la conversación siga y que la otra persona se sienta en confianza. Incluso si el interés fuera una relación sexual, la mediación de Tinder y la representación que se ha construido sobre ella facilita expresarlo en la descripción, por ejemplo, y evitar crear una situación incómoda en el chat, y tener cuidado ya que muchas veces esta mediación y una percepción de anonimato conllevan a las personas a actuar de manera agresiva o violenta.

### 5.1.3 Citas a semi-ciegas 2.0: La cita Tinder

Se puede pensar Tinder como una nueva versión de las citas a ciegas. Dos personas están buscando una pareja o por lo menos desean conocer a alguien y Tinder facilita este proceso. Claro, ya no es a ciegas sino lo contrario porque se elige a partir de *ver* y analizar el perfil de la otra persona, pero tampoco hay una certeza de quién es la otra persona porque lo que se está viendo es una representación de ella misma y se relaciona con la imagen mental que se crea a partir de la información que hace disponible. Por ello, se trata de citas a semi-ciegas, es decir, la persona tiene una impresión de cómo es la persona a la que va a conocer, pero es eso, una impresión, que no será realidad hasta que pueda corroborarla en vivo.

¿A cuántos usuarios ha conocido?	Ciudad de México		Madrid	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Ninguno	15.1%	15.6%	16.4%	2.8%
1	11.6%	11.7%	8.2%	7%
2 a 3	29.1%	26.7%	21.3%	28.2%
4 a 5	20.3%	20%	16.4%	19.7%
6 a 9	9.3%	12.2%	18%	21.1%
10 o más	14.5%	13.9%	19.7%	21.1%

Tabla 63. *La cita Tinder. A cuántos han conocido*

El primer dato que revela esta tabla es que en la Ciudad de México el comportamiento acerca de tener citas con sus parejas de Tinder entre hombres y mujeres es prácticamente idéntico, mientras que en Madrid la mayor diferencia está en que la mayoría de las mujeres por lo menos ha tenido dos citas.

Si se comparan las poblaciones de la Ciudad de México con las de Madrid, la diferencia más significativa está en la frecuencia con la que hombres, pero sobre todo mujeres, tienen un número más alto de citas, un dato que es constantemente más alto tanto en hombres como en mujeres respecto a tener más de 6 citas.

Este resultado es importante porque tener más de 6 citas puede reflejar una mayor normalización del uso de Tinder. Quizá también buenas experiencias, pero por lo menos una mayor confianza o mayor probabilidad de tener encuentros positivos.

Tinder permite conocer a gente que de otra manera podría ser difícil. Agiliza y justifica la relación con desconocidos.

Por poner una estadística he quedado en persona con un match al mes. Y cada mes no te sabría decir cuántos match tengo, 25-30 aproximadamente (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Ay, no sé, no creo que me acuerde. Como unas 20. Yo creo que sí. La mayoría extranjeros. Yo creo que son más, entonces. La mayoría extranjeros y unos pocos mexicanos. Yo creo que todos los mexicanos son mis amigos, bueno, les sigo hablando y tienen novia, me cuentan su vida, y cosas así. Todo estuvo bien (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Para poder llegar a la cita, se tiene que haber generado un ambiente de confianza y de seguridad de quién es la otra persona. Cada caso es distinto, algunos intercambian números de teléfono pronto y se acuerda una cita rápido precisamente con la intención de poder verificar la *realidad* de la otra persona, pero en otros casos se prefiere ir más lento y construir la confianza poco a poco, algo que ocurre sobre todo si se tiene una percepción de inseguridad, como ocurre en el caso de la Ciudad de México (Ver p. 418) o si será su primera o alguna de sus primeras citas y todavía no tiene mucha experiencia en Tinder, como comparte Irene sobre sus primeros usos de la aplicación.

Pues hace ya tiempo, así que tengo recuerdos borrosos, como ya he comentado, al principio mis amigas y yo jugábamos a tinder, no lo tomábamos como algo serio. Cuando estaba yo sola en casa y la usaba, me costaba mucho darle a like y en caso de recibir un match, hablar era impensable para mi, si me hablaban pues respondía y demás, pero la idea de quedar con alguien me parecía ridícula. Si eso hablaba un par de días con el que fuera, y cuando proponía vernos, huía de allí hiper rápido, porque solo pensarlo me moría de vergüenza (Irene, 30 años, Madrid, online).

Para Raúl, lo que distinguió a las personas con las que sí tuvo un encuentro presencial en contraste con aquellas con las que se interrumpió la comunicación fue que la conversación se extendió por un periodo más largo, que se pudieron conocer mejor y que parecía haber un interés mutuo y genuino por lo que hacía la otra persona.

Yo creo que el tiempo de conversación. Con los otros seguíamos platicando, pero llegó un momento de que se acaba la llama muy rápido y con ellos fue algo constante. No hablo de platicar diario, pero cuando platicábamos era soltar el cotorreo durísimo, era más constante, todo el tiempo fue divertido, fue rico, y pues ya al momento de vernos con esas personas no fue como si nos hubiéramos conocido de toda la vida, pero ya había mucha confianza, no fueron momentos incómodos (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

En el caso de Sonia, agregarse a Facebook ha sido un gesto que inspira confianza y seguridad sobre la otra persona debido a que permite conocer y corroborar cómo es en realidad a través de sus fotografías, sus publicaciones, su información y su relación con otras personas, así como el hecho de compartir su cuenta de Facebook puede ser interpretado como un gesto de confianza. Gracias a ello, cuando se han conocido en una cita, no ha habido una diferencia significativa sobre cómo se imaginaba a la otra persona de como en realidad es.

En general no ha sido así como de “no manches, pareces otra persona” porque nos agregamos a Facebook. El que te respalden su información, ayuda mucho (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

En este sentido, el uso de Facebook como una estrategia para cotejar la veracidad de la información y de todo lo que representa el perfil de la otra persona es muy útil. Compartir WhatsApp también lo es porque implica que se puedan hacer llamadas o videollamadas, así como envío de audios y fotografías que aumenten la percepción de realidad de la otra persona, algo

que es muy importante destacar de nuevo ya que, como se ha insistido, la relación que se construye es primero con un perfil y una representación imaginada y construida sobre la otra persona a partir de la información y recursos disponibles en Tinder, y después ya con la persona material y espontánea. Se trata de una persona y su personaje, su self digital, que aun cuando se desee ser transparente, hay factores que escapan y no se pueden mostrar a través de un chat como la espontaneidad, el tono de voz, el lenguaje corporal, entre otros. Todos ellos complementan el self de la persona y son piezas de un rompecabezas que se van colocando poco a poco conforme se gana más confianza. Por ello, a través de WhatsApp puede ser muy significativo poder hacer una llamada o enviar un audio para escuchar su voz.

Uno se crea sus ideas y va haciendo estereotipo. ¿Cómo será su tono de voz? Cosas como te imaginaba más alto (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Como que la voz es ese puente que transporta de lo digital al mundo real. Es la herramienta que me da ese primer paso. Y ya cuando estoy cara a cara, se siente muy familiar (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

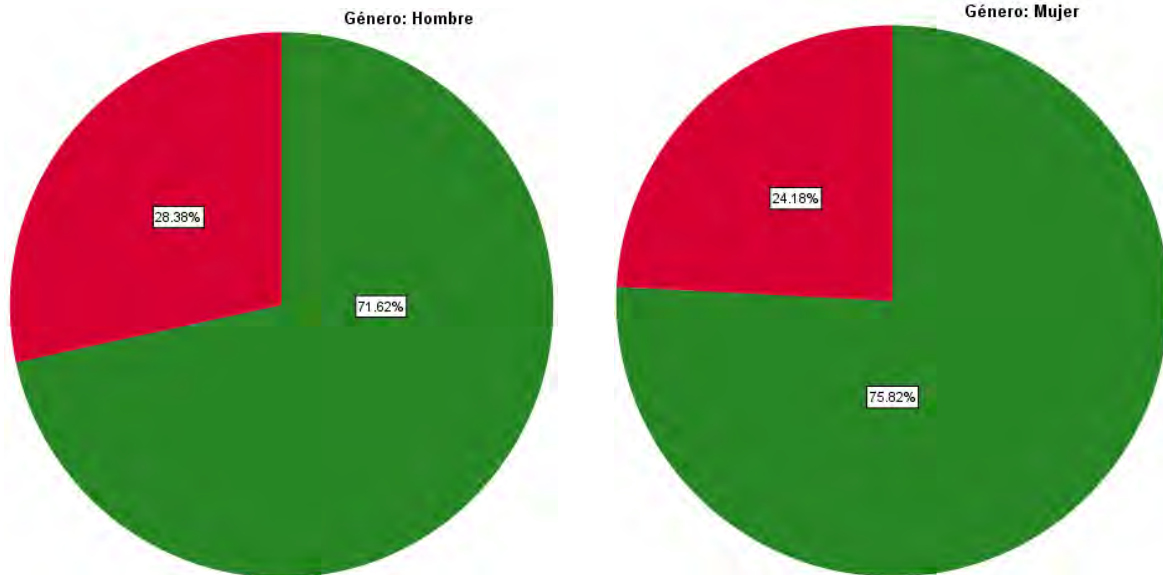
En el primer cuestionario de México y en el cuestionario de Madrid se les preguntó acerca de la percepción que tenían sobre la congruencia entre la veracidad de la información compartida, la apariencia que mostraban las fotos y la personalidad que imaginaban que tenía la persona como usuario de Tinder en comparación con su persona fuera de Tinder, el self digital y self presencial.

sobre una congruencia de veracidad de la información, personalidad y apariencia de sus matches entre su self digital y su self presencial y apariencia en el encuentro cara a cara. A continuación, se presentan los resultados como gráficas para poder apreciar la relación entre hombre y mujer, así como entre Ciudad de México y Madrid.



¿La apariencia física de su match coincidía con la imagen que mostraba en las fotos?

### Ciudad de México

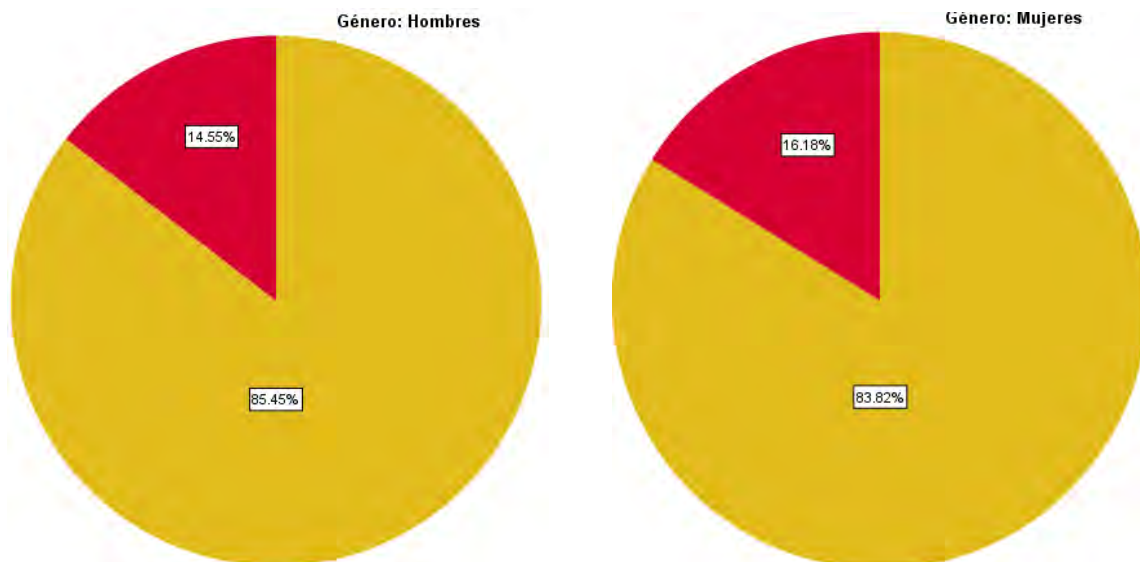


**Hombre:** Sí – 71.62% / No – 28.28%

**Mujer:** Sí – 75.82% / No – 24.18%

Gráficas 31 y 32. *¿Apariencia física coincidía? CDMX*

### Madrid



**Hombre:** Sí – 85.45% / No – 14.55%

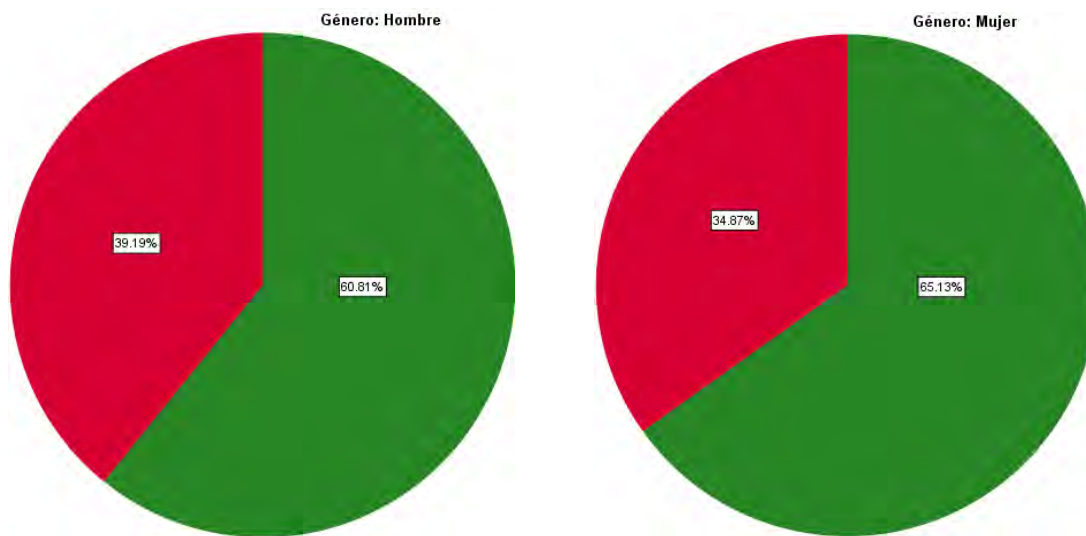
**Mujer:** Sí – 83.82% / No – 16.18%

Gráficas 33 y 34. *¿Apariencia física coincidía? Madrid*

Los resultados presentan diferencias menores, pero reales, entre Ciudad de México y Madrid ya que en el primer caso los usuarios percibieron mayores diferencias en la apariencia de su match en relación con lo que anticipaban. Por otra parte, entre hombres y mujeres las diferencias son mínimas y pareciera que la experiencia ha sido muy similar en ambas ciudades repitiendo ese patrón

**¿La personalidad de su match coincidía con lo que anticipaban de acuerdo con su comportamiento e intereses expresados en el chat y en su perfil?**

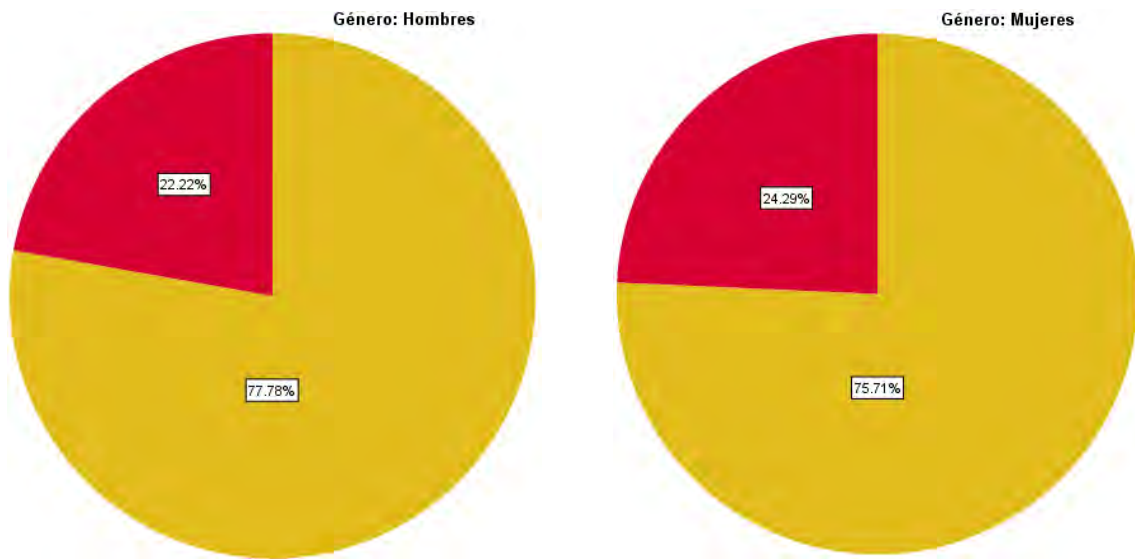
### Ciudad de México



**Hombres:** Sí - 60.81% / No – 39.19%      **Mujeres:** Sí – 65.13% / No – 34.87%

Gráficas 35 y 36. ¿Comportamiento coincidía? CDMX

## Madrid



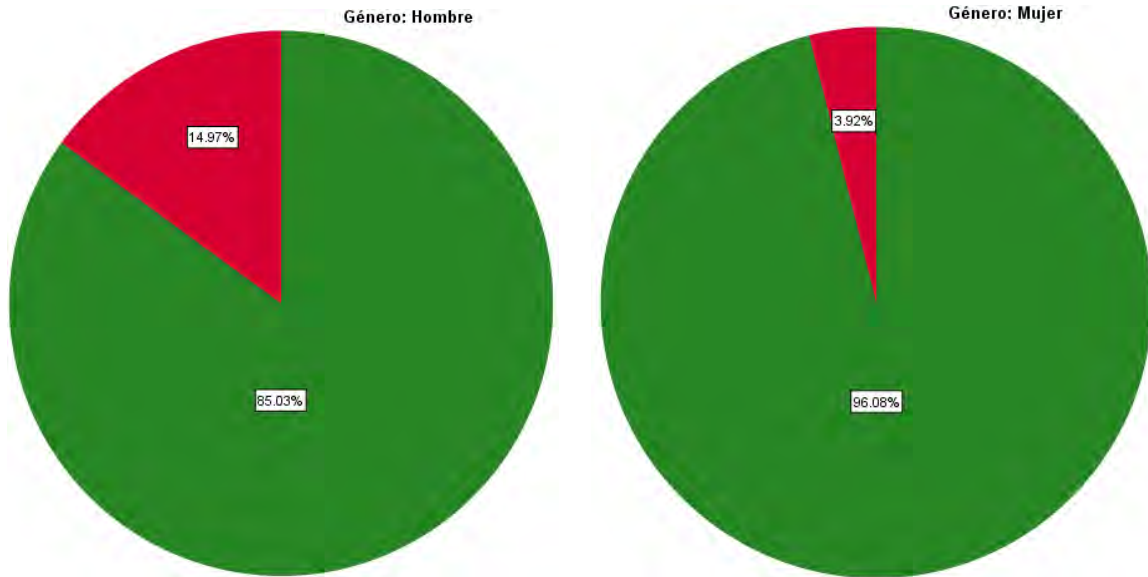
**Hombres:** Sí – 77.78% / No – 22.22%      **Mujeres:** Sí – 75.71% / No – 24.29%

Gráficas 37 y 38. *¿Comportamiento coincidía? Madrid*

Una vez más, se repiten patrones en la distribución, aunque los hombres de la Ciudad de México reportaron una mayor frecuencia de que sus parejas tenían una personalidad distinta de la que anticipaban. Este rasgo presenta la mayor división de las tres características analizadas y coincide con las citas que describen algunos de los entrevistados. Cuando una comunicación es mediada, es común leer a la persona como se desea que sea, esto es, se tiende a idealizarla e interpretar su perfil y comunicación de manera favorable. Por otra parte, también es posible que a la persona tenga más confianza para comunicarse desde el teléfono por el empoderamiento de poder controlar los ritmos de la conversación en cuanto a tiempos y modos.

## ¿La información que mostraban en su perfil era verídica?

### Ciudad de México

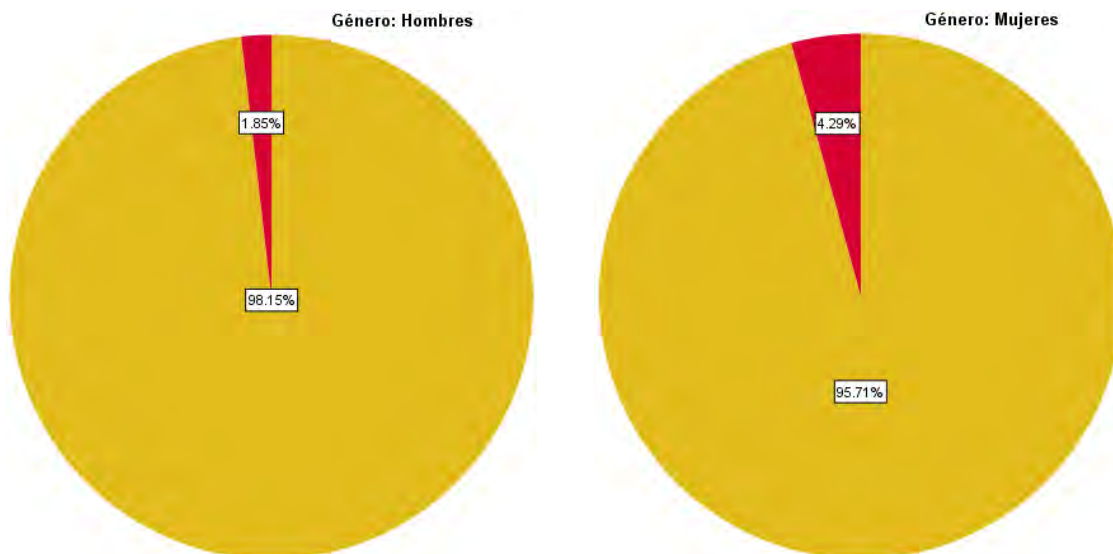


Hombre: Sí - 85.03% / No - 14.97%

Mujer: Sí - 96.08% / No: 3.92%

Gráficas 39 y 40. ¿La información era verídica? CDMX

### Madrid



Hombre: Sí - 98.15% / No - 1.85%

Mujeres: Sí - 95.71% / No - 4.29%

Gráficas 41 y 42. ¿La información era verdadera? Madrid

Cuando se concreta una cita, lo más común es que no se está utilizando un perfil falso y, en general, coincide la representación digital con la presencial, aunque puede haber excepciones. Se puede ver que son muy pocos los casos en los que los otros usuarios mintieron sobre su información personal. Quienes más lo hicieron, de acuerdo con su experiencia, son las mujeres en el caso de la Ciudad de México.

Por ello, para aumentar el nivel de confianza en la otra persona y la probabilidad de que haya compatibilidad con ella y congruencia entre su perfil digital y su persona real, se hace un intercambio de redes sociodigitales y servicios de mensajería para extender los recursos que cada una de las partes tenga sobre la otra persona, esto es, no sólo fotografías, sino también el intercambio o vista de fotos, videos, audios y llamadas telefónicas.

El tiempo que debe de pasar desde que hacen match y conversan hasta conocerse depende de cada persona y también suele estar muy vinculado con las experiencias que hayan tenido las dos personas. Como describe David, una parte importante es saber *leer* a la otra persona y saber si las dos partes muestran disposición por conocerse. No es común que deseen mantener y extender la relación como algo meramente digital, sobre todo si tienen la intención de conocer personas, lo que precipita terminar una conversación con alguien si no avanza como consecuencia de que, comúnmente, hay muchas otras personas con las cuales conversar.

No sabría decirte exactamente, más de 10 personas fijo, pero no sabría indicarte número exacto. Podría ser una cifra baja, pero tal y como comentaba antes, muchos no muestran interés ni en quedar ni nada aunque tú sí lo muestres. Al final tampoco quieres ser pesado, ¿no? Si he quedado con esas personas es, principalmente, porque me han dado confianza para hacerlo, porque eran graciosas, interesantes y enganchaban, llamaban la atención. Puede que sea un poco exigente, para qué mentirte jajajaja. Normalmente pasa una semana desde que empezamos a hablar hasta que nos vemos, tiempo que considero suficiente para saber si hay interés de verdad (por mínimo que sea) (David, 22 años, Madrid, online).

Se trata tanto de tener confianza en uno mismo, como de poder demostrarla para que la otra persona desee dar ese paso. Y esta confianza, como se planteó en un primer momento, se construye en la conversación.

[Sobre qué significaba para Irene tener una cita con alguien a quien conoció en Tinder] Significa abrirme mucho, y como ya he dicho, necesito algo más que una atracción física para plantearme algo con una persona, necesitaba que hubiera "chispa" durante la conversación, una chispa que me animara al siguiente paso, y a que estuviera tan agusto con una persona, que el miedo por mis inseguridades pasaran a un segundo plano, ya que a pesar de ser muy insegura con mi físico, estoy muy segura de mi personalidad, por lo que hablar por la app o pasando al whatsapp no me suponía ningún problema. [...] Y si, cuando el invierno pasado conocí a la persona esa con la que tuve mucha química, me planteé por primera vez pasar de lo virtual y quedar en persona, y quedamos, pero acontecimientos ajenos a nosotros, hizo que tuviéramos que posponer la "cita" luego llegó la Navidad, él se fue a su ciudad y yo a la mía, y la cosa se enfrió bastante y no quedamos. Después de esa ocasión, este verano quedé con un chico, y desde entonces con dos más (Irene, 30 años, Madrid, online).

En el caso de Irene, era importante que la conversación inspirara un interés y confianza para justificar el encuentro. A pesar de que no funcionó, después de haber tenido la primera cita, las siguientes dos fueron más fáciles porque ya tenía esa experiencia como antecedente.

La experiencia como antecedente no siempre es positiva. Cuando las citas no son como las imaginaban, puede generar reserva sobre intentarlo de nuevo, así como un rechazo hacia personas que muestren comportamientos similares en los chats.

Hay dos motivos por los cuales pueden no coincidir las representaciones que se han hecho sobre la persona con su realidad: a) porque utiliza una máscara, esto es, sus fotos están alteradas, utiliza perspectivas o ángulos que le favorezcan, son fotos antiguas o simplemente ha creado un perfil falso utilizando la imagen de otra persona, que es lo menos común, y b) porque a pesar de que haya una transparencia en sus intenciones y en su perfil, el otro usuario que desea conocerle puede tener una tendencia a idealizar a la persona a través del chat, la descripción y las imágenes: al haber recursos limitados, es necesario hacer un esfuerzo de imaginación superior y éste puede no coincidir con la realidad (McLuhan, 1996: 43-48).

Es muy distinto porque al fin y al cabo en Tinder ves unas fotos, hablas con la persona y te vas imaginando tú mismo cómo es la persona. A veces te equivocas si te imaginas a la persona como tú quieres que sea. Derivando de las fotos vas creando tu propio personaje. [...] Cuando quedas con alguien en la vida real, pues dices, "esta persona no se parece nada a lo que esperaba" porque tú te esperabas algo como tú querías y la gente no es así. Tú te vas montando tus fantasías con

esta persona, cómo es, cómo sería, pero es sólo cómo te gustaría que fuera esta persona (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Por ejemplo, creo que te dije al principio que había un chico que no se veía tan parecido a las fotografías. Él es fotógrafo, entonces sabía sacarse unas fotos buenísimas. En las fotos se veía una persona muy segura y en la conversación también; a mí la verdad me encantó su conversación, me cayó muy bien. Cuando lo conocí, era un chico muy inseguro. De hecho, todo el tiempo me estaba preguntando: “¿estás bien?” Así como si yo estuviera a disgusto, ¿no? pero no, todo normal. Pero sí, él una persona muy insegura. No era como se veía en las fotos. Sí era él, pero en su super mejor ángulo (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Pero también puede ser intencional como lo es a través del uso de filtros y selección estratégica de las fotografías.

De los 7 sólo dos personas no fueron lo que pensaban, ya que no mintieron pero sus fotos sí tenían mucho filtros jaja obviamente si cambian (Arely, 27 años, CDMX, online)

No, sobre sus datos no, pero sí he visto de gente que en sus fotos se ven muy muy bien, y ya cuando los conoces pues no son tan guapos (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Y en otros casos sí puede haber una intención de mentir sobre su información personal porque se cree que de esa manera se puede tener más éxito con un tipo de usuarios específico.

Incluso me ha pasado de una persona que ponía en su perfil que tenía 31 y tenía pocas fotos, no sé por qué, quedé con esta persona y cuando la vi directamente, digo, o sea, no se lo dije, pero lo pensé “esta persona no puede tener 31”. Y ya cuando empezamos a conversar y tal, indirectamente lo solté y me dijo que tenía 35. Dije “macho, no puedes mentir, ya empiezas ocultando información... mal vamos... si tienes 35 y puedes aparentar 30, bueno, pero es que no, aparentas 35”. Para mí lo ideal es 27, 28 (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En los Apéndices (Ver p. 606) se presenta una selección de los comentarios sobre sus mejores y peores citas hechos por quienes respondieron los cuestionarios. Evidentemente, todos son anónimos y se desconoce su género, orientación sexual y edad, pero se presentan organizados por ciudad y por la temática que describen.

Las experiencias que comparten ahí, aun a pesar de que se les pidió que fueran breves, son muy significativas porque constituyen una parte de lo que conformará su representación social sobre Tinder. La aplicación es una herramienta, pero está cargada de significados que se le atribuyen con base en las experiencias que se han tenido o que terceros les han compartido. Puede parecer que despersonaliza las relaciones, pero simplemente las mediatiza. Una vez que se genera la cita, como se ha visto, se recupera la esencia de realidad y se reconoce que realmente se ha estado conversando con un ser humano, con una persona, y que a pesar de su apariencia como un juego, está cargado de historias y de intenciones reales, tanto positivas como negativas.



## **5.2 Análisis comparativo de las representaciones sociales de Tinder en la Ciudad de México y en Madrid**

Tinder es una aplicación, un medio, un recurso tecnológico, pero también es la suma de opiniones, creencias, experiencias y usos que hacen los usuarios. Si bien, como se ha señalado, la parte tecnológica de lo que significa Tinder influye en la manera de comportarse, también la parte social tiene repercusiones en las acciones que toman los usuarios con respecto a otras personas.

Por ello, este apartado está dedicado a describir y analizar cuáles son las representaciones sociales de Tinder, cómo están conformadas y de qué manera influyen en los usuarios. Se analiza la asociación de Tinder con el mercado y las implicaciones que puede tener cosificar a las otras personas, a uno mismo y las relaciones que se producen; la asociación de Tinder con las relaciones sexuales sin compromiso y la percepción que se tiene sobre este acto en el imaginario de las personas para entender cómo influye en lo que piensan de Tinder; la imagen de una relación exitosa y la posibilidad de ser felices como algo que puede estar influido por el uso de Tinder y, finalmente, un análisis particular de las representaciones sociales de Tinder en la Ciudad de México y en Madrid. Todas ellas, en su conjunto, permiten conocer de qué manera el uso de Tinder está influido por las expectativas que se cree que otras personas tienen de uno mismo y de Tinder, así como la manera en que las experiencias propias transforman el uso de Tinder y lo que otras personas puedan pensar de la aplicación, una dinámica doble, así como un rol doble del usuario como activo y pasivo, como construido y constructor (Moscovici, 1979).

### **5.2.1 Comparación de los motivos de uso de Tinder**

Los resultados se obtuvieron a partir de tres tipos de cuestionarios: dos de la Ciudad de México y uno de Madrid. El primero, que fue muy importante para el análisis del capítulo 4, tuvo 393 respuestas; el segundo, que incluía objetivos precisos en cuanto a las representaciones sociales de Tinder tuvo 132 respuestas, y el tercero, el de Madrid, tuvo 153 respuestas y consistía en una combinación de los elementos que se utilizaron para el análisis comparativo de los primeros dos cuestionarios de México.

Para poder realizar la comparación de los resultados, se presentará primero una comparación de los resultados del primer y del segundo cuestionario de la Ciudad de México para analizar cuáles

y por qué fueron las diferencias; en segundo lugar, se presentarán los resultados de los motivos de uso entre usuarios de Madrid para identificar e interpretar las tendencias que se muestren, finalmente, se realizará una comparación del promedio de los motivos de uso de los cuestionarios de Ciudad de México con el de Madrid para analizar cuáles son las diferencias y qué dicen sobre las diferentes representaciones sociales de cada ciudad.

### 5.2.1.1 Comparación de los cuestionarios 1 y 2 de la Ciudad de México

En el primer cuestionario no se hicieron preguntas sobre su anterior pareja ni sobre su interés por utilizar Tinder para conocer personas de la misma orientación sexual. Se anexaron estas preguntas debido a los resultados obtenidos por otros estudios que mostraron la relevancia por indagarlos (Timmermans & Caluwé, 2017).

En el segundo cuestionario no se buscaron tantas respuestas como en el primero, pero la distribución por género y orientación sexual es similar (Ver p. 172). La siguiente tabla muestra los promedios de cada uno organizados por género considerando que podían asignar desde 1, como el valor más bajo, hasta 10, como el valor más alto.

Motivos	Cuestionario 1		Cuestionario 2	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Relación formal	7.20	6.17	5.93	5.10
Sexo sin compromiso	5.64	3.21	5.88	3.75
Comunicación mediada	7.14	7.60	6.56	5.84
Amigos	6.85	7.51	5.37	6.68
Reconocimiento	6.22	5.24	6.56	6.88
Olvidar expareja	-	-	3.54	3.90
Misma orientación sexual	-	-	6.65	6.19

Tabla 64. Comparación motivos de uso CDMX 1 CDMX 2

Uno de los cambios más evidentes es que se asignaron valores menores a casi todos los motivos de uso de Tinder. Quizás una de las posibles explicaciones de estas variaciones sea desde dónde fueron invitados a participar: mientras que el primer cuestionario se hizo de manera

completamente distante, entre desconocidos, desde Tinder, para el segundo cuestionario se hizo lo mismo, pero también se enviaron invitaciones desde redes sociodigitales, mismas que se reprodujeron, pero finalmente a todas las personas les llegaba desde un amigo. De cualquier manera, todos los cuestionarios son anónimos, pero quizá eso ayude a explicar por qué motivo los resultados son más bajos.

Independientemente de estas diferencias, ambos son un reflejo de los motivos de uso de dichos usuarios. En la comparación se puede observar que hay patrones que persisten y, en general, a pesar de que en varios casos haya disminuido el promedio, la tendencia continúa. Hay tres diferencias destacables:

1. Comunicación mediada. El interés por la facilidad de la comunicación mediada por Tinder disminuyó considerablemente entre las mujeres del primer cuestionario contra las del segundo, pasando de 7.60 a 5.84. Es difícil explicar este cambio ya que las experiencias de los usuarios no lo refieren, pero una hipótesis es que puede estar influido porque la población de los cuestionarios fue distinta, aunque sorprende que varíe tan significativamente.
2. Amigos. Mientras que en el primer cuestionario fue común el deseo por hacer amigos a través de Tinder, y que como se analizaba en el capítulo 4 (Ver p. 250) esto responde a la libertad de no tener que poner un título al motivo que conecta a las personas, que no buscan ni una relación formal ni una casual necesariamente, ahora disminuyó en ambos casos. Los hombres pasaron de 6.85 a 5.37, mientras que las mujeres de 7.51 a 6.68.
3. Reconocimiento. El deseo de saberse reconocidos y apreciados a través de hacer match con otras personas aumentó muy poco en hombres y considerablemente en mujeres, pasando de 5.24 a 6.88.

Por otra parte, se sumaron dos motivos que son analizados a continuación: olvidar a su expareja y la posibilidad de conocer personas de la misma orientación sexual.

## Olvidar a su expareja

Se preguntó qué tan importante era el uso de Tinder en relación con un deseo por olvidar a su anterior pareja debido a que fue un motivo de uso que Timmermans y Caluwé (2017) encontraron como constante. Se decidió incorporar no tanto porque fuera uno de los principales motivos o de los más constantes, sino porque a veces, aunque no fuera común, sí resultó ser relevante. A pesar de que haya situaciones en que terminar una relación inmediatamente genere libertad, tranquilidad, confianza y autonomía, como puede ser una relación destructiva en donde haya violencia psicológica, física y simbólica, en muchos de los casos la ruptura puede generar desestabilidad emocional. En estas situaciones, es común que haya una pérdida de autoestima al no sentirse valorados y, en consecuencia, inseguridad para iniciar una nueva relación. Respecto a Tinder, tanto en las entrevistas como en los cuestionarios se reportaron casos en que se comenzó a utilizar la aplicación como consecuencia de una ruptura.

Fue un gran impacto para mi, yo salí de una relación tormentosa la cual bajo mi autoestima, de cierta forma el hecho de tener un match y que estos fueran aumentando me ayudaron a que ganará confianza, a todo el mundo en algún instante le gusta ser volteado a ver (Arely, 27 años, CDMX, online).

Pueden ser los amigos que intentan distraer a la persona que terminó su relación y ayudarle a recuperar la confianza al hacer matches y saberse valorada, como también puede ser que uno mismo ya sabía que existía la posibilidad de utilizar Tinder y de conocer nuevas personas, pero como estaban en una relación no la utilizaban. Lo que es un hecho, por lo menos de acuerdo con los entrevistados (Ver p. 513), es que el uso de Tinder fue especialmente positivo después de una ruptura. Las diferencias respecto a casi todos los grupos fueron mínimas, alrededor del 3.65 en promedio general, pero hubo un grupo que reportó cambios, por edad.

### **Olvidar a su expareja**

Edad	Media	N
18 a 20 años	2.63	8
21 a 24 años	3.57	30
25 a 28 años	3.81	43
29 a 31 años	4.00	26
Total	3.70	107

Tabla 65. *Olvidar a su expareja*

Se puede apreciar que hay un aumento progresivo respecto al interés por este motivo de uso de Tinder conforme son mayores de edad. En primer lugar, una explicación es que es comprensible que algunos de los más jóvenes quizás no tienen pareja o están en una relación. Por otra parte, una ruptura alrededor de los 30 años puede ser más dolorosa ya que puede implicar una relación más larga y, sobre todo, quizás tratarse de una relación de la que se esperaba que pudiera consolidarse por un periodo mucho más extenso, ya sea para iniciar un proyecto en común, una familia o situaciones similares.

Venía de una relación bastante larga y yo no sabía cómo volver a salir con alguien y luego en mi caso, que soy gay, a veces es más difícil acercarte a las chavas porque ni siquiera sabes (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

A Sonia le ayudó Tinder para empezar a salir con mujeres después de haber terminado su relación, pero además destaca la importancia de la aplicación para conocer a otras personas de su orientación sexual.

Buscar personas de la misma orientación sexual

La razón por la que se sugirió este motivo de uso es que Tinder actúa como mediador para que una persona que desea conocer a alguien de su mismo sexo pueda hacerlo más allá de las restricciones sociales o familiares que pueda tener. La pregunta se hizo a todos los usuarios, pero los resultados que se presentan a continuación son únicamente los que se refieren a homosexuales y bisexuales.

Motivo de uso de Tinder: Ayuda a conocer personas por orientación sexual				
	Hombres		Mujeres	
	Homosexuales	Bisexuales	Homosexuales	Bisexuales
Orientación sexual	8.55	6.20	9.25	7.79

Tabla 66. *Personas de la misma orientación sexual*

Como se podía anticipar, el promedio de este motivo aumentó cuando se filtró por homosexuales y bisexuales. Algunos de los entrevistados reportaron creer que Tinder era una aplicación exclusivamente heterosexual antes de comenzar a utilizarla, pero al descubrir que se podía elegir buscar personas del mismo género les interesó particularmente porque se consideraba como una aplicación distinta, casi opuesta, a Grindr, en la que predominan las relaciones casuales.

Raúl explica uno de los motivos más comunes del uso de Tinder entre usuarios homosexuales: la facilidad para identificar quiénes son homosexuales y están buscando pareja, una situación similar a la de Sonia expuesta anteriormente.

[Sobre conocer a otros hombres homosexuales] Se me dificulta mucho. En la vida real mi *gaydar* está roto, entonces no puedo identificar cuando alguien es o no es y siempre ha sido un problema. Entonces eso me lo facilita mucho (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

### 5.2.1.2 Motivos de uso de Tinder en Madrid

En este apartado se presentan los resultados de los principales motivos de uso de Tinder en Madrid con la finalidad de poder comprender mejor cómo se define el uso de Tinder en la ciudad y así poder valorar si existen diferencias importantes cuando se comparan usos de poblaciones de países distintos.

El análisis de cada motivo no será tan extenso porque es el que ha sido expuesto en el capítulo 4<sup>107</sup>. El objetivo es identificar los elementos más significativos y sus variaciones de acuerdo con el grupo de población analizado. A continuación, la tabla presenta un esquema de los motivos de uso organizados por género y por orientación sexual<sup>108</sup>.

---

<sup>107</sup> A pesar de que el capítulo 4 está realizado principalmente a partir de los resultados del primer cuestionario de la Ciudad de México –una población distinta–, el análisis es equivalente ya que está dirigido a comprender el sentido de los distintos motivos de uso analizados. En este caso, se presentan los resultados específicos de Madrid que son analizados con mayor detalle en este capítulo (Ver p. 398). Se omite el análisis aquí para no ser repetitivo.

Motivos de uso	Hombres		Mujeres	
	Heterosexual	Homosexual & Bisexual	Heterosexual	Homosexual & Bisexual
Madrid				
Relación formal	6.62	7.33	5.74	5.13
Sexo sin compromiso	7.00	3.95	4.11	5.26
Comunicación mediada	5.15	6.03	5.36	4.57
Amigos	3.92	6.49	4.69	5.38
Reconocimiento	5.54	5.52	6.05	4.08
Olvidar expareja	3.69	2.70	4.33	3.29
Misma orientación sexual	5.62	7.95	5.54	6.95

Tabla 67. *Motivos de uso por género y orientación sexual - Madrid*

En general, se asignaron valores bajos a la mayoría de los motivos de uso de Tinder. Esto puede reflejar que no hay un interés que predomine sobre los demás o que éstos cambien constantemente. No obstante, en algunos casos sí se asignaron altos y que contrastan con los de otros usuarios.

#### Relación formal

Los hombres reportaron un interés alto por encontrar una pareja formal, significativamente mayor que el de las mujeres. Si se comprende por orientación sexual, los homosexuales y bisexuales indicaron un interés mayor. Se sugiere que esto se debe a la presencia de Grindr como una aplicación principalmente sexual y también muy utilizada (Ver p. 234). Por otra parte, las mujeres indicaron un interés general por este uso.

#### Sexo sin compromiso

Mientras que las mujeres indicaron un interés bajo en general por el sexo sin compromiso, en los hombres se puede apreciar un contraste muy significativo que se relaciona con el resultado anterior: los heterosexuales indicaron un interés promedio de 7 contra 3.95 de los homosexuales y bisexuales. Este resultado coincide con otras investigaciones que indican un interés de los hombres heterosexuales por buscar relaciones sexuales (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014),

mientras que un ejemplo del índice tan bajo en los homosexuales y bisexuales puede observarse en la situación descrita acerca de Grindr (Ver p. 234).

#### Facilidad de la comunicación mediada

Resultó inesperado encontrar un interés tan bajo por la comunicación mediada, común entre hombres y mujeres, pero todavía más con las usuarias de Tinder. Esto puede significar no que les moleste conversar a través del teléfono, porque no es así como lo sugieren los resultados (Ver p. 356), sino que para ellas no es algo que justifique su uso de Tinder.

#### Conocer nuevas personas y hacer amigos

En el capítulo 4 se mencionaba que este motivo puede ser utilizado en algunos casos como que no buscan una relación formal, no buscan sexo sin compromiso, pero si se da alguna de éstos u otro motivo, está bien; esto es, hacer amigos y conocer personas como un motivo comodín y por ello muy popular en Tinder. A pesar de ello y de que se anticipaba un promedio alto, el interés fue muy bajo. El mayor contraste se observa entre hombres heterosexuales con 3.92 y hombres homosexuales y bisexuales con 6.49. Para los jóvenes de Madrid que participaron en la investigación, hacer amigos no es algo que motive su uso de Tinder.

#### Hacer matches y recibir reconocimiento

El interés por los matches y la sensación que puede generar la validación de los otros no fue significativo entre los usuarios de Madrid, aunque hubo una diferencia significativa entre el interés de las mujeres heterosexuales (6.05) y el de las mujeres homosexuales y bisexuales (4.08).

#### Olvidar a su anterior pareja



Este motivo suele ser muy bajo en general, tanto en Madrid como en Ciudad de México como en otras investigaciones realizadas, pero sus resultados son valiosos. En este caso, mientras que a los hombres homosexuales y bisexuales les importa muy poco (2.70), las mujeres heterosexuales fueron quienes le dieron mayor importancia (4.33).

Rick comparte una reflexión sobre cómo han cambiado sus motivos de uso de Tinder y cómo dejar atrás su anterior relación tuvo una influencia importante en ellos.

En el cuestionario yo recuerdo que respondí claramente para buscar una pareja formal, pero ahora que me lo has comentado, es verdad que a lo mejor al principio me ayudó a superar mi anterior relación y es verdad que a lo mejor más al principio podía buscar un sexo esporádico, pero con el tiempo, siempre ha estado ahí, pero el objetivo de establecer una pareja formal es el que ha estado desde el principio y más fuerte es ahora. Realmente es mi objetivo. Realmente sé que puede venir por esta aplicación o por otro medio. No tiene por qué venir ni tampoco tengo prisa. Pero sí que conocer a otra persona y tener esa posibilidad. ¿Por qué ha cambiado lo del sexo esporádico? Porque he tenido alguna relación muy corta en plan de un rollo y al final ha terminado por gustarme, entonces, luego resulta que ella no quería algo más. Entonces... ya miro muy bien eso para no toparme con que la otra persona no busca lo mismo que yo. [...] A veces lo he pasado mal porque yo a lo mejor “nos lo hemos pasado muy bien”, pero para ella terminó ahí y para mí a lo mejor quería continuar. Pero bueno, me ha pasado varias veces (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

### Conocer personas de la misma orientación sexual

Este apartado también incluye a los heterosexuales y también para este grupo es importante, pero, como se explicaba anteriormente (Ver p. 613), en el caso de homosexuales y bisexuales puede ser más valioso porque en algunos casos ayuda a conocer personas que posiblemente no hagan pública su orientación sexual o que tengan dificultad para encontrar a otras personas con intereses similares. Mientras que para los heterosexuales el promedio aproximado fue de 5.50, para homosexuales y bisexuales fue de 7.50. También es destacable que en el caso de los hombres en específico casi llegó a 8, el más alto de todos.

### 5.2.1.3 Análisis comparativo de los motivos de uso de Tinder entre usuarios de la Ciudad de México y de Madrid

Esta comparación cumple con dos objetivos.

1. Los motivos de uso de cada ciudad ayudan a construir la imagen de la representación social de Tinder de los usuarios que la conforman.
2. Poder observar los motivos de una ciudad frente a los de la otra evidencia las diferencias y las características de cada una de sus poblaciones.

Motivos	Cuestionario Cd. de México		Cuestionario Madrid	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Relación formal	6.57	5.64	6.95	5.52
Sexo sin compromiso	5.76	3.48	4.68	4.49
Comunicación mediada	6.87	6.72	5.81	5.08
Amigos	6.71	7.10	6.04	4.95
Reconocimiento	6.39	6.06	5.45	5.34
Olvidar expareja	3.54	3.90	3.16	3.97
Misma orientación sexual	6.65	6.19	7.32	6.03

Tabla 68. *Comparación motivos de uso CDMX Madrid*

### Tendencias similares entre las dos ciudades

#### Relación formal

Los hombres y las mujeres muestran un interés similar por buscar una relación formal. En las entrevistas se describe que muchas veces es algo que ocurre de manera espontánea y no como un motivo inicial, pero se encontró que en los hombres es mucho más común el interés, particularmente en hombres homosexuales. Este patrón se repitió en las dos ciudades: En Ciudad de México, los hombres heterosexuales reportaron un interés de 6.19 y los homosexuales de 7.93, mientras que en Madrid los heterosexuales indicaron un interés de 6.62 y los homosexuales de 7.36.

### Sexo sin compromiso

Mientras que en Madrid es similar el desinterés por el sexo sin compromiso entre hombres y mujeres, en Ciudad de México también hay un desinterés, pero los contrastes son más claros ya que los hombres indicaron un 5.76 contra 3.48 de las mujeres. Para tener una visión más completa sobre estos resultados, en el siguiente apartado se realiza un análisis de las representaciones sociales de los usuarios y de la percepción sobre el sexo sin compromiso que son necesarias para comprender el uso de Tinder.

### Olvidar a su expareja

En ninguna de las dos ciudades tuvo una gran relevancia estadística olvidar a su anterior pareja como motivo de uso de Tinder. En ambos casos es mayor la intención en mujeres que en hombres.

### Buscar personas de su misma orientación sexual

En ambos casos el interés por usar Tinder como un filtro de la orientación sexual fue relevante. A pesar de que en la tabla parecen similares y de que en los hombres en Madrid es una tendencia mayor, cuando se analizó sólo con homosexuales, en Ciudad de México el interés de los hombres fue de 8.55 y el de las mujeres de 9.25, valores muy altos en la escala de motivos.

## **Diferencias en los motivos de uso entre las dos ciudades**

### Facilidad de la comunicación mediada.

Los resultados de la Ciudad de México (Ver p. 230) habían indicado que la facilidad de la comunicación mediada era el motivo de mayor interés para los usuarios con un promedio

superior a 7 y común con todas las poblaciones de género, orientación sexual y edad. En Madrid, fue un motivo que genera muy poco interés entre los usuarios, particularmente entre las mujeres.

De acuerdo con los resultados presentados sobre las percepciones de la comunicación mediada para conversar con una potencial pareja, se encontró que en las dos ciudades fue preferido este recurso sobre la comunicación cara a cara, aunque la mayoría reportó que no había una diferencia significativa: en Ciudad de México 45.83% prefiere que haya un dispositivo que actúe como intermediario y en Madrid se reportó un 37.41%, también mayoría (Ver p. 356).

Esto invita a pensar que para los usuarios de Madrid la mediación en la comunicación no es un motivo que justifique su uso de Tinder, pero no por ello deja de ser importante en sus relaciones.

#### Conocer personas y hacer amigos

En otras ocasiones se ha mencionado que, de acuerdo con los resultados obtenidos en las entrevistas, el deseo de hacer amigos no suele ser la intención final de su uso de Tinder, pero sí como un punto de partida. Según sus experiencias, indicaron que muchas veces descargaron Tinder con el deseo de conocer personas sin un objetivo en concreto más allá de ello, pero que al hacerlo muchas de ellas se convirtieron en sus parejas formales o en relaciones sexuales de una noche o constantes tras haber entablado una amistad. Asimismo, conocieron muchas personas que les han enseñado algo, otra de las características más apreciadas de Tinder (Ver p. 254). En otros casos, sólo se desea tener a alguien con quien distraerse, conversar y o compartir.

Por lo anterior, se anticipaba que éste fuera uno de los motivos más apreciados en Tinder entre todos los usuarios y lo fue en México de manera contundente, pero en Madrid no destacó. Lo más sorprendente, y que se requerirían más entrevistas para poder explicarlo con mayor claridad, es que las mujeres mostraron un desinterés muy significativo en Madrid. Para hacerlo, la siguiente tabla permite apreciar la distribución de las opiniones de las mujeres de Madrid sobre este tema.

Orientación Sexual	Media	N
Heterosexual	4.69	39
Homosexual	4.00	5
Bisexual	5.74	19
Total	4.95	63

Tabla 69. *Mujeres Madrid buscar amigos*

Las mujeres bisexuales son quienes marcaron el interés más alto por hacer amistades en Tinder. ¿A qué se debe? Una explicación es que no están buscando nada serio y desean conocer tanto a hombres como mujeres sólo como una amistad, algo que coincide con el desinterés por una relación formal.

Edad	Media	N
18-20 años	5.67	3
21-24 años	5.13	24
25-28 años	5.13	30
29-31	3.00	6
Total	4.95	63

Tabla 70. *Mujeres Madrid relación formal por edad*

No hay diferencias importantes, tan solo que una hay progresión a un desinterés mayor por hacer amistades conforme son mayores de edad. Son pocos los casos en los grupos extremos así que no se pueden sacar conclusiones importantes, pero refleja una tendencia.

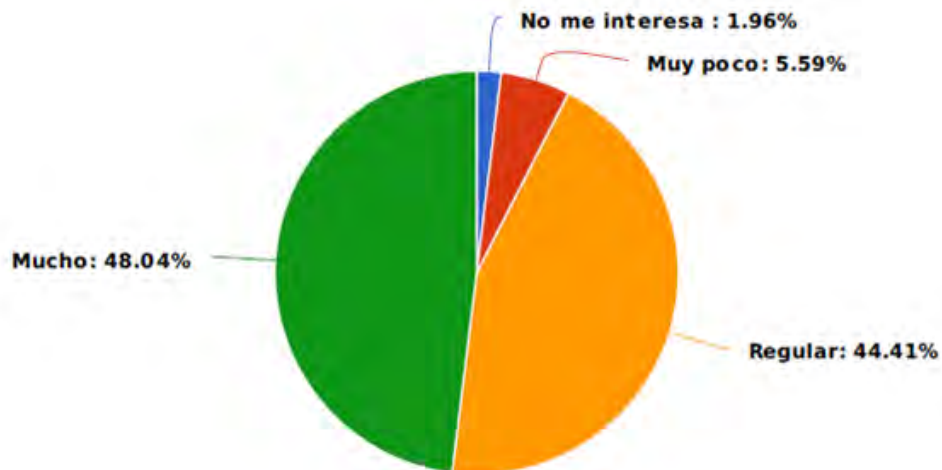
#### El deseo de reconocimiento a través de match

Al respecto de este motivo, la diferencia no es grande, pero es constante en las diferentes poblaciones analizadas, en particular entre hombres ya que en Ciudad de México asignaron un promedio de 6.39 y en Madrid de 5.45, casi 1 punto de diferencia. El reconocimiento a través del match se asocia con la autoestima y el momento de la vida en que se encuentra el usuario; por ejemplo, como se ha dicho, después de una ruptura un match puede tener un valor mucho más significativo, así como hacer match con una persona con la que se creía que no se tenían

posibilidades porque su atractivo o perfil en general era *superior* al propio es algo también muy significativo.

De acuerdo con esta hipótesis, a los usuarios de Madrid no les importa tanto la apariencia como a los de la Ciudad de México y por eso saberse atractivos o saber que le atraen a alguien a quien se considere muy atractivo es menos significativo. Para argumentar esta posición, se compara el interés que reportaron por la apariencia física de la otra persona entre usuarios de las dos ciudades.

### CIUDAD DE MÉXICO



Gráfica 43. *¿Qué tanto importa la apariencia en CDMX?*

Para el 92.45% (*regular* y *mucho*) la apariencia es importante. Tan solo al 1.96% no le interesa.

## MADRID



Gráfica 44. *¿Qué tanto importa la apariencia en Madrid?*

Para el 50.32% la apariencia es importante, mientras que al 49.02% no le interesa en lo absoluto.

La diferencia entre las dos ciudades es muy significativa y contundente. Si bien en Madrid se muestra que la población está dividida al respecto, resulta notable que para el 49.02% no tenga valor. En el caso de Mariana, Tinder puede ser para muchas cosas, pero no cree que una de ellas comúnmente sea una amistad.

He visto personas que buscan una amistad y para mi no es una app para buscar amigos, es para buscar pareja o algo parecido, pero me sorprende los que ponen que buscan amistad, creo que hay otras app u opciones para eso (Mariana, 29 años, Madrid, online).

En el último apartado de este capítulo se discuten cuáles son las implicaciones del uso de Tinder en la autoestima y ahí se analiza con mayor detalle cómo están conformadas las poblaciones de las dos ciudades.

### 5.2.2 Percepción del riesgo y estrategias de seguridad

Desde sus orígenes, Internet ha sido asociado con el riesgo debido al trato distante en la comunicación que genera, a que facilita el anonimato y al a que no se termina por comprender completamente las especificaciones de su uso. Ese miedo ha cobrado diferentes formas en distintos grupos de personas: hay generaciones que crecieron sin Internet y han tenido que adaptarse, otras que crecieron junto con el desarrollo de Internet y vivieron la transición como un proceso natural, pero estando conscientes del parteaguas que implicó, así como hay generaciones que nacieron una vez que ya estaba en marcha el desarrollo de Internet y su alcance en cada vez más dispositivos electrónicos y espacios de la vida cotidiana.

En todos los casos descritos hay excepciones, así como se deben de considerar diferencias socioeconómicas y socioculturales. No obstante, especialmente tras el desarrollo de las redes sociodigitales, se fue adoptando una normalidad en el uso de Internet y se fue perdiendo el miedo, sobre todo entre jóvenes, quienes adoptaron estrategias para recuperar control sobre los usos de Internet (Rainie & Madden, 2015) hasta llegar a un punto en el que la privacidad y la intimidad pareciera que se convierten en un bien que se desea canjear por visibilidad (boyd, 2014).

En este sentido, la intención en esta investigación es describir lo que podría conformar una representación social del aspecto tecnológico de Tinder como figura asociada al riesgo, a la inseguridad, al secuestro, a la violencia y, en general, a la vulnerabilidad. No fue una intención de este trabajo describirlo plenamente, aunque se recomienda que se investigue, sino simplemente hacer una primera aproximación para comenzar a evaluar de qué manera influye en el uso de Tinder a sus usuarios y cómo puede variar entre unas poblaciones y otras, por ejemplo, hombres o mujeres, de 18 o de 31 años, así como las diferencias que se puedan presentar entre distintas ciudades, en este caso Madrid y Ciudad de México.

Este tema no se consideró para la primera fase de análisis de la Ciudad de México, ni tampoco para la segunda, durante la aplicación de cuestionarios. Fue durante las entrevistas que se identificó que la percepción de inseguridad era una constante.



Una vez que esto ocurrió, se decidió incorporar a los cuestionarios preguntas sobre en qué grado consideran que han percibido violencia a través de Tinder y si los propios usuarios la han provocado. Estas preguntas fueron incorporadas en una etapa tardía, como se ha dicho, y se obtuvieron muy pocas respuestas como para poder presentar resultados representativos<sup>109</sup>.

En Ciudad de México sólo se pudieron aplicar 8 cuestionarios a hombres y 7 a mujeres. Por otra parte, en Madrid lo respondieron 62 hombres y 77 mujeres. No obstante, se obtuvieron más de 150 respuestas de los exusuarios y no-usuarios de Tinder de la Ciudad de México, lo que permite complementar la construcción de la representación del riesgo en las dos ciudades.

---

<sup>109</sup> No se pudieron obtener más respuestas debido a que Tinder bloqueaba a los pocos minutos todos los perfiles que se creaban para hacer la investigación.

Percepción de riesgo y violencia en Tinder	CIUDAD DE MÉXICO		MADRID	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Al chatear conmigo, he percibido violencia y agresividad <sup>110</sup>	1.13	2.43	1.44	2.35
Al chatear conmigo, me han presionado para actuar contra mi voluntad	1.25	2.00	1.52	1.93
Al conocerle en persona, ha actuado con violencia	1.00	1.71	1.20	1.37
Al conocerle en persona, me ha presionado para actuar contra mi voluntad	1.00	1.00	1.52	1.52
He percibido discriminación en la descripción de los perfiles de Tinder	4.00	4.29	3.53	3.58
Alguna vez he intentado presionar a alguien para que actúe contra su voluntad	1.14	1.17	1.02	1.15
Alguna vez he sido violento/a en la manera de dirigirme hacia la otra persona	1.00	1.14	1.02	1.28

Tabla 71. *Percepción de riesgo y de violencia en CDMX*

Esta tabla no puede interpretarse de la misma manera que los resultados expuestos sobre otras categorías anteriormente, como motivos de uso de Tinder o preferencias en la creación del perfil, porque refiere al aspecto más negativo de Tinder y evidentemente no es muy alto ya que siguen siendo usuarios.

En las primeras cuatro categorías los hombres de Madrid reportaron mayores percepciones de violencia que los de Ciudad de México, mientras que las mujeres de Ciudad de México reportaron

<sup>110</sup> Los enunciados que se presentan en este apartado están en primera persona porque así los leyeron quienes respondieron el cuestionario y están planteados en relación con los otros usuarios con quienes interactúan. “Al chatear conmigo”, por ejemplo, se refiere a una situación en la que está interactuando con otra persona con la que hizo match desde el chat de Tinder.

mayor percepción de violencia en todas las categorías menos en conocerle en persona y haber sido violentas con la otra persona.

Los resultados tan bajos se anticipaban y por ello cualquier aumento en alguna categoría tiene un valor considerable. En este caso, la percepción de discriminación es la más alta en todos los casos, en los dos países, aunque más en la Ciudad de México.

### **5.2.2.1 Percepción de discriminación**

¿Qué se está entendiendo por discriminación? En las entrevistas y comentarios de los cuestionarios se asoció con sexismo, machismo, xenofobia, homofobia y discriminación hacia la apariencia de las personas, esto es, características como el peso, la altura y la tez, principalmente.

Algunos perfiles suelen indicar que desean conocer personas que tengan una altura específica, o bien, preguntarlo en las conversaciones, un requisito para saber si hay un interés común. Esto suele ser principalmente de parte de mujeres heterosexuales hacia hombres heterosexuales. A Karen le han contado de estas situaciones, mientras que a Rick ya le han ocurrido.

[...] amigos que usan Tinder dicen que hay mujeres que no es que sean agresivas, pero que piden cosas muy claras como que si no mides más de 1.70, entonces no. Quieren algo muy específico y lo ponen en su descripción. La verdad es que la violencia se percibe muy distinta desde los dos lados (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Es muy común [que pidan una altura determinada]. Antes, cuando no lo ponía, tuve como cuatro o cinco ocasiones que me preguntaban ellas “oye, ¿cuánto mides?” y me dicen “ah, es que yo busco una persona más alta, no sé qué” e incluso hubo una ocasión que ella medía 1.67m, o sea que era más baja que yo, pero me decía “no, no, es que ya, eres un poquito más alto, pero yo quiero de un 1.80m, yo quiero que sea alto”. No pasa nada (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

En este aspecto, tanto en Ciudad de México como en Madrid ocurre. Otra situación recurrente es la percepción de sexismo, como describe Yanin.

Veo mucho sexismo. Como que los chicos que hablaban así como con ondas sexuales eran muy de tratarme como si yo fuera un objeto sexual. Es violento que si tú no le pides a alguien una

foto, te mande una foto así desnudo. Me parece una agresión. Es muy común (Yanin, 31 años, CDMX).

André no ha percibido violencia, pero sí discriminación hacia los homosexuales, y sobre todo de parte de otros homosexuales. Su descripción es muy importante para poder empezar a comprender la representación social de usuarias y usuarios homosexuales en Tinder.

Nunca he percibido violencia directa pero sí discriminación. En la comunidad homosexual — me refiero particularmente a hombres — hay muchísima discriminación en este tipo de aplicaciones. Lo he percibido en Tinder, Grindr y Hornet. La mayoría de las veces es porque hay un estereotipo de cómo debe verse un hombre: musculoso, guapo, ya sabes, como modelo. La otra es que hay una discriminación a aquellos gays que son más femeninos; muchos ponen en su descripción “no afeminados”, o incluso “no *jotas*”. Sinceramente no los juzgo, pero creo que hay forma de tratar; a mí tampoco me gustan los hombres así, pero no por eso voy a agredirlos verbalmente a través de un chat. Sí me molesta la discriminación entre la propia comunidad, ¿cómo vamos a pedir respeto y tolerancia si entre la misma comunidad no lo practicamos? [...] Especialmente creo que en la Ciudad de México está esa élite de hombres gay que tienen el ego súper alto. Para ponerlo como analogía, hagamos de cuenta que la CDMX es como la época virreinal: los gays de buen ver son los criollos, los que tiene acceso a lo mejor y tienen la admiración de las demás personas; luego están los mestizos, que vienen siendo aquellos gays que pasan desapercibidos, nadie los pela, por decir; y finalmente los indígenas, que son a los que más discriminan y rechazan, aquí entran los gays afeminados y aquellos que no cumplen las características físicas de un criollo (André, 20 años, CDMX, online).

La discriminación puede adoptar muchas formas ya que, para empezar, es un requisito de Tinder: discriminar entre miles de perfiles para elegir cuál es el que más atrae. El problema es que esta discriminación se hace con actitudes negativas y excluyentes.

Yolanda ha tenido que pasar por situaciones de sexismo. Conversando con amigas, sugiere que es común en Tinder que se cosifique a las mujeres.

Hay una cantidad de machistas en Tinder y yo debo de tener un imán o algo para atraerlos a todos. Hay muchos que, no sé, que tratan mal a las chicas. Por amigas mías también lo sé. Como que es eso, que “oye, no somos un objeto, ¿sabes?” Y como de normal siempre les bloqueas porque no quiero saber nada de él. [...] No sabría describirte. Que te envían un mensaje y es

como de “chico, no me trates así porque no tienes que tratar a nadie así”. He visto un montón. Por desgracia, sí. Es gente que como que busca sexo y se cree que tratando mal a una chica lo va a conseguir o algo así. [...] No te dicen hola y ya te están diciendo lo que le vas a hacer tú. “What?”. Encima les contestas vacilando o algo en plan “¿qué me estás contando?” y se ponen a insultar. Genial, chico, un aplauso para ti. Si es algo muy serio, denuncio y ya está. Buena suerte (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

El caso de Ana es interesante porque refleja cómo incluso el pensamiento político es un elemento que se toma en consideración.

Conmigo personalmente no, pero en algunos perfiles sí que he visto algunos tipos de derechas que ya iban con el insulto político por delante poniendo "Podemitas<sup>111</sup> no" o "si eres podemita, ni te molestes en dar al verde". No he hecho nada más que pasar de largo con ese tipo de gente (Sofía, 26 años, Madrid, online).

### **5.2.2.2 Situaciones de riesgo de agresión o de violencia**

Este tipo de situaciones son un riesgo presente al momento de entablar una interacción con la otra persona. La violencia no es exclusivamente física, sino que puede ser simbólica o psicológica, así que puede ocurrir tanto en el chat como en una cita. Es importante reconocer que si bien Tinder es meramente una herramienta y cada usuario puede utilizar estrategias para saber si la otra persona es confiable, el riesgo es real y en algunas situaciones puede ser mayor.

El caso que describe Karen ocurre incluso desde antes de iniciar el chat. Este tipo de acciones están dirigidas a persuadir a las personas a actuar de una manera determinada, en este caso, además, sustentada en una representación social de Tinder hegemónica, pero no por ello real ni forzosamente compartida.

Hay gente que en las descripciones es un poco hostil. Como que ya tiene cierta experiencia en Tinder y le está contestando a una mujer imaginaria y le está reclamando algo que ya le pasó. Dicen “si no vas a contestar, entonces no le des like”, “si no nos vamos a conocer, entonces para qué es esto” “pues ya sabes para qué es esta aplicación”. O a veces hay un match y a veces te

---

<sup>111</sup> Por “podemitas” se refiere a personas que apoyan al partido político PODEMOS de España.

dicen “¿cómo ves si nos vemos en tu casa, vemos si nos gustamos y si no a la chingada?” Pero lo hacen de una manera muy brusca, como si estuvieras obligada a hacer lo que ellos quieren (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Esta representación social de Tinder como una aplicación mayormente orientada a tener relaciones sexuales sin compromiso justifica acciones que muy probablemente no se realizarían en una situación presencial cotidiana. El caso de Ivette es ilustrativo de este aspecto.

[...] Otros me pusieron que cuánto cobraba por estar con ellos. Me dijo “no son mis fotos porque sé que nadie me daría like, pero si quieres, ahí está el dinero”. Y yo así de “qué feo”. Imagínate que tú vas y te secuestra... Yo pienso muchas de esas cosas. [...] O sea, 4 que sí me decían que eran ellos y 2 que me dijeron que no eran ellos, pero que sí podían pagar. Hasta me ponían en qué hotel y cosas así (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

El riesgo existe como parte de un imaginario social común en la ciudad de México, todavía incluso cuando estas personas fueron parcialmente transparentes en sus intenciones al aclarar que se trataba de un perfil falso, pero de intenciones reales. No obstante, ¿qué seguridad puede darle eso a Ivette? Sigue sin conocer a la persona y la cosifica.

En el caso de Madrid también se compartieron anécdotas de violencia y de gravedad. En el caso de Sara A, ha recibido insultos a través de otros usuarios sin ningún motivo, algo que, evidentemente, le afecta. Estos insultos vienen de personas con rostro y con nombre a diferencia, pero no por ello dejan de ser una versión adaptada de *trolls* de Internet.

Sí, ha habido muchas ocasiones en las que me han insultado, me han tratado mal, incluso después de un tiempo hablando, quitan compatibilidad sin dar explicaciones o sin despedirse. Ahora lo manejo mejor. Pero antes me enfadaba muchísimo y me tiraba días o semanas sin volver a entrar (Sara A, 26 años, Madrid, online).

Aun si sus fotografías y perfil refieren a información real sobre ellos mismos, el hecho de que se sepan desconocidos e ilocalizables, uno de los atractivos, pero también riesgos de Tinder, facilita que actúen de esta manera.

Sí, pero mentías y ya está. La seguridad de estas aplicaciones es una mierda (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

La aplicación permite hacer denuncias si ocurren estas situaciones y se procede con el bloqueo de su cuenta.

No obstante, hay situaciones que trascienden el control de Tinder porque ocurren en un espacio presencial, en una cita, y las acciones corresponden a la ley, si es el caso. Uno de los riesgos más comunes y estudiados en Estados Unidos es el contagio de enfermedades de transmisión sexual (Belluz, 2017) debido a que en ocasiones las personas no se protegen o confían en la otra persona, desconocida. Asimismo, estos riesgos pueden ser todavía más graves. Xiao comparte una anécdota muy grave que ocurrió en otro país, pero que le compartieron: un caso de violación, contagio de sida a un menor de edad.

Tengo un amigo que tiene dos años menos que yo. Yo le conocí a través de unos amigos. Entonces, el chico es chino también, fue a China a estudiar. Le mandaron sus padres a China a estudiar como hace 5 años o así y por una aplicación de éstas de conocer, a él le violaron en un descampado dos hombres y además sin protección y le transmitieron el sida. Por eso digo que hay que tener muchísimo cuidado, pero muchísimo, muchísimo. Entonces el chico, ahora, está en la edad de “quiero experimentar cosas, pero como tengo el sida, tengo barreras”. Pero él no comprende tanto lo peligroso porque como todavía no existe una cura, él toma todas las noches una pastilla que le calma un poco el virus. Entonces, hace poco me enteré de que él había tenido sexo con un chico. Ese chico es la escoria, aunque de físico estaba bien porque de principio atrae eso. Fue con el primero que estuve de lío, ¿sabes? Entonces luego lo vi y dije “no”. Porque me decía para buscar otros chicos de mi edad, rollo así jóvenes, para tener sexo, un trío, lo que sea, y yo me negaba. Perdí el contacto con él mucho tiempo. Hace poco me enteré que el chico éste, el chino, estaba teniendo relaciones con él, además sin protección, pero lo que hacía él, que es muy precavido pero la verdad un poco tonto, porque se tomaba una de pastilla de éstas que están ilegales en España para tener sexo con personas con sida. Y además de tener relaciones con él, está teniendo relaciones con otro señor francés, de origen inglés, que tiene una empresa de arquitectura y es como un sugar daddy. Lo lleva de viaje y tal. Los dos saben que tiene sida y aun así tiene relaciones con él, sin protección, con pastillas (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

La situación es muy grave y es un riesgo muy real al que se enfrenta cualquier usuario de Tinder. Es muy fácil mentir con respecto a la información personal, la edad uno de ellos, y por eso se pueden encontrar jóvenes menores de 18 años haciendo uso de la aplicación. Por otra parte, hay un riesgo real como el que comparte Xiao o que se puedan exponer a situaciones como la que

describe Ivette, quien su match también era un adulto empoderado que cosificaba a las personas y compraba su atención con dinero, un *sugar daddy*. Los más jóvenes pueden no estar conscientes del riesgo que esto implica.

En las aplicaciones te puedes encontrar de cualquier cosa. El chico es que tiene una apariencia muy niño. Es que tú le ves y dices “tiene 10 años”. Él dice su edad verdadera, pero en las aplicaciones como no puedes, que solamente puedes poner de 18 para arriba, pero cuando chatea con la gente le dice su edad verdadera. Pero aun así la gente sigue intentando tener algo con este chico. Algunas veces le denuncian la cuenta porque se enteran de que es menor, y está bien, tiene cuentas bloqueadas. Es que lo que le pasa es que, desde ya tan pequeño al tener el sida, a esta edad es un poco difícil y no quiere aceptarlo. Quiere ser como una persona normal y tener relaciones con otros (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Si bien el caso que comparte Xiao es de una gravedad muy real y transversal a muchos países y personas de distintas características, no ocurrió en Madrid y en general la percepción de violencia en esta ciudad fue baja.

En mi caso no, siempre ha sido todo muy respetuoso, y si durante los inicios de la conversación, he vislumbrado algún indicio de algo que me ha dado "mala espina" he salido huyendo... No aguanto comentarios o gestos que me puedan hacer sentir violenta (Irene, 30 años, Madrid, online).

## **Coerción**

Uno de los elementos comunes que describieron los usuarios de las dos ciudades fue el de sentirse presionados para actuar contra su voluntad, aun si no lo hicieron. Esta coerción a veces estaba basada en una representación social de Tinder como una aplicación para tener sexo sin compromiso en donde se cosifican las dos personas y se justifican acciones que de otra manera no podría ocurrir. Por supuesto, esto está mal, pero como parte de su imaginario se vuelve algo aceptable.

Vi que me habían dado un super like y le di que sí. No había pasado ni el minuto cuando me hizo la conversación. Fue un “hola, ¿cómo estás?” Yo le puse “bien”. Me dice “¿Me pasas tu número?”



Yo me quedé así como... y le puse “me gustaría primero platicar por aquí si no tienes problema”. Y me dijo “es que no estoy aquí para perder el tiempo” y me quitó el match. Ni siquiera le dije que no, le dije que primero platicáramos por la aplicación y ya, entonces se me hizo muy curioso (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Una vez me pasó con un chico que quería que nos viéramos en el fin de semana, pero yo ya tenía compromisos y le dije que no puedo. Y él así de “¿cómo crees?, te estoy haciendo el favor de hacerte match” y yo así de “estarás tan bueno...” y ya lo eliminé (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Quizás no es como tal violencia, pero ya había salido varias veces con una chava y sentía como que me quería controlar. Yo me fui de fiesta, la invité y no quiso ir. Al día siguiente encontré muchas llamadas, mensajes de dónde estás, y yo así de “no, relájate, llevo tres semanas de conocerte y te pones así” (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Es muy común que las acciones coercitivas estén orientadas a presionar por mantener relaciones sexuales, como se mencionaba anteriormente.

Como que sí me costó trabajo que todos los que tenía en WhatsApp me dejaran de escribir. Tuve que bloquear a gente. O luego te llegan fotos así... Al principio que te decía que le daba like a todo el mundo, me decían “buenos días” y fotos así... ya sabes, ¿no? Muchas, muchísimas. Y yo ni siquiera sabía quiénes eran. Muchos hombres te mandan fotos de *eso* y yo decía “qué horror” y ya desde ahí nunca le di mi celular a nadie a menos de que ya lleváramos más tiempo platicando (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Conocí a un chico hace como un año y medio. Me cayó muy bien. Íbamos así platicando bien y de pronto me dice “oye, ya hay que conocernos, ¿no? y de ahí nos vamos al hotel”. Y le digo “no, primero hay que ir por un café o algo”. Pero cuando llegó el día de la cita, me canceló la compatibilidad, me bloqueó del WhatsApp. Entonces dije “¿qué onda?” Son de esos chavos que sólo les gusta platicar o sextear (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Sexismo no, pero todo lo llevan al plan sexual y es como “qué pereza”. Al principio, daba el WhatsApp con mucha frecuencia, porque decía “vale” y te mandan fotos que dices “pero a ver, ¿a dónde vas?”. Y al principio como que me daba... al decir que no. Pero ahora he cambiado mucho (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

En general, el uso de Tinder con fines sexuales es común y, como lo indican los resultados anteriores, está bien visto y 8 de cada 10 usuarios de la Ciudad de México está de acuerdo, mientras que en Madrid son 9 de cada 10. Lo que genera molestia y en algunos casos que motiva el abandono de Tinder es cuando las personas actúan de manera coercitiva, incluso a veces faltando al respeto e insultando a los otros usuarios por buscar exclusivamente relaciones sexuales o por el deseo de provocar. Asimismo, cuando dicen que no lo buscan, pero en la cita presencial su comportamiento indica que sí, incluso llegando a situaciones en que intentan forzarlo, sin caer en violación, pero sí en un situaciones graves de acoso que pueden pasar invisibilizadas y disfrazadas por una aparente justificación de que para eso es Tinder.

### **Percepción de riesgo**

Por riesgo, se debe de entender una situación en la que la persona no se sienta segura, se sienta vulnerable, que no sienta que esté en control de la situación y que eso afecte a su manera de relacionarse, en este caso, sobre todo, con desconocidos. El riesgo también podría no estar asociado con la vulnerabilidad física como puede ser por motivos de inseguridad, sino que podría deberse a saber que pueden ser reconocidos en Tinder por otras personas y, tal vez, juzgados. Son dos tipos de riesgos, pero ambos reales. En este apartado se le dará mayor atención al primer riesgo descrito, el que está asociado con la percepción de inseguridad.

La percepción del riesgo es diferente en Tinder que fuera de Tinder y esto influye en la representación social de la aplicación y, en consecuencia, en el comportamiento de los usuarios. Esta percepción puede estar basada en experiencias propias o experiencias de terceros.

La comparación entre Ciudad de México y Madrid interesaba especialmente por las diferencias en cuanto a la inseguridad de las dos ciudades. El hecho de que se sepan vulnerables y que haya sitios que no se puedan frecuentar en determinados horarios o solos, puede influir en el uso de Tinder. De acuerdo con los entrevistados, se puede notar una diferencia clara en cuanto a la percepción de los de Ciudad de México y los de Madrid, aunque hay excepciones.

Ivette, que es madre, es una ávida usuaria de Tinder y ya tiene más de 3 años de experiencia, pero si hace un juego de inversión de roles y tuviera que valorar si le gustara que su hija cuando

fuera grande utilizara la aplicación, ella preferiría que no por los riesgos que considera que implica.

Yo siempre pienso... Si mi hija me dijera que usa Tinder, yo siempre le diría que puede ser trata de blancas, que tenga mucho cuidado, porque sí puede ser así, ¿no? Muchas mujeres como que les hablan bonito y más si son extranjeros. Con eso hay que tener mucho cuidado (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Para Alan y Efrén, también usuarios de la Ciudad de México, no se sienten vulnerables por usar la aplicación, aunque Alan comparte que, por ejemplo, su madre sí puede preocuparse por relacionar Tinder con una representación social de la inseguridad de México y de los peligros asociados con la tecnología.

Primero que nada por el trato con desconocidos, y segundo porque es a través de Internet. Además como es algo que no comprende bien eso también le asusta. En cuestión de la criminalidad en México, ella está al tanto de que hay gente que adopta identidades falsas con una variedad de motivos. De todas maneras la tranquilicé diciéndole que conozco bien cómo distinguir a la gente real de la falsa (Alan, 22 años, CDMX, online).

Al día de hoy jamás he sentido ningún tipo de violencia dentro de la app y no he sabido de ningún caso cercano (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Por otra parte, en cuanto a Madrid, David reflexiona sobre el rol de los padres y la dificultad de que en este tipo de situaciones convergen las posiciones de dos generaciones distintas y que pueden tener una opinión opuesta con respecto al uso de tecnologías y el riesgo que puedan implicar si son utilizadas para conocer a otras personas.

Yo creo que principalmente predominan las diferencias generacionales y la desconfianza por el mundo exterior. Ellos no entienden el conocer a alguien por una app y, además, son muy protectores en ese sentido porque, bueno, ya se han dado casos en los que se ha demostrado que, si no vas atento y con cuidado, puede ser peligroso. En ese sentido puedo entenderles, aunque considero que los padres deberían entender la realidad actual. Es un trabajo tanto de padres como de hijos: los padres deben concienciar a sus hijos de los peligros y contras y los hijos debemos ser responsables con el uso de ese tipo de aplicaciones (David, 22 años, Madrid, online).

En general, en el caso de los usuarios de Madrid, la percepción de riesgo es menor. Ana sabe que al tratar con desconocidos que podrían mentir sobre su perfil, como es una posibilidad en Tinder, existe un riesgo, pero no es algo que afecte su uso, sobre todo porque sus experiencias han sido positivas.

No, pero a veces me lo he preguntado. Me he dicho “es que no sé nada, sé lo que me está contando”. No sé, como que se podría estar inventando una vida, pero no es algo que me preocupe. La gente suele decir bastante la verdad (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

En el caso de Mariana, las fotografías no deseadas o preguntas fuera de tono, sobre todo de índole sexual, son algo que no le gusta, pero no lo considera como un riesgo o algo que no se pueda anular quitando la compatibilidad.

[...] si es cierto que alguno chicos te pueden mandar fotos o hacerte preguntas fuera de tono pero sin poder describirlo como agresión, sólo mal gusto (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Como continúa explicando, suele avisar a otras personas que tendrá una cita con una persona de Tinder, pero no por una preocupación, sino por compartir la experiencia y hacer de ella una anécdota.

En general le suelo contar a mis amigos cuando quedo con alguien pero no por seguridad, sólo por puro cotilleo. Sólo en un caso me acompañaron unos amigos a la cita, obviamente se pusieron lejos, ya que pensaba que el chico no iba a aparecer porque se comportó muy raro y en efecto no vino y desapareció de la faz de la tierra. En ese caso quería que me acompañaran para no quedarme sola tras el plantón pero no por seguridad tampoco (Mariana, 29 años, Madrid, online).

### **Estrategias de seguridad**

La mayoría de las anécdotas compartidas sobre estos temas son de los entrevistados de la Ciudad de México por los motivos que se explicaron. En general, los usuarios de Madrid no se sienten inseguros ni amenazados al momento de conocer a su match, aunque sí se aseguran de que su cita sea en un lugar público. Para Ana, por ejemplo, le sorprendió mucho que su pareja, un

australiano, hubiera avisado a otra persona que tendría una cita con ella. Le pareció inesperado e innecesario.

Tengo amigas que sí que me lo han dicho. Y un chico con el que quedé una vez, el que se fue a Australia, me dijo “ay, es que le he avisado a un amigo mío que estoy aquí por si me pasa algo” y yo en plan “¿en serio? Ni que te fuese a hacer algo”. Luego me dijo “ah, no, le he dicho que todo bien, que no se preocupe”. Y yo “es un poco raro es todo esto” (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Normalmente antes de quedar con la persona se utilizan diversos recursos para asegurarse de que sea quien dice ser. Estos pueden ser a través del envío de fotos, de conversar por teléfono, de tener acceso a sus redes sociodigitales para comprobar su identidad, entre otros.

Sí. No siempre que quedo con alguien, sino por ejemplo cuando quedo con alguien, para comprobar que es él, le digo “mándame una foto haciendo un gesto” o guiñándome un ojo, para comprobar que es la persona con la que estoy hablando. Además, cuando quedo con alguien, solamente hablo con él, doy paseo, por ejemplo por el Retiro, o quedando en un bar. Lo que sea, pero en rollo normal. Luego ya, si surge el caso, digo “vale”, pero yo me aseguro a priori de que puedo, de que se puede con esta persona, si no, no. [¿Cómo te aseguras?] Intento preguntarle cosas. Pregunto mucho. Necesito mucha información porque cuanto más información tengas, más controlas lo que vas hacer, lo que puedes hacer. Entonces, no paro de hablar en la primera vez, le pregunto de todo. Si noto algo raro, ya directamente como que se activa el instinto de seguridad (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

En el caso de México, si bien existe una percepción de inseguridad más alta, no por ello influye siempre en el uso de Tinder. No es muy diferente de un día cualquiera en la ciudad, así como la realidad de la inseguridad es grave, pero no es incapacitante. Simplemente teniendo cuidado en ciertas zonas y evitar transitar en ciertos lugares a determinadas horas de la noche son estrategias que aumentan la seguridad tanto como un imaginario como también como realidad. Algo similar ocurre en Tinder: es necesario desarrollar estrategias para conocer la identidad de la persona y tener mayor confianza, como describía Xiao. También es común avisar a terceros que se va a tener una cita en un lugar y hora determinada para que sepan que estarán ahí.

Sí soy de decir, o era, “voy a salir con tal persona de Tinder y vamos a estar en ese lugar”. Pero no iba con miedo, era por precaución, por cualquier cosa, pero no iba temeroso. Soy muy confiado (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Sí, la primera vez que salí con alguien yo vivía con mi prima. Le conté que iba a conocer a alguien de Tinder porque realmente no sabes. Lo había visto en Facebook, había algo de confianza, había una persona en común, pero le dije (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

La primera vez que salí con un chico de Tinder la verdad me daba mucho miedo porque decía “éste es un desconocido”. Entonces lo que hice fue avisarle a mis papás para decirles dónde iba a estar y con quién. Hablé a mi casa. Me contestó mi papá... Y me daba más pena con mi papá que con mi mamá, entonces dije “ups” y ya le dije que iba a salir con un chico de Tinder. Le tuve que explicar qué es Tinder (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

[...] tengo dos amigos que acaban de abrir su perfil en Tinder hace como 15 o 20 días y hasta me escribieron un WhatsApp para pedirme consejos. Una de ellas acaba de terminar con su novio, de hecho, ya vivía con él, y ella sí es así el motivo de quiero olvidar a mi expareja. Entonces me dijo “oye, voy a descargar Tinder”. Tenía mucho miedo de la primera cita. De hecho, me mandó todos los datos del chico, hasta la foto, todo. Pero después de que le fue bien en su primera cita, ya está muy contenta (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

### 5.2.3 Tinder y la analogía del mercado

Una representación social se construye a partir de significados compartidos y de asociaciones con otros elementos comunes que ayudan a crear este imaginario común con respecto al sentido que se le otorga al objeto representado, en este caso Tinder.

Tú descartas y vas mirando, es como elegir ropa, yo creo; dices “esto me gusta, esto no me gusta”. Entonces yo lo pienso de verdad, es la primera imagen lo que tiene que entrarte y si no te entra tan siquiera, pues hasta luego. Tienes que venderte. Si te dicen “hola, busco a alguien”, dices “bueno, todo el mundo, también. Dime algo que me haga darte like y querer hablar contigo” (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

La virtualización del self adapta a la persona a un entorno que se rige por unas reglas sociales particulares. En este caso, Tinder consiste en convencer a la otra persona del atractivo propio y

viceversa, lo que termina por cosificarle, así como a uno mismo. Así, esta virtualización del self puede funcionar como un proceso introspectivo en el que se descubra una faceta de uno mismo, pero también, en paralelo, aunque parezca contradictorio, consiste en una virtualización social para colocarse dentro del catálogo.

El proceso de virtualización del self analizado en el capítulo 4 (Ver p. 185) y todos los elementos que convergen en la creación del perfil, están motivados precisamente por convencer a la otra persona y se trata de una selección en la que se está cosificando uno mismo.

Tampoco me gustaría hacerlo parte de mi vida cotidiana, como incorporarlo a mi rutina, porque de pronto sentía que ya era compulsivo, como que ya ver caras te da igual, ya no tienen un valor, quieres más, quieres ver más gente, quién está después, y no me interesa eso (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

[...] he tenido Tinder durante 2 años y medio. Con el tiempo me acostumbré a estas situaciones y lidié con ellas fácilmente, porque estas situaciones también se daban a la inversa y comprendí que es algo habitual y normal teniendo en cuenta el inmenso "mercado" de solteros y solteras que hay en Tinder (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

En el momento en que uno se hace consciente de que hacer uso de Tinder también implica convertirse en uno de tantos *productos* que la gente puede elegir si le gustan o no, puede generar ansiedad, sobre todo cuando no se ven resultados inmediatos como describe Rick. Tinder permite llegar a un público más amplio, pero también incrementa las posibilidades del rechazo.

En el sentido de competir con otras personas, con otros chicos, sí que a lo mejor me ha generado ansiedad. Porque es verdad que dices a lo mejor están hablando contigo, pero empiezan a hablar con otra persona y yo qué sé. O que dices "es que no me has dado la oportunidad de conocerme más a profundidad a mí y te estás fijando en otras cosas". Pero yo ahí mi pensamiento es olvidarme de que estoy en un mercado, porque si no, es que te genera ansiedad. Para mí lo mejor es eso, olvidarte de eso. Si quieren hablar, bien; si no, pues nada (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Rick dice que "mi pensamiento es olvidarme de que estoy en un mercado, porque si no, es que te genera ansiedad. Para mí lo mejor es eso, olvidarte de eso. Si quieren hablar, bien; si no, pues nada" y es una estrategia muy cierta, así como se trata también de una realidad. Es necesario

saber que más allá del aparente *mercado* hay personas reales, una noción que a veces se pierde por la distancia en la comunicación mediada.

La emoción de tener a tantos chicos guapos hablándome a la vez se convirtió en un poco de agobio y sensación de "tener que" responder a un montón de conversaciones insustanciales con desconocidos cada vez que tenía un rato libre. Ya no recordaba qué le había contado a quién, y se me hacía pesado y hasta aburrido. Al par de semanas o así de empezar a usar Tinder ya empecé a tener esta sensación (Sofía, 26 años, Madrid, online).

La descripción que hace Sofía de los cambios en las primeras semanas de uso de Tinder es relevante para discutir la idea de la cosificación. No necesariamente se despersonaliza al otro usuario, no siempre, pero sí puede convertirse en un proceso de desindividualización: se conversa con tantos otros usuarios, muchas veces al mismo tiempo, que la esencia de cada uno puede llegar a confundirse, saber sobre qué temas se ha conversado con uno u otro como le ocurrió a Sofía, o incluso a olvidar sus nombres como le ocurrió a Ana (Ver p. 529).

El hecho de que se asocie comúnmente la idea de mercado o catálogo de productos con Tinder no quiere decir que sea un mercado ni que los usuarios sean exclusivamente productos; puede parecer uno, pero los usuarios son personas reales con emociones reales. Muchas veces la apariencia de Tinder y la distancia que genera la virtualización despersonaliza a los otros usuarios, pero son tan humanos como cualquier otra persona, es sólo que el efecto actante de Tinder genera una percepción equivocada.

A pesar de que la idea del mercado sea simplemente parte de una representación social, como tal influye en los usuarios y modifica sus prácticas. Por eso es importante hacer un análisis sobre cómo están constituidas. Una de las más importantes es la representación social del sexo sin compromiso entre usuarios de Tinder.

#### **5.2.4 Percepción del sexo sin compromiso en Tinder**

Una de las preguntas que impulsaron la decisión de hacer un análisis comparativo con otra ciudad fue conocer si las personas de diferentes países tenían un pensamiento distinto con respecto a las relaciones de pareja y al sexo sin compromiso para analizar qué efecto tenían estas



presuposiciones como parte de una representación social de Tinder. Si bien la Ciudad de México y Madrid comparten similitudes socioculturales, en algunos sectores también existen diferencias en cuanto a tradiciones y un mayor conservadurismo acerca del rol de la mujer, resistencia contra relaciones homosexuales y posiciones de reserva respecto al sexo sin compromiso<sup>112</sup>. Por el contrario, Madrid como la capital de España es una ciudad que frecuentemente recibe un alto número de estudiantes de otros países<sup>113</sup>, así como la influencia de otros países de Europa son características que generan cambios en la sociedad y en ocasiones puede manifestarse como una mentalidad más abierta con respecto a distintos tópicos producto del intercambio cultural.

El análisis se realiza a partir de tres preguntas principales:

- a) Independientemente de su situación, ¿considera que está bien tener relaciones sexuales con otros usuarios de Tinder?
- b) ¿Cree que los otros usuarios de Tinder buscan principalmente relaciones sexuales?
- c) ¿Con qué frecuencia le solicitan sus matches encuentros sexuales en el chat de Tinder?

Los resultados se presentan de la siguiente forma: Una gráfica del promedio general de la Ciudad de México y una de Madrid seguidos por una tabla en donde se explique la distribución por género y, finalmente, una interpretación. Las respuestas son muy cerradas, limitadas a “Sí” o “No”, pero estos resultados son cruzados con lo obtenido en las entrevistas.

#### **a) Independientemente de su situación, ¿considera que está bien tener relaciones sexuales con otros usuarios de Tinder?**

El objetivo de esta pregunta era conocer cuál era su posición respecto a las relaciones sexuales con otros usuarios de Tinder aunque no fuera el caso del usuario que contestara el cuestionario. Interesa conocer si tienen una posición a favor o en contra para determinar si hay un grado

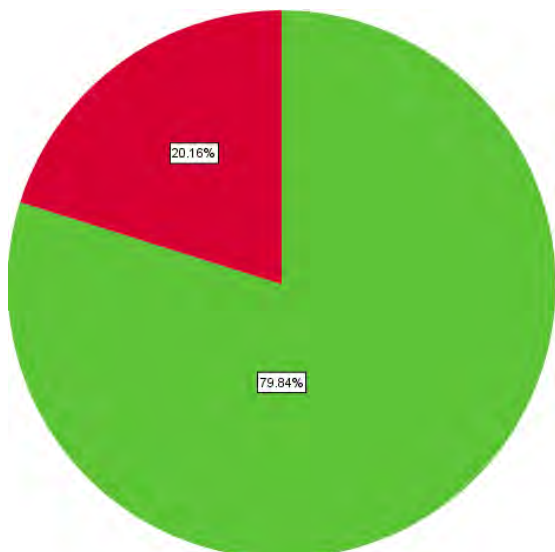
---

<sup>112</sup> Ejemplo de esto pueden ser los movimientos contra el aborto y movimientos en contra de los matrimonios entre parejas y familias del mismo sexo que se manifiestan en México. Un ejemplo puede ser: <http://www.movimientoprofamilia.com/>

<sup>113</sup> Se reporta que en 2016 Madrid recibió a la mitad de los 60 mil estudiantes internacionales que llegaron a España: [https://www.lainformacion.com/espana/educacion/universidad/comunidad-madrid-estudiantes-internacionales-espana\\_0\\_960504534.html](https://www.lainformacion.com/espana/educacion/universidad/comunidad-madrid-estudiantes-internacionales-espana_0_960504534.html)

significativo de connotaciones negativas sobre este uso de Tinder. Posteriormente, el interés sería analizar si esta posición se debe a que se trata de Tinder o si es por el sexo sin compromiso independientemente de la aplicación.

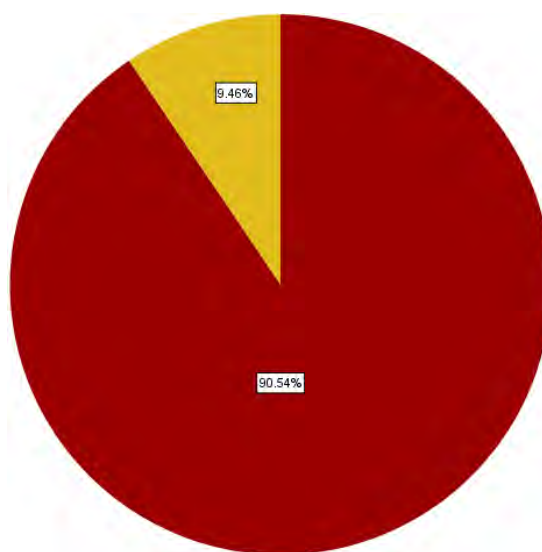
**CIUDAD DE MÉXICO**



Sí: 79.84% / No: 20.16%

Gráfica 45. Relaciones sexuales Tinder CDMX

**MADRID**



Sí: 90.54% / No: 9.46%

Gráfica 46. Relaciones sexuales Tinder Madrid

Hay una tendencia favorable respecto a mantener relaciones sexuales entre usuarios de Tinder. Como se anticipaba, los usuarios de Madrid estuvieron más a favor que los de la Ciudad de México, aunque la diferencia no es tan grande.

Sexo con usuarios de Tinder	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Sí	83.3%	76.2%	87.9%	92.3%
No	16.7%	23.8%	12.1%	7.7%

Tabla 72. Sexo con usuarios de Tinder por género CDMX y Madrid

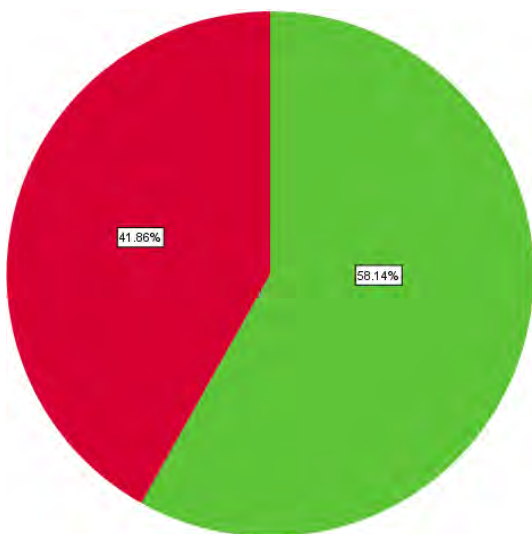
Tras hacer un análisis más detallado, se identifican algunos resultados que merecen ser destacados:

- a) Quienes reportaron un índice más bajo, aunque de cualquier manera alto, son las mujeres de la Ciudad de México con 23.8%.
- b) Las mujeres de Madrid reportaron el posicionamiento más favorable sobre tener relaciones sexuales entre usuarios de Tinder con 92.3%, una proporción muy alta. Resulta inesperado que haya sido más alto que el de los hombres tras asumir que los hombres, independientemente de su orientación sexual, son quienes más buscan relaciones sexuales de acuerdo con resultados de otras investigaciones y los de las entrevistas.
- c) Tanto hombres como mujeres mostraron una posición más favorable en Madrid que en la Ciudad de México.

**b) ¿Cree que los otros usuarios de Tinder buscan principalmente relaciones sexuales?**

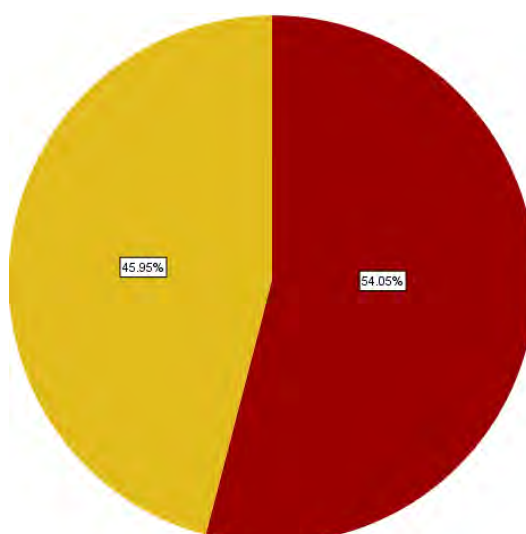
Esta pregunta atiende el interés por investigar sobre la figura de los usuarios de Tinder dentro de una representación social en la que presumiblemente se asocia en su mayoría con relaciones sexuales de una noche con connotaciones negativas. Se hace esta aclaración porque se debe de distinguir la búsqueda de sexo sin compromiso de manera responsable y consensuada de aquella que se busca bajo coerción y o con mentiras, que es la que muchas veces se asume que ocurre en Tinder.

### CIUDAD DE MÉXICO



Sí: 58.14% / No: 41.86%

### MADRID



Sí: 54.05% / No: 45.95%

Gráficas 47 y 48. *¿Cree que los otros usuarios buscan principalmente relaciones sexuales en Tinder? CDMX y Madrid*

En este caso, la distribución entre los usuarios de Ciudad de México y de Madrid es casi idéntica, lo que podría reflejar que se trata de una percepción general de Tinder desde el interior, esto es, de sus usuarios (en contraste con lo que ocurre con la percepción de quienes no son usuarios).

¿Usuarios de Tinder buscan sexo?	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Sí	37.9%	79.4%	37.9%	69.2%
No	62.1%	20.6%	62.1%	30.8%

Tabla 73. *Buscan sexo en Tinder. CDMX y Madrid por género*

Un análisis más profundo permite identificar el grado de similitud entre las dos poblaciones ya que en el caso de los hombres la distribución fue idéntica, mientras que entre las mujeres las de la Ciudad de México indicaron una percepción mayor de que los usuarios de Tinder suelen buscar principalmente sexo.

Un hallazgo valioso que se puede obtener de estos resultados es que en ambos casos hay una inversión de resultados entre hombres y mujeres: mientras que los hombres consideran que no es común que la mayoría de los usuarios busque relaciones sexuales en Tinder, las mujeres piensan que sí. Una respuesta apresurada a esta premisa sería que las mujeres, sobre todo las heterosexuales, suelen recibir mayores solicitudes de relaciones sexuales que los hombres y a partir de ello se reproduce esta percepción. Para indagar en esta hipótesis, se analiza la composición del grupo de hombres y de mujeres por orientación sexual de cada ciudad.

Percepción de que usuarios buscan sexo	Mujeres Ciudad de México			Mujeres Madrid		
	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales
Sí	83.3%	66.7%	73.3%	76.5%	33.3%	61.9%
No	16.7%	33.3%	26.7%	23.5%	66.7%	36.4%

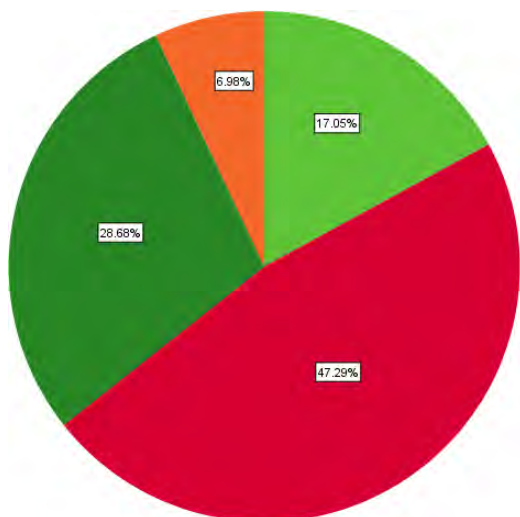
Tabla 74. *Percepción de usuarios que buscan sexo en mujeres de CDMX y Madrid*

Estos resultados coinciden con la hipótesis sugerida: las mujeres heterosexuales reportaron el índice más alto de la percepción de que los usuarios buscan principalmente sexo en Tinder, esto es, hombres heterosexuales, quienes también reportaron el valor más alto de todas las poblaciones de usuarios respecto al sexo sin compromiso como motivo de uso de Tinder (Ver pp. 428-431).

**c) ¿Con qué frecuencia le solicitan sus matches encuentros sexuales en el chat de Tinder?**

Finalmente, esta pregunta sitúa las dos percepciones anteriores en relación con una experiencia vivida por los propios usuarios que respondieron las preguntas. De esta manera, se cotejan las percepciones con la experiencia.

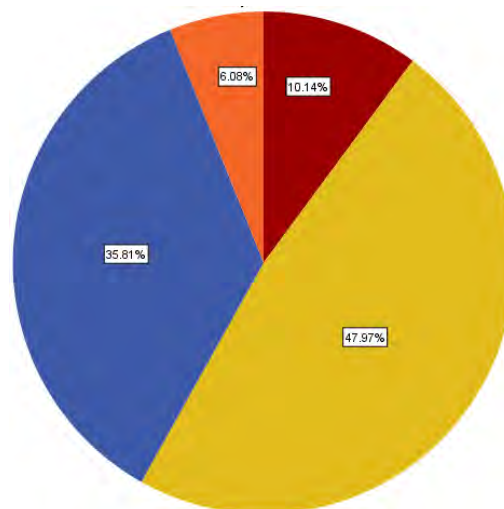
### CIUDAD DE MÉXICO



Nunca: 17.05% / Pocas veces: 47.29%

Regularmente: 28.68% / Casi siempre: 6.98%

### MADRID



Nunca: 10.14% / Pocas veces: 47.97%

Regularmente: 35.81% / Casi siempre: 6.08%

Gráficas 49 y 50. *Solicitudes de encuentros sexuales en CDMX y Madrid*

La distribución es similar en las dos ciudades. La diferencia más destacable es que en la Ciudad de México reportaron con mayor frecuencia nunca recibir mensajes con intenciones sexuales en Tinder con un 17.05% contra 10.14% de Madrid. Estos resultados serán más relevantes tras interpretarse por género.

Frecuencia con la que le piden sexo	Género			
	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nunca	31.8%	1.6%	12.1%	5.1%
Pocas veces	51.5%	42.9%	63.6%	37.2%
Regularmente	16.7%	41.3%	22.7%	47.4%
Casi siempre	0%	14.3%	1.5%	10.3%

Tabla 75. *Frecuencia con la que le piden sexo en CDMX y Madrid por género*

La distinción por género ofrece una lectura muy interesante: el 17.05% que nunca ha recibido propuestas sexuales en Tinder está conformado casi en su totalidad por hombres: 31.8% contra tan solo 1.6% de las mujeres. Este resultado aclara una realidad que se entreveía en las discusiones anteriores: los hombres son quienes suelen mensajes con propuestas sexuales, mientras que las mujeres rara vez lo hacen, pero sí reportaron recibirlos.

En el caso de Madrid, igual que en México, casi la mitad de la población de mujeres reportó recibir regularmente propuestas de índole sexual.

En general, es destacable que el 16.7% de hombres de la Ciudad de México y el 24.2% de los de Madrid reportan recibir estas propuestas con frecuencia, mientras que en el caso de las mujeres de la Ciudad de México la frecuencia de que esto ocurra es del 55.6% y entre las de Madrid del 57.7%, una diferencia significativa entre ambos. Esto sugiere que se están evidenciando los roles de género aprendidos y reproducidos (Ver pp. 174-176).

Si se analiza por orientación sexual, se puede apreciar lo siguiente.

Frecuencia con la que le piden sexo	Orientación sexual					
	Ciudad de México			Madrid		
	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales
Nunca	19%	20.7%	4.8%	9.1%	4.2%	22.6%
Pocas veces	43%	55.2%	52.4%	31.8%	70.8%	45.2%
Regularmente	29.1%	20.7%	38.1%	48.5%	22.9%	29%
Casi siempre	8.9%	3.4%	4.8% <sup>p</sup>	10.6%	2.1%	3.2%

Tabla 76. *Frecuencia con la que le piden sexo por orientación sexual en Madrid y CDMX*

Los resultados por orientación sexual sugieren que los heterosexuales de Madrid son quienes reciben más propuestas de índole sexual en Tinder, algo que si se relaciona con la tabla anterior se puede interpretar que la mayoría son mujeres. Por otra parte, también los homosexuales de Madrid indicaron recibir peticiones de sexo pocas veces en un 70.8%, esto es, no es muy frecuente, pero es una realidad que comparten casi todos en su experiencia. Al contrario, en la Ciudad de México el 20.7% de usuarios homosexuales indicó nunca recibir estas propuestas. Cabe mencionar que la mayoría de los homosexuales de la Ciudad de México son hombres.

Si se consideran en conjunto, aproximadamente el 85% de los usuarios indica que ha recibido por lo menos pocas veces estas propuestas. Evidentemente, esto reproduce una representación social de Tinder como una aplicación sexual ya que, como se ha observado a través de lo que han compartido los entrevistados, la opinión de los amigos es muy importante (Ver pp. 268-270) e influye de distintas maneras en su uso y percepción de Tinder, ya sea en algunos casos sobre cómo crear el perfil o cómo dirigirse hacia las otras personas, así como también fue una influencia positiva para muchos en el momento de decidir crear una cuenta para esta aplicación. Así como fueron influidos a partir de los comentarios que hacían sobre Tinder, todos los entrevistados y los que participaron en los cuestionarios, así como los demás usuarios de Tinder, reproducen su representación social basada en sus experiencias y la comparten con amigos y conocidos. Por ello, todas las representaciones que construyen son importantes: no sólo influyen en su modo de actuar, sino que también en el de otros usuarios y el de personas que podrían descargar Tinder u otras personas que precisamente prefieren no descargarlo tras haber escuchado experiencias negativas de parte de personas cercanas.

Tinder es una aplicación que conecta personas, pero sus propias características y recursos que ofrece, así como el uso que se ha hecho de ella y la dirección de mercadotecnia que ha recibido, la han construido como una aplicación principalmente sexual y facilitan expresiones sobre este tema que en otro escenario probablemente no ocurrirían. Al pensarse como una aplicación sexual, reproduce que las personas se sientan más libres de expresar estos deseos porque saben, a veces inconscientemente, que está permitido porque *para eso es*. En una cafetería una persona no invitaría directamente a otra a un hotel a tener relaciones sexuales porque reconoce que el espacio no es el idóneo para eso, que las personas no van ahí buscando sexo; en cambio, desde su representación social sí se cree que en Tinder van para eso.



Dicen “si no vas a contestar, entonces no le des like”, “si no nos vamos a conocer, entonces para qué es esto” “pues ya sabes para qué es esta aplicación”. O a veces hay un match y a veces te dicen “¿cómo ves si nos vemos en tu casa, vemos si nos gustamos y si no a la chingada?” Pero lo hacen de una manera muy brusca, como si estuvieras obligada a hacer lo que ellos quieren (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Estas percepciones como antecedentes que tienen los usuarios de Tinder acerca del sexo sin compromiso como un elemento regular en el uso de la aplicación desde dentro debe de compararse con lo que ocurre fuera de ella y que puede reforzar estos pensamientos y, por lo tanto, reproducir estos comportamientos y estigmatizar su uso.

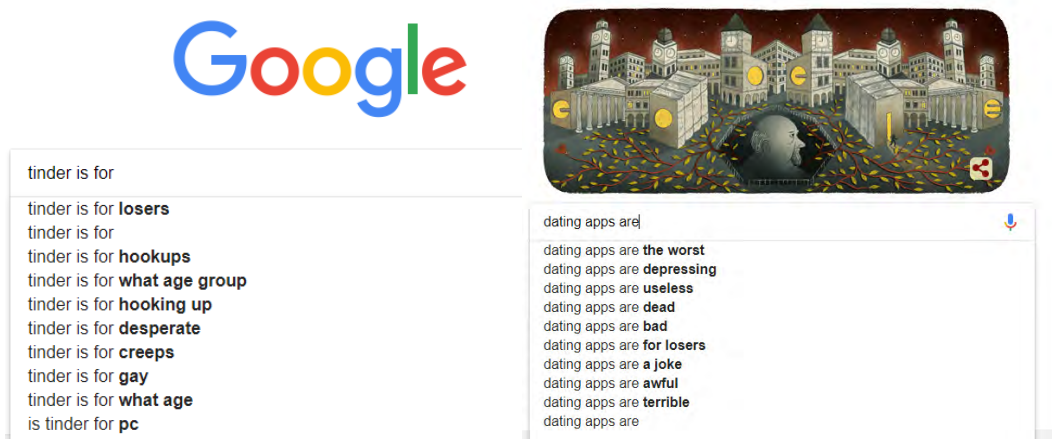
Por ejemplo, ¿qué ocurre si se pregunta algo sobre Tinder en Google? Antes de terminar de escribir la búsqueda, Google hace sugerencias de acuerdo con lo que considera que son los intereses más comunes para anticiparse y dar un servicio más eficiente y personalizado, ¿pero es esto algo positivo? ¿o acaso influye en la percepción que tendrá la persona sobre la búsqueda que estaba realizando? Quizás no tiene ningún impacto porque muchas veces la persona no se fija en las sugerencias que hace, pero por lo menos sí refleja una tendencia de las búsquedas más comunes y, en consecuencia, el reflejo de una representación social. Se preguntó por Tinder en inglés, español, portugués, francés e italiano.

Español: “Tinder es” y “Tinder es para”.



Figura 12 y 13. Búsquedas de Tinder en Google español

Inglés: “Tinder es para”, “aplicaciones para citas son para”:



Figuras 14 y 15. Búsquedas de Tinder en Google inglés

Las respuestas destacables en español fueron:

seguro, peligroso, bueno, gratuito.

ligar, heterosexuales, desesperados, mayores de 18, casados.

Es notable que ninguna de las respuestas hace referencia directa a mantener relaciones sexuales, sólo lo sugiere y de lejos “ligar”.

Por otra parte, Google en inglés muestra resultados distintos. Se destaca:

perdedores, relaciones sexuales de una noche, personas con quien tener relaciones sexuales de una noche, desesperados, raros, gay.

lo peor, deprimente, sin sentido, malo, para perdedores, una broma, terrible.

En español se muestran referencias a Tinder como peligroso, mientras que en inglés no. Por otra parte, en inglés hay referencias a Tinder como una aplicación de uso sexual y en español no. La búsqueda de *dating apps* no sugirió ningún resultado positivo.

### **5.2.5 Análisis de las representaciones sociales de Tinder en la Ciudad de México y en Madrid**

El análisis por representaciones sociales se realiza desde dos perspectivas: desde la Teoría de Representaciones Sociales de Moscovici (1979) facilita una aproximación para el análisis cualitativo de los resultados, así como la Teoría del Núcleo Central de Jean-Claude Abric (2001; Wagner & Hayes, 2011), que plantea un acercamiento más cuantitativo. Ambos permiten organizar y jerarquizar elementos recurrentes que se construyen alrededor de un objeto y cómo en conjunto constituyen su representación social. Se opera de la siguiente manera:

- a. Respuestas acerca de si creen que es posible encontrar una pareja formal a través de Tinder y si conocen algún caso.
- b. Respuestas sobre su reacción acerca de qué pareja creen que tenga más posibilidades de ser feliz.
- c. Repetición, jerarquización y significado de palabras en la descripción de sus mejores y peores citas.
- d. Repetición y jerarquización de las características que consideran más atractivas de su perfil.
- e. Repetición y jerarquización de las características que más les atraen de los otros usuarios.

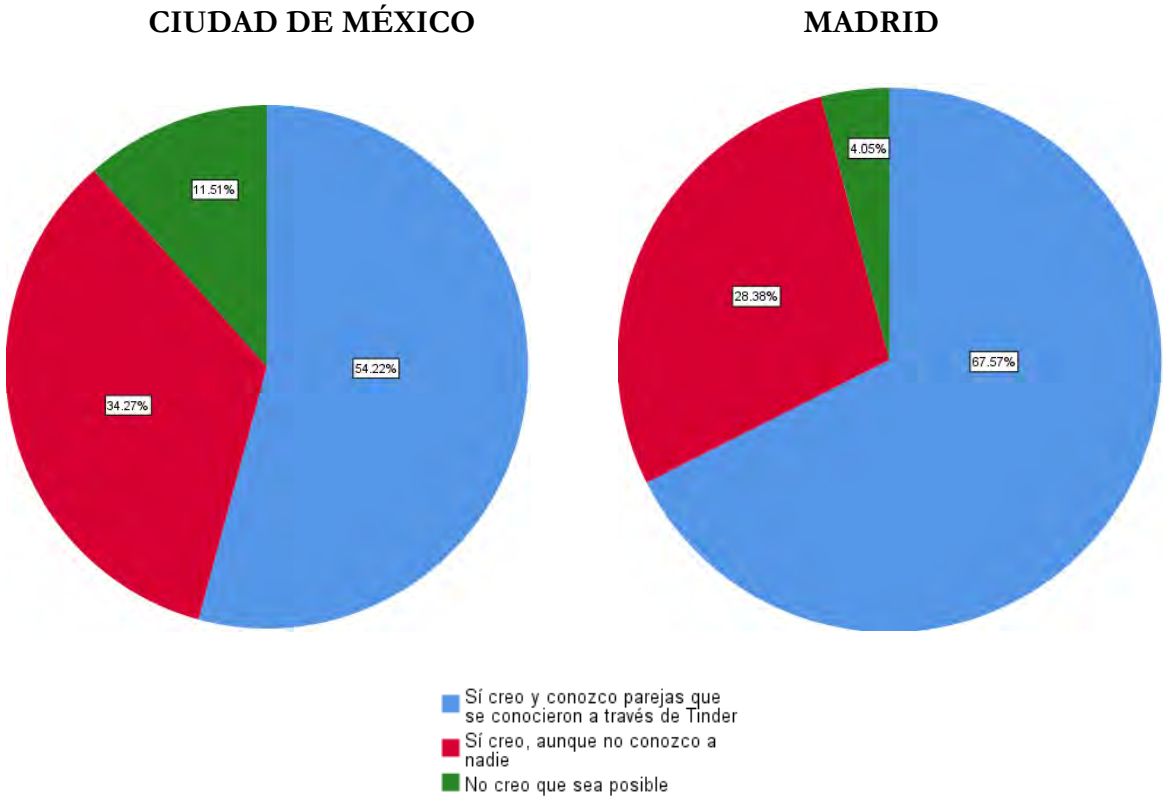
#### **5.2.5.1 ¿Es posible encontrar una pareja formal a través de Tinder?**

El énfasis en una pareja *formal* se debe a que se desea explorar si es verdad que en Tinder predomina un pensamiento de que es imposible encontrar una pareja y que la gente ni siquiera busca una. De acuerdo con los resultados anteriores, en promedio de las dos ciudades, un aproximado del 56% de todos los usuarios cree que las otras personas están buscando principalmente relaciones sexuales, mientras que si se hace énfasis exclusivamente en mujeres, 74% lo creen; de ellas, el 80% de las heterosexuales lo cree así.

Para responder qué puede implicar que toda esta población mencionada, una proporción muy alta, crea que las otras personas están buscando relaciones sexuales, es necesario recordar que a lo largo de los hallazgos expuestos, principalmente lo que evidencian las entrevistas, se puede apreciar que una de las constantes ha sido la influencia que tiene su experiencia en Tinder en su

manera de actuar y es algo que influye en lo que esperan de las otras personas, y por ende, influye también en su manera de comportarse a través de Tinder.

El objetivo de esta pregunta era conocer si creen que es posible encontrar una pareja formal en una aplicación como Tinder independientemente de que la busquen o no. Los cruces entre los resultados de distintas preguntas sobre la percepción del sexo sin compromiso y de encontrar una pareja formal en Tinder permiten trazar un mapa para constituir la representación social de la aplicación y ver qué lugar ocupan en ella las posibilidades de encontrar pareja y las expectativas de que no es posible.



Gráficas 51 y 52. ¿Es posible conocer pareja formal en Tinder? CDMX y Madrid

Sí cree y conoce parejas que se conocieron en Tinder  
Ciudad de México: 54.22% / Madrid: 67.57%

Sí cree, aunque no conoce a nadie que haya conocido a su pareja en Tinder  
Ciudad de México: 34.27% / Madrid: 28.38%

No cree que sea posible  
Ciudad de México: 11.51% / Madrid: 4.05%

La primera lectura que se puede hacer de estos resultados es que el 88.49% de los usuarios de la Ciudad de México y el 95.95% de los de Madrid sí cree que se puede encontrar una pareja formal en Tinder. Estos resultados, si se comparan con la construcción de la representación social de Tinder entre personas que no son usuarias de la aplicación (Ver pp. 496-497) son todavía más significativos.

No todos tienen como motivación principal encontrar una pareja formal en Tinder, pero no por ello están en contra de encontrarla ni mucho menos dudan de que sea posible. Mientras que sí se anticipaba que hubiera una proporción importante de personas que creyeran que se puede encontrar una pareja en Tinder, no se esperaba una proporción tan alta.

Esto puede implicar que se esté desestigmatizando el uso de Tinder ya que considerar que se puede formalizar una relación entre usuarios significa, en general, que se haga pública la manera en la que se conocieron. Esto puede tener dos lecturas: 1) las relaciones con la intención de conocer personas a través de medios digitales se están normalizando y se ve como una opción más, y 2) las experiencias exitosas de personas que inician una relación tras haberse conocido en Tinder pueden influir positivamente en aquellas personas que no tienen una relación, pero desean conocer nuevas personas y tener la posibilidad de iniciar una.

Sobre esta cuestión, el 54.24% de los usuarios de la Ciudad de México y el 67.57% de los de Madrid conocen a alguien que ha tenido una relación formal de pareja con otra persona a la que conoció en Tinder, índices muy altos también.

Los resultados generales y particulares muestran una tendencia mayor de personas que creen que se puede tener una relación formal con alguien a quien conocieron en Tinder en Madrid que en la Ciudad de México. Este resultado refiere a una mayor aceptación del uso de estas aplicaciones en Madrid y también se relaciona con una mayor aceptación de lo que socialmente representa Tinder como una aplicación que facilita encuentros sexuales, aunque no sea su uso objetivo, ya que mientras que el 79.84% de los de la Ciudad de México están de acuerdo en que se use Tinder para tener relaciones sexuales, en Madrid el porcentaje de aprobación es de 90.54%, una tendencia congruente con lo observado en la diferencia sobre la creencia de que se pueda encontrar una pareja formal entre las dos ciudades.

¿Se puede encontrar una pareja formal?	Género			
	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Sí y conoce	52.1%	56.2%	59.1%	74.4%
Sí, pero no conoce	38.4%	30.3%	36.4%	21.8%
No cree que sea posible	9.5%	13.4%	4.5%	3.8%

Tabla 77. ¿Se puede encontrar una pareja formal en Tinder? Por género, CDMX y Madrid

Un análisis por género revela una congruencia casi idéntica entre hombres y mujeres de la Ciudad de México, así como también una coincidencia con los hombres de Madrid; no obstante, las mujeres de Madrid reportaron en un 74.4% creer que se puede encontrar pareja y además conocer personas que se han conocido por este medio. Para explicarlo, es importante considerar que el 69.2% de estas mujeres ha recibido propuestas sexuales, pero el 92.3%, el porcentaje más alto, considera que está bien que en Tinder se busque sexo, independientemente de su caso: estos datos, en conjunto, indican que, para las mujeres de Madrid, el hecho de que se busquen relaciones sexuales en Tinder no tiene influencia en que se considere que por ello no pueden estar buscando una pareja formal. Además, se debe de tener presente que las mujeres específicamente de Madrid son la población que más suele utilizar estas apps de acuerdo con el estudio realizado por Ogury (2017).

La mayor apertura respecto al sexo sin compromiso que se observa en todos estos resultados, tanto en hombres como en mujeres, sugiere que en la Ciudad de México hay mayores reservas al respecto y eso puede influir en la percepción que se tiene sobre Tinder y la creencia de que se puede encontrar una pareja formal. A pesar de estas diferencias entre las dos ciudades, el porcentaje de México es considerablemente alto, mucho más de lo anticipado y contrasta con quienes no son usuarios de Tinder. Esto puede indicar, asimismo, que hay una mayor apertura respecto a la aprobación de este tipo de aplicaciones y de relaciones que inician a través de medios digitales entre los usuarios contra quienes por algún motivo han decidido no utilizar la aplicación.

Si se toma como referencia lo observado en relación con Madrid, donde se revela una mayor aceptación de Tinder y de las relaciones sexuales sin compromiso, es posible identificar que en la Ciudad de México comienza a haber una tendencia hacia una mayor libertad de expresión sexual en algunos casos, y de un pensamiento más libre sobre el uso y significado de las aplicaciones para citas, por lo menos entre usuarios de la aplicación. Se analiza de manera exclusiva el caso de hombres homosexuales, quienes indicaron el promedio más alto en el motivo de uso de Tinder de buscar pareja tanto en Ciudad de México como en Madrid.

Orientación sexual: Homosexuales		
¿Se puede encontrar una pareja formal?	Cd. de México	Madrid
	Hombres	Hombres
Sí y conoce	56.9%	58.1%
Sí, pero no conoce	32.4%	34.9%
No cree que sea posible	10.8%	2.3%

Tabla 78. ¿Se puede encontrar pareja formal en Tinder? Por orientación sexual CDMX y Madrid

La distribución es casi idéntica a las anteriores, con excepción de las mujeres de Madrid, lo que sugiere que no hay una diferencia destacable. Si se analizan todas las poblaciones de acuerdo con el promedio de interés por buscar pareja como motivo de uso de Tinder, se encontró lo siguiente.

Motivo de uso: busca pareja						
¿Es posible pareja formal en Tinder?	CIUDAD DE MÉXICO			MADRID		
	Heterosexuales		Homosexuala	Heterosexuales		Homosexuales
	Hombres	Mujeres	Hombres	Hombres	Mujeres	Hombres
Sí y conoce	7.57	6.15	8.48	7.18	5.85	7.38
Sí, pero no conoce	6.40	3.75	8.42	6.70	4.00	7.33
No cree que sea posible	1.00 (1) <sup>114</sup>	8.00 (1)	6.56	5.50 (2)	8.00 (1)	-

Tabla 79. Es posible encontrar pareja formal en Tinder – entre quienes buscan pareja formal

<sup>114</sup> Entre paréntesis se agregó el total de casos que respondieron debido a que fueron significativamente muy pocos y es importante tenerlo en consideración en relación con los otros.

En esta tabla se puede apreciar que quienes saben de otros usuarios que han conocido a su pareja en Tinder tienden a mostrar un interés mayor por encontrar pareja en la aplicación. Esto se debe a que la representación social de Tinder no está alimentada únicamente por la experiencia propia, sino que la de terceros, sobre todo puede ser mayor si son cercanos, tiene una influencia importante en lo que se piensa sobre su uso, en este caso que sí sirve para encontrar pareja.

Por otra parte, en la tabla anterior se hizo énfasis en la población de hombres homosexuales porque son quienes habían reportado un interés mayor por encontrar pareja. Como se esperaba, el promedio fue mayor en ellos que en los otros usuarios, así como fueron muy pocos casos, y con menor promedio, los que no creen que sea posible, tanto en Ciudad de México como en Madrid.

Si se compara hombres con mujeres, tanto en Ciudad de México como en Madrid es mayor el interés por buscar pareja cuando conocen a alguien que ya ha encontrado pareja en Tinder. Aquí hay un resultado relevante: En Ciudad de México, entre heterosexuales, los hombres reportaron un interés de buscar pareja promedio de 6.57 y las mujeres de 5.64, mientras que en Madrid fue de 6.95 y 5.52 respectivamente; en este caso, si se consideran únicamente a quienes conocen a otras personas que han encontrado pareja en Tinder, el promedio sube a 7.57 y 6.15 entre hombres y mujeres de la Ciudad de México y a 7.18 y 5.85 respectivamente en Madrid: en todos los casos hubo un aumento, pero en el caso de Ciudad de México fue mayor en ambos casos, sobre todo fue mucho más significativo en hombres, mientras que en Madrid también se incrementó, pero en un promedio de 0.25 únicamente.

Finalmente, la comparación también permite observar que en todos los casos analizados entre los usuarios de la Ciudad de México es más alto el porcentaje de quienes buscan una pareja cuando conocen a alguien que ha tenido éxito en este aspecto. En España también es alto, pero levemente más bajo que en México.

#### **5.2.5.2 ¿Qué pareja creen que tiene más posibilidades de ser feliz?**

Esta pregunta tiene la intención de ser una provocación con la intención de investigar si los usuarios creen que hay diferencias entre conocer a la pareja cara a cara o si es a través del teléfono.



La felicidad es muy subjetiva. Antes que ser un estado, se refiere a un proceso, a una suma de instantes que lo constituyen. Por supuesto, para algunas personas la felicidad de una relación tendrá un significado distinto que el que tiene para otras. La importancia de esta pregunta radica precisamente en eso: los resultados van a ser un reflejo a partir de lo que la imagen mental de lo que es una pareja feliz para los usuarios. Y es eso lo que importa porque se presupone que el uso de Tinder ocurre a partir de representaciones sociales sobre significados de la aplicación, de ideales, de motivos de uso y de imaginar cómo son los otros usuarios.

De acuerdo con una encuesta de Match Media Room (2018), se les preguntó a 1280 usuarios de Match.com para conocer qué es lo que más les gusta de tener citas online. Las respuestas se distribuyeron de la siguiente manera:

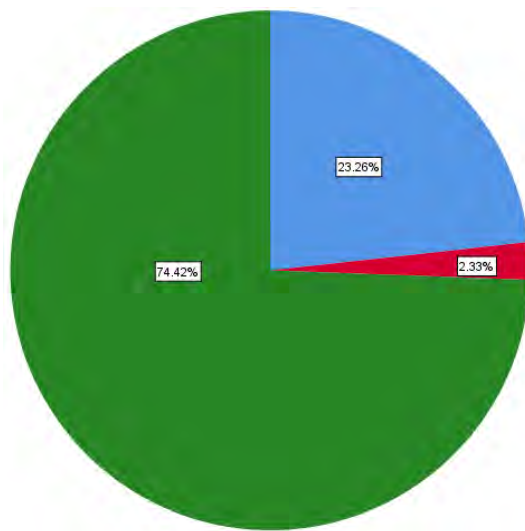
- El 42% indicó que sólo así podrían conocer a esas personas.
- El 29% indicó que es una ventaja poder conocer un poco a la persona antes de tener un encuentro presencial.
- Otro 29% indicó que de esta manera ya no tienen que ir a un bar o un antro.

Se presume que quienes consideraron que tienen mejores posibilidades de tener una relación exitosa aquellos que se conocieron cara a cara, están estigmatizando inconscientemente las relaciones que iniciaron mediadas. Por otra parte, en Madrid nadie consideró que tuviera más posibilidades de ser feliz una pareja que se conociera a través de Tinder, a pesar de que los resultados anteriores sugieren que los usuarios de esta ciudad reportaron estar más a favor de que se puede encontrar una pareja formal y también reportaron un índice más alto de quienes conocen a personas que encontraron a su pareja en Tinder; en cuanto a México, sí hubo casos que consideraron principalmente a la pareja que se conoció en Tinder, aunque tan solo fue en un 2.33%.

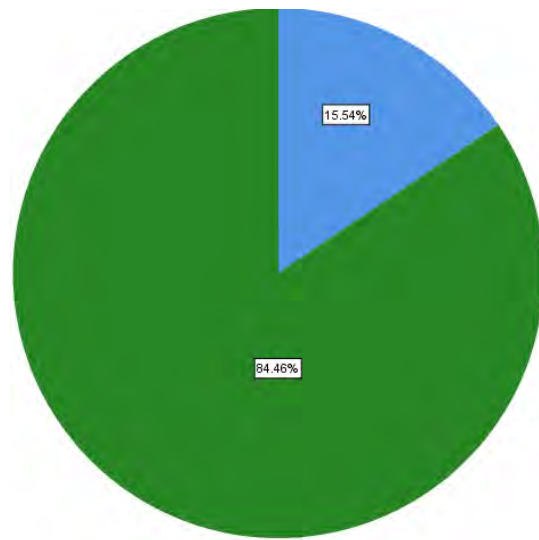
### Qué pareja tiene mejores posibilidades de ser feliz

- Una pareja que tuvo su primer encuentro cara a cara e iniciaron una relación formal
- Una pareja que tuvo su primer encuentro en Tinder e iniciaron una relación que se formalizó
- No creo que haya diferencia por la manera en la que se conocieron

CIUDAD DE MÉXICO



MADRID



Gráficas 53 y 54. *¿Qué pareja tiene mejores posibilidades de ser feliz? CDMX y Madrid*

Una pareja que tuvo su primer encuentro cara a cara  
Ciudad de México: 23.26 % / Madrid: 15.54 %

Una pareja que tuvo su primer encuentro en Tinder  
Ciudad de México: 2.33% / Madrid: 0%

No creo que haya diferencia por la manera en la que se conocieron  
Ciudad de México: 74.42% / Madrid: 84.46%

El resultado que más interesa en relación con una mayor aceptación del uso de Tinder es el de aquellos que no creen que haya una diferencia por la manera en la que se conocieron, esto es, ambas son buenas opciones para encontrar una pareja. En el caso de la Ciudad de México, el 74.42% indicó que no había diferencia, mientras que el 84.46% opinó lo mismo en Madrid. Estos

porcentajes son considerablemente altos ya que se anticipaba que la proporción de quienes creen que el contacto cara a cara fuera mayor que la que revela el cuestionario.

Los dos casos refieren a una desestigmatización de Tinder como un recurso para encontrar pareja. En la Ciudad de México es menor el porcentaje, pero es congruente con la tendencia observada en lo descrito en apartados anteriores. No obstante, considerando que se anticipaba que en la Ciudad de México se manifestara una mayor reserva al respecto de las relaciones mediadas, estos porcentajes indican que es una tendencia que posiblemente esté cambiando.

¿Pareja con más posibilidades de ser feliz?	Género			
	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Cara a cara	25.3%	17.2%	16.7%	15.4%
Tinder	1.3% (1)	6.9% (2)	-	-
No cree que haya diferencia	73.4%	75.9%	83.3%	84.6%

Tabla 80. Pareja con más posibilidades de ser feliz por género

Fueron muy pocas las personas que consideraron que en Tinder una pareja tuviera una ventaja, mientras que respecto al encuentro cara a cara hubo una congruencia similar entre hombres y mujeres de Madrid, pero en México los hombres indicaron una preferencia mayor.

Se preguntó si creen que el compromiso y la estabilidad de las relaciones puede estar cambiando (Ver p. 519) como consecuencia de la existencia de aplicaciones para citas como Tinder que facilitan el contacto con personas desconocidas que puedan indicar una atracción común fácilmente: quienes creen que no está afectando, reportaron que no creen que haya diferencias en el medio utilizado, cara a cara o Tinder, para que una pareja sea feliz; por otra parte, quienes sí creen que están ocurriendo cambios, asignaron un valor mayor al encuentro cara a cara.

¿Qué pareja tiene más posibilidades de ser feliz?				
¿Está cambiando el compromiso?	Ciudad de México		Madrid	
	Cara a Cara	No hay diferencia	Cara a Cara	No hay diferencia
Sí	35.5%	61.3%	26.7%	73.3%
No	11.9%	89.6%	8.1%	91.9%

Tabla 81. *¿Qué pareja tiene más posibilidades de ser feliz entre quienes creen que está cambiando el compromiso*

Como se aprecia en esta tabla, existe una relación entre su percepción de que Tinder esté cambiando el compromiso y la estabilidad de las parejas con las posibilidades de que una pareja pueda ser feliz de acuerdo con un encuentro cara a cara o mediado. En México la diferencia es mayor, ya que el 35.5% de quienes creen que está cambiando el compromiso son quienes creen que una pareja que se conoce cara a cara tendrá mayores posibilidades de ser feliz. En Madrid ocurre de manera similar, aunque en una proporción menor. En las dos ciudades aquellos que no creen que haya una diferencia por el medio utilizado son en su mayoría quienes creen que no está cambiando el compromiso de las relaciones como consecuencia del uso de Tinder.

### 5.2.5.3 Representación social de la cita Tinder

Se invitó a los usuarios a compartir sus mejores y peores citas de Tinder al final del cuestionario (el primero de la Ciudad de México: 393 respuestas y el de Madrid: 153 respuestas). En el caso de Ciudad de México, se obtuvieron 206 respuestas de las mejores citas y 193 sobre las peores, mientras que en Madrid fueron 47 en ambos casos. En Apéndices (Ver p. 606) se pueden algunas de las citas organizadas por categorías.

Con la totalidad de las respuestas, se elaboraron mapas de nubes de palabras para ilustrar la representación social y así facilitar la visualización de los resultados.

## MEJORES CITAS<sup>115</sup>

### CIUDAD DE MÉXICO

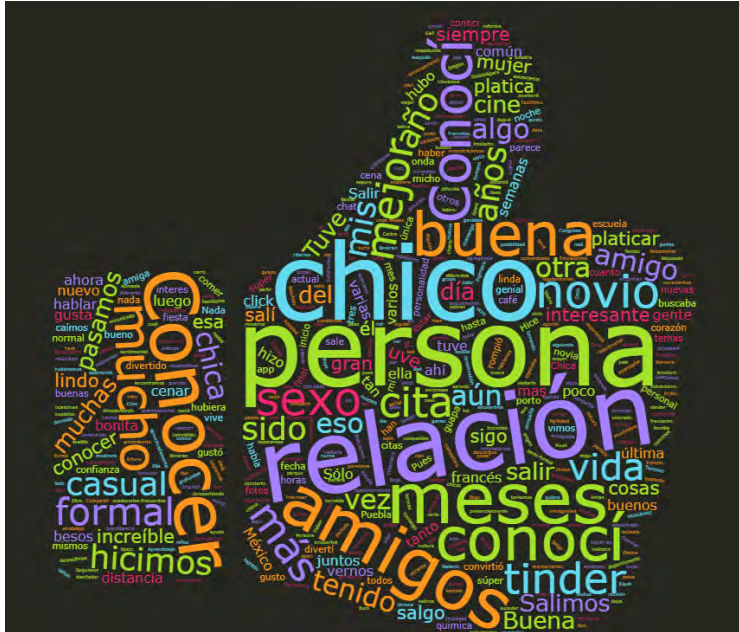


Figura 16. Mejores citas CDMX nube palabras

### MADRID



Figura 17. Mejores citas Madrid nube palabras

## PALABRAS CONSIDERADAS RELEVANTES

- Cita
- Sexo
- Fotos
- Casual
- Aburrida
- Malas
- Química
- Experiencias
- Relación
- Diferentes
- Nada
- Primera
- Esperaba
- Peor
- Personalidad
- Incómodo
- Él
- Feos
- Apariencia
- Nunca
- Parecía
- Feeling

<sup>115</sup> Las palabras relevantes fueron seleccionadas por ser algunas de las más repetidas, pero también de las más significativas. En la columna no se mencionaron todas, ni tampoco las más repetidas, como “chico” o “persona”, sino que se hizo un esfuerzo por destacar aquellas que ya asignaban un significado mayor.



### Mejores citas

A partir de las palabras “persona” y “relación”, que constituyen su núcleo, se construye la representación social de las mejores experiencias de citas en Tinder. Algunas de las palabras mencionadas son verbos, “hicimos”, “salimos” y “mantuvimos”, que precisamente refieren a acciones que realizan dos *personas* juntas, posiblemente en una *relación*. Se utilizaron adjetivos como “bueno”, “agradable”, “interesante” y “lindo” que refuerzan una imagen positiva del uso de Tinder. Otro elemento valioso es que las palabras “casual”, “sexo” y “cita” aparecen en las dos representaciones, pero con un significado distinto: en este caso, refieren a una experiencia positiva que posiblemente se desea repetir.

### Peores citas

Como se explicaba, aquí también aparecen las palabras “casual”, “sexo” y “cita” como algo que condujo a una experiencia negativa en la que hubo presión para actuar contra su voluntad y cuando las intenciones y expectativas de las citas eran distintas. Las palabras “fotos”, “personalidad”, “apariencia”, “*feeling*” y “feos” refieren a una decepción porque la persona a la que conocieron no tiene las características que habían imaginado tras las conversaciones que mantuvieron en el chat y otros medios digitales. Las palabras “diferentes”, “química”, “malas”, “incómodo”, “parecía” y “esperaba” alimentan esta noción de que la cita no fue lo que anticipaban y que la confrontación de la imagen construida de la persona con su realidad no fue positiva. Finalmente, es notable que en el caso de la Ciudad de México la palabra “él” fue de las más mencionadas y no aparece cercana una referencia a “ella”; lo mismo ocurre con “chico” sobre “chica”.

#### **5.2.5.4 Autopercepciones del self digital**

En el segundo cuestionario de la Ciudad de México y en el cuestionario de Madrid se les pidió que mencionaran tres características de su perfil que consideren atractivas y que creen que interesen a las otras personas. El objetivo de esto es poder tener una visualización de cómo se ha construido la imagen de su self digital como reflejo de una representación social de Tinder en la que reconocen que hay algunas características que se podrían considerar como deseadas sobre sus perfiles. Para la nube de la Ciudad de México se obtuvieron 110 respuestas, mientras que para la de Madrid fueron 82. Se podían elegir dos o tres características consideradas como atractivas.



## SELF DIGITAL

### CIUDAD DE MÉXICO



Figura 20. *Self digital México*

#### CARACTERÍSTICAS DEL SELF DIGITAL DE LOS USUARIOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

El elemento que más recurrentemente consideraron como atractivo de su perfil fueron las fotos, una característica congruente con la superficialidad que caracteriza Tinder y la relación que se construye primeramente con perfiles.

La “descripción”, “gustos” y los “intereses” ocuparon una posición importante, lo que refleja que en efecto es un aspecto que les importa en la creación de su perfil con la intención de lograr compatibilidad.

Palabras como “sonrisa”, “profesión”, “estudios” y “sonrisa” coinciden con algunos de los elementos analizados a partir de que se consideran como unos de los más atractivos de un perfil.

“Físico”, “atractivo”, “atractiva”, “guapo”, “cuerpo”, “altura” y, evidentemente, “apariencia” reflejan la importancia que se le da al aspecto físico de una persona. Además, es notable que en este caso se refiere no a lo que buscan otros, sino a lo que creen que otros buscan de ellos mismos.

Las características que refieren a atributos físicos predominaron en importancia sobre atributos relacionados con la personalidad, las emociones y el intelecto.

# MADRID



Figura 21. *Self digital en Madrid*

## CARACTERÍSTICAS DEL SELF DIGITAL DE LOS USUARIOS DE MADRID

El elemento que más recurrentemente también fueron las fotos, pero no tuvieron una prioridad tan distante de las otras características como en la Ciudad de México.

Los usuarios de Madrid también asignaron una importancia significativa a palabras como “físico” y “aparición”, pero se le asignó mayor valor a características no relacionadas con el aspecto físico como “aficiones”, “inteligencia”, “música”, “viajes” y “humor”, que refieren a la personalidad.

Características como “profesión”, “estudios”, “sonrisa” y “ojos” ocuparon una posición importante y también constituyen unos de los elementos analizados en esta tesis (Ver p. 201) como características que se anticipaba que eran deseadas en el perfil de la otra persona.

Los esquemas utilizados ayudan a ilustrar la jerarquización de las características consideradas como más atractivas en el perfil de cada usuario. Una de las diferencias más claras entre el self digital general de la Ciudad de México y el de Madrid, es que en el primer caso predomina la creencia de que las características relacionadas con la apariencia física son las más atractivas, mientras que en Madrid, si bien este aspecto es importante, hay una mayor diversidad y aspectos relacionados con la personalidad y la conversación fueron más relevantes. Estos resultados son congruentes con la importancia que le asignaron a la apariencia física como un aspecto deseado de la otra persona: en la Ciudad de México a un 92.45% le importa regular o mucho la apariencia y al 1.96% no le importa nada, mientras que en Madrid al 49.02% no les importa en lo absoluto la apariencia física de sus potenciales matches.

Estas representaciones del self digital son muy útiles porque permiten conocer qué es lo que proyecta como deseable sobre su persona en Tinder el usuario de una ciudad y de la otra. Por supuesto que hay muchas similitudes ya que es parte del reconocimiento de como se cree que funciona Tinder y es así, la aplicación es principalmente visual y si no se pone una fotografía principal original y atractiva, posiblemente será un perfil muy poco visto, pero una vez que se trasciende aquella superficie, se pueden apreciar estas dos percepciones de lo deseado que son distintas y que quizá podría pensarse que refieren a un prejuicio, pero no, refieren a una realidad: a los usuarios de Madrid no les importa tanto la apariencia y la representación de su self digital indica que en efecto es muy diverso y factores relacionados con la personalidad adquieren mayor valor, mientras que en la Ciudad de México 48.04% de los usuarios indicaron que les interesaba *mucho* la apariencia física y en general que les interesaba 92.45% que era un factor regular o importante para ellos, y es congruente con sus perfiles en donde destacan que sus atractivos principales están relacionados con este aspecto, reconociendo correctamente cómo funciona la representación social de esta ciudad y creando un perfil de acuerdo con estas características.

Estas distinciones tienen como objetivo, también, demostrar que el perfil genérico de los usuarios de cada ciudad o país será distinto; algunos con diferencias más significativas que otros, así como también seguramente se podrían presentar diferencias importantes en el perfil de un hombre del de una mujer, o por orientación sexual o edad.

### 5.2.5.5 Representación social del [otro] usuario de Tinder

La representación social del otro usuario de Tinder es uno de los aspectos más importantes para evaluar porque el usuario de la aplicación lo primero que hace es relacionarse con una imagen, con la fotografía principal que va a crear la primera noción de quién es la otra persona y que, en general por las características de Tinder, tiende a orientarse hacia resaltar la apariencia física, y en un segundo lugar se relaciona con la representación social de quién es la otra persona, sobre todo tras haber hecho el match, es decir, un imaginario en donde todas las creencias, prejuicios y opiniones de lo que es Tinder y lo que significa ser usuario de Tinder entran en juego e influyen en la percepción que se tiene de la otra persona.

Para hacer este análisis, se les hizo una pregunta también abierta a los otros usuarios sobre cuáles son las dos características que quisieran que tuviera su *match ideal*<sup>116</sup>. La pregunta fue planteada de manera intencionalmente muy abierta para que los propios usuarios decidieran mencionar características relacionadas con el aspecto físico, con la personalidad, con sus hobbies e intereses, etc. Se obtuvieron 109 respuestas de usuarios de Madrid.

---

<sup>116</sup> Por match ideal se van a entender las características que desearían que tuviera la otra persona que les dará like y con quien harán match. Se trata de una idealización, de un prototipo ideal de usuario de Tinder basado en las experiencias que se ha tenido y en las expectativas creadas a partir de la experiencia de otros. Este tipo ideal no necesariamente está basado exclusivamente en los resultados de las experiencias positivas, sino que puede estar construido como defensa de las negativas, esto es, un aprendizaje de aquello que es considerado como no deseado para evitar ese tipo de perfiles.



## EL OTRO USUARIO

### MADRID

---



Figura 23. *El otro usuario Madrid*

#### CARACTERÍSTICAS DEL MATCH IDEAL DE LOS USUARIOS DE MADRID

En el caso de Madrid, la característica más apreciada fue el “humor”, un elemento que puede ser muy útil sobre todo cuando se inicia una conversación con una persona desconocida, tanto para poder tener éxito al iniciar el chat de Tinder como para romper el hielo en el momento de conocerse en persona.

En segundo lugar, “conversación” fue un elemento muy significativo en tanto que les interesa tener compatibilidad en la conversación con la otra persona.

“Sincero” y “sinceridad” ocuparon también una posición importante como reflejo y defensa de un imaginario sobre Tinder en el que se cree que las mentiras son fáciles de hacer y comunes.

Se distinguen atributos sobre la apariencia como “guapo”, “atractiva”, “atractivo”, “belleza” y “físico”.

No obstante, de manera similar a la construcción de su self digital en el apartado anterior, predominó la diversidad de atributos intangibles como “inteligente”, “divertido”, “simpático”, “extrovertida”, “cult”, “humilde”, “empático”, entre otros.

El *otro usuario* es una representación de la persona con la que se hizo match o con la que se podría hacer match creada a partir de las experiencias del usuario, quien lo analiza, y de las expectativas que tiene de Tinder. Por este motivo, los análisis organizados por la ciudad desde donde contestaron reflejaron resultados distintos ya que Tinder actúa como un filtro de dos representaciones sociales diferentes, la de la Ciudad de México y la de Madrid, construcciones socialmente similares, pero que tienen diferencias significativas, sobre todo en relación con la percepción del riesgo e inseguridad y la opinión sobre el sexo sin compromiso, que en el caso de Madrid hay una mayor apertura, mientras que en México es menor comparada con los usuarios de Madrid, pero que también presenta contrastes significativos si se compara entre los usuarios de Tinder y quienes conocen la aplicación, pero no la han utilizado, los no-usuarios (Ver p. 492-498).

Como conclusión, Tinder todavía se encuentra situado en una representación social que lo caracteriza como una aplicación principalmente sexual, pero la investigación revela que en la práctica este interés dista de ser el motivo que justifique su uso. Por supuesto que hay personas que lo utilicen con este fin, pero no es el principal. Aun así, todavía más importante que el hecho de que lo sea, es que los usuarios creen que lo sea.

[...] de sabe bien que tinder es más para sexo casual pero... Cuando les dices no gracias, se molestan y me toco un tipo muy agresivo que me escribió que entonces para que le di me gusta y comenzó a ofenderme jajaja pero nada que un eliminar compatibilidad no arreglé (Arely, 27 años, CDMX, online).

Efrén coincide con Arely de acuerdo con lo que ha percibido en su experiencia en Tinder.

[...] al día de hoy me atrevería a decir que más de la mitad de la gente busca sexo (sin importar edad u orientación sexual) y el resto desea llenar vacíos existenciales (Efrén, 30 años, CDMX, online).

A pesar de que se tiene una idea muy sexual de Tinder, no por ello es una realidad general, por lo menos no de acuerdo con la experiencia de Irene y de Rick.

Me imaginaba algo rollo "badoo"<sup>117</sup> muy sucio y de mucho "golfeo". Mi perspectiva cambio con el uso... al ver que no todos buscaban sexo rápido y fácil, y que alguna amiga mía encontrara pareja estable a través del uso de la aplicación (Irene, 30 años, Madrid, online).

[...] yo quizá que pensé que habría más de tiempo corto y resulta que hay de todo tipo. Creo que no sé si es por la selección que yo hago o por qué, pero creo que la gente que usa Tinder son gente educada, que en principio, no sé, tiene curiosidad, son abiertos de mente (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Puede ser que inicien anticipando eso, pero al momento de relacionarse con las personas con las que se hagan los primeros match se van dando cuenta de que no siempre es así.

Las situaciones se dieron sobre todo al principio porque esperaba ligar con mucha más facilidad con chicas atractivas. Pero me di cuenta de que no era tan fácil tener relaciones sexuales o llegar a conocer a una mujer y congeniar con ella (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

El gran problema que tiene la mayoría de quienes buscan mujeres, es la idea errónea de buscar sexo en la primera cita y todavía peor si creen que lo conseguirán siendo gañanes repugnantes que sólo hablan de sí mismos, mientras que las chicas usualmente van con la idea de ver si su cita es material para una relación o para ser solo amigos, por lo menos aquí en México y lo que me ha tocado ver (Alan, 22 años, CDMX, online).

En el caso de Alan, esta creencia inicial de que Tinder era mayoritariamente sexual fue consecuencia de las experiencias que le habían contado amigos que eran usuarios de Tinder. Cuando descargó la aplicación, los comentarios de sus amigos influyeron en él y, justificado en la representación social de Tinder heredada, empezó a buscar relaciones casuales también. No obstante, en la práctica y tras la experiencia chateando con otras personas, se dio cuenta de que Tinder no estaba limitado a encuentros sexuales.

Le pregunté a amigos y me dijeron que era para buscar rollos casuales y entonces es lo que buscaba al principio, pero rápidamente me di cuenta de que a pocas chicas les interesa eso. No

---

<sup>117</sup> Badoo es una aplicación móvil para citas que inició como sitio web para citas. Si bien también consiste en conectar gente, se ha asociado como una aplicación principalmente sexual, más que Tinder. En Reino Unido ha sido etiquetado "como Facebook, pero para sexo". <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2073241/Badoo-Like-Facebook-sex-social-network-hits-130m-users-worldwide.html>



significa que lo usé entonces para buscar novia, sino que simplemente cambié el tono de las conversaciones para hacer nuevas amigas y que quedara ahí. Nunca he visto a Tinder como una herramienta que me sirva realmente para encontrar una pareja estable dada mi experiencia (Alan, 22 años, CDMX, online).

Tinder es un catálogo digital de personas y pienso que, cuando la gente se encuentra, interactúan y no se agradan entre sí, la mayoría tiende a culpar a la otra persona o hasta la aplicación sin detenerse a pensar que quizá el problema son ellos mismos. De esta manera, pasan de decenas y decenas de posibles candidatos sin aprender absolutamente nada, perdiendo su tiempo y sin comprometerse seriamente con nada ni con nadie. Es común que al hablar del tema de Tinder la gente sólo se jacte de la cantidad de matches que ha tenido como una manera de simplemente inflar su propio ego (Alan, 22 años, CDMX, online).

Por eso, Tinder es parcialmente la experiencia vivida y parcialmente la experiencia aprendida de otros, ya sean amigos o conocidos, o lo escuchado, leído o visto en medios que difundieron o mencionaron a Tinder.

Las malas experiencias, como que la cita no llegue, que hayan mentido e incluso creado un perfil falso, que su comportamiento sea violento o que simplemente sean incompatibles, son algunos de los ejemplos comunes que suelen compartirse de boca en boca, entre amigos y, sobre todo, viralizarse en redes sociodigitales y que constituyen una imagen negativa de Tinder.

Una cosa que te tienes que acostumbrar que cuando utilizas este tipo de aplicaciones es el *ghosting*, que te dejen de hablar sin motivo. Que no te den ni una explicación. Es algo que te tienes que acostumbrar porque va a pasar. Y yo lo he hecho, a lo mejor ha sido también arrastrado porque me lo han hecho a mí y porque también es difícil a lo mejor dar una explicación de por qué no quieres hablar. Es mejor dejar de hablar y que la otra persona sepa indirectamente que ya no tienes más interés. Pero es verdad que es un poco cruel, pero bueno, no sé (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

El *ghosting* es uno de los males más comunes de Tinder. La gente hace match, comienzan a chatear -o a veces ni eso- y de repente, sin previo aviso, ya no les contestan o les retiran la compatibilidad -el match-. Una explicación del *ghosting* es que la mediación facilita cosificar a la persona, despersonificarla, lo que genera una impresión de que la conversación y relación no es

enteramente real, librando de la culpa de abandonarle. Sofía también ha identificado con frecuencia este problema.

Sí; últimamente mucha gente me cuenta que ha dejado Tinder y es por razones similares. El entusiasmo de conocer tanta gente al principio se les acaba pronto al ver que mucha gente hace *ghosting*, que se encuentran con muchos raritos... En definitiva, que uno entra a Tinder pensando que eso va a ser la panacea del ligue y luego nos acabamos dando cuenta de que las relaciones iniciadas por ahí acaban teniendo las mismas complicaciones o más que las que uno hace en la vida real (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Por otra parte, las malas experiencias en Tinder suelen influir en las expectativas que se tengan sobre la otra persona a la que posiblemente se va a conocer.

Ahora converso menos. Por eso, por la experiencia, porque ya sé que me va a ir mal entonces digo “buf, me ahorro”. Hablo mucho menos, la verdad. Ahora es muy raro que conteste directamente (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Tenía más expectativas porque yo Tinder lo había visto de chico busca chica. Y yo le decía a mis amigos eso: “es que todas son monísimas”. Y luego cuando fue el momento de “chica busca chico”, ya no eran todos monísimos, era un poco de decepción tras decepción, pero igualmente era divertido porque veías unos perfiles tan raros que era como un juego y de hecho yo los sigo llamando de “vamos a jugar a Tinder” y te metes y vas viendo ahí cada personaje (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Pero hay una característica sobre el uso de Tinder que se ha mencionado en esta investigación desde el capítulo 2 y reiterándolo en el 4 y 5: el uso de Tinder es dinámico, virtual, cambiante y adaptable, sobre todo por estar fuertemente influido por las experiencias con otros usuarios o ausencia de ellas, tanto las propias como las de terceros, personas cercanas, que afectan y constituyen una parte importante de su representación social. Por ello, una mala experiencia en Tinder puede ser una reacción a una mala situación.

El caso de Sofía es muy interesante. Con ella se realizó la entrevista a través del correo electrónico. Cuando comenzó, ella compartió que vivió un desengaño con una persona que conoció en Tinder. Un tiempo después, conoció a un chico a través de la aplicación, después de

que la había eliminado, pero que de manera fortuita decidió volver a abrirla y este encuentro hizo que cambiara su opinión de Tinder para pasar a ser neutral, ocasionalmente positiva.

Qué va, en realidad es lo mismo de siempre. Solo que no es la misma impresión la que te deja (y que comentarías con los demás) cuando sólo te has encontrado patanes y te has aburrido a cuando la app te ha permitido conocer a alguien que te ha gustado y que ha acabado formando parte de tu vida real, de una manera u otra. A alguien que no lo hubiera usado nunca, hace 6 meses le hubiera dicho que Tinder es un rollo y que no merece la pena, mientras que ahora diría que lo pruebe, quién sabe (Sofía, 26 años, Madrid, online).

No obstante, como indica, no cree que Tinder pueda funcionar porque juegan en su contra la ausencia de un espacio físico compartido y la dificultad para establecer confianza y una oportunidad de diálogo con los otros usuarios a partir de la poca información que hay sobre la otra persona.

Si ya de por sí yo era un poco escéptica con Tinder y hace un par de meses estaba decidida a quitarme, el desengaño este me ha acabado de convencer de que no es mi sitio. Así que ya me he borrado definitivamente el perfil y la app. No me cabe duda de que el gran problema es el hecho de que se parta de ser dos personas totalmente desconocidas, sin personas ni contexto físico en común. Eso hace que sea super complicado generar esas conexiones, ese "mundo compartido" que siempre existe desde el principio cuando dos personas se conocen en la realidad. Generar ese espacio común o esas conexiones con una persona de Tinder es bastante complicado, y exige ponerle un interés, una energía y una dedicación que no siempre te despierta una persona desconocida. Y si, además, luego todas esas cosas se pueden ir rápidamente al garete porque la otra persona puede permitirse el lujo de desaparecer sin dar explicaciones, entonces ya sí que no merece la pena en absoluto hacer ese esfuerzo, bajo mi punto de vista (Sofía, 26 años, Madrid, online).

En el caso de Rick, también coincide con Tinder presenta retos y dificultades para los usuarios. A pesar de que “acerca” a un sinnúmero de personas, también dificulta la relación con ellas debido a que hay poca información y a que pueden ser muchas las personas que también conversen con ellas con la misma intención. Rick ya lleva varios años en Tinder y ha pasado por diferentes momentos que han descrito su uso. Cada cita y experiencia la ha tomado como un aprendizaje para saber dirigirse de mejor manera con la persona que conozca. Como menciona,

si bien no ha encontrado una pareja como quería, haber conocido a tantas personas le hace saber que pronto puede conocerla.

Es difícil encontrar una persona que quiera lo mismo que tú, pff, sólo con el dato de que llevo desde octubre de 2016. Llevo 26 primeras citas desde esa fecha. 26 primeras citas. 26 chicas con las que he quedado. Y de esas 26, pues a lo mejor con unas he quedado dos o tres veces más, otras han quedado en la primera cita, otras he estado un mes y algo, entonces, es muy variado. A mí me sirve también, me da seguridad haber tenido este número de experiencias porque digo “bueno, pues oye, ya vendrán”. A lo mejor al principio tenía más ansiedad porque digo “joder, no hago match, no quedo” pero ya con todas estas experiencias que he tenido, incluso ha habido periodos que paso, no he tenido ganas de usar Tinder (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

De esta manera, las historias de éxito también influyen en el uso de Tinder. Si uno mismo conoce personas con las cuales tiene compatibilidad y que incluso se conocen en persona, eso puede darle la confianza y la motivación de conocer otras personas si así lo desea.

Los primeros días fueron interesantes, dado que muchos tipos de personas usan Tinder y se puede ver de todo: modelos, geeks, vloggers, deportistas, etc. Incluso me he encontrado en varias ocasiones con amigas o conocidas (Alan, 20 años, CDMX, online).

Recuerdo que una chica con la que vivía por entonces me dijo que se iba a hacer Tinder, porque una amiga suya se estaba yendo a París a vivir con un chico al que conoció por ahí... Que había descubierto que "funcionaba" y lo quería probar. Otra amiga, poco después, se lo hizo también y me contaba experiencias, o abríamos juntas su perfil y jugábamos a decidir entre las dos a quién dábamos que sí y a quién no... Me parecía divertido. Con el tiempo, después de una temporada soltera y sin ligar, empecé con la broma de "me voy a tener que acabar haciendo Tinder"... y al final así fue (Sofía, 26 años, Madrid, online).

Pero esta influencia positiva también puede venir de otra persona, como se mencionaba.

a mi alrededor conocí 3 historias de “éxito”. 1- Mi amiga, quien después de varias citas se hizo de un novio, después de otro, y después de otro y otro, al final aceptó que lo de ella era el sexo casual y si bien no es el mejor ejemplo de un “amor” ella continúa en la aplicación (y con varios chicos en su haber) cosechando contactos exitosos. 2- Mi jefa, quien hace 1 año conoció a un chico, a los 6 meses de salir se fueron a vivir juntos y ahora hasta se van a casar (un año no es suficiente para conocer a una persona pero en estos tiempos tan rápidos tal pareciera que todo

va viento en popa). 3- El chico que conocí en la calle y quien conoció a su ex en la aplicación, después de “salir” un tiempo conmigo se dio cuenta que el amor de su vida era él y no tuvieron que alejarse; al día de hoy están juntos y felices de nuevo (Efrén, 30 años, CDMX, online).

El caso de Sonia es un ejemplo de éxito como todavía hay pocos ya que no sólo es una pareja que lleva un año juntos, sino que además están comprometidos.

[Risas] Es por las expectativas que uno tiene. Aunque yo sé que puedes encontrar y ya me ha tocado ver. Hace poco tiempo fui a cenar con unos amigos y es así de “ellos se conocieron en Tinder” “wow, qué padre, ¿y cuánto llevan?” “un año ya saliendo” “¡wow, qué padre!” Y hace un año me enteré de que se van a casar. ¿Pero cuántos casos son así? (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Conforme se normaliza el uso de la aplicación y el usuario se adapta a su sistema y a las personas que lo conforman, entonces esta normalización se manifiesta en la forma de intuición. Se trata de un reconocimiento de la representación social de Tinder de dicho contexto y así saber actuar en consecuencia, como dice Rick; un proceso inconsciente, como señala Xiao.

Yo creo que sí, yo creo que he desarrollado una intuición total de cómo puede ser la persona. Tardo nada en decidir si dar likes. Hay veces que tardo más cuando estoy decidiendo si le doy super like porque digo, hay algunas que me gustan y digo “no sé si me gusta tanto para darle super like o no” (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

No. Es algo como que de cajón, ¿no? Porque es como que ya inconscientemente, yo antes cuando te decía lo de la cara sonriendo y tal, estaba pensando “ostias, pues es verdad” y antes no me había dado cuenta. Justamente cuando te decía eso, me di cuenta de lo psicológico que es esto. Entonces será el inconsciente, la intuición de ver una persona así y darle el like. Yo creo que ya está en la cabeza, que no te das cuenta de hacerlo, pero es verdad que hay un factor un poco estratégico, pero que no te das cuenta. Y ya automáticamente cuando ves a alguien sonriendo, le das a la derecha o a la izquierda. Qué cosas más raras (Xiao, 22 años, Madrid, presencial).

### 5.3 La representación social del estigma en Tinder

El estigma en Tinder no es exclusivo de la aplicación, sino que es heredado. En realidad, son las relaciones mediadas por dispositivos electrónicos las que han mostrado una tendencia de estar estigmatizadas. Desde las primeras páginas para citas como Match.com (Gelles, 2011), se estigmatizaba a los usuarios como personas que utilizaban estos sitios como último recurso porque de otra manera no podrían conocer a nadie. O eso es lo que se pensaba de ellos y, sobre todo, un reflejo de la representación social que tenían estas páginas.

Tinder, como otras aplicaciones móviles para citas, es parte de la evolución de las páginas web para citas, pero ahora con un servicio más sencillo, especializado, moderado y que a través de la geolocalización aumenta las percepciones de realidad de las interacciones que se construyen. Una diferencia significativa es que permite inmediatamente el uso del chat, algo que ayuda a verificar la identidad de la persona.

En 2012, año en que Tinder fue creado, era producto del resultado de 17 años de evolución del sistema de mediación de citas, también heredó lo negativo, el estigma de lo que implica conocer a una persona a través de medios digitales en sitios especializados para conectar personas que buscan parejas.

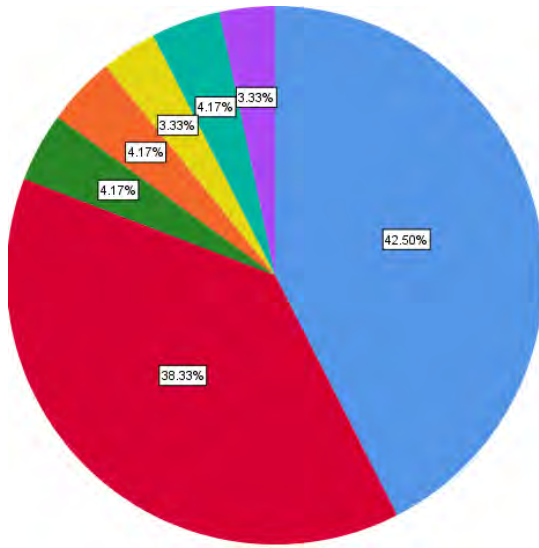
Incluso yéndote a la imagen del programa, el logo es una flamita que te puede evocar algo ardiente, algo sexual, de hecho, es lo único que no me gusta, el logo, pero no es el motivo por el que yo lo uso (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Gran parte de este estigma tiene un carácter sexual ya que, además, puede el sexo entre desconocidos puede estar mal visto: en las mujeres por ser algo que las deshona, mientras que en los hombres por tratarse de un recurso desesperado (Pheterson, 2009). La asociación de Tinder con las relaciones sexuales entre desconocidos está influida también por el significado que tienen Grindr y Badoo como aplicaciones mayormente sexuales y predecesoras de Tinder. Por otra parte, esta asociación también se construye desde medios masivos de comunicación como series y películas, pero también desde redes sociodigitales, esto es, grupos y perfiles en Facebook, Twitter e Instagram que resaltan este carácter de Tinder a modo de parodia, pero fortaleciendo dicho aspecto de su representación social.

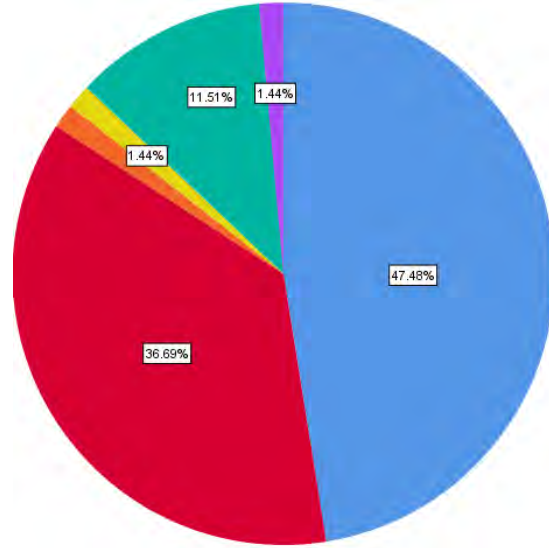
Y esto es parcialmente cierto, aunque también, como se puede observar en esta investigación, los usos de Tinder van más allá de lo sexual. Asimismo, también es importante distinguir que Tinder puede ser una buena herramienta para encuentros sexuales consensuados, algo que poco a poco se está normalizando, al contrario de la creencia popular de que en la mayoría de los usuarios se ejerce presión y mienten con la intención de conseguir sexo, hombres o mujeres, aunque se cree que son principalmente hombres. Si bien hay casos que demuestran que sí es parte de una realidad de Tinder, es una parte menor, como se puede observar en los resultados obtenidos que indican que la Ciudad de México reciben *nunca* y *muy pocas* propuestas sexuales en un 64.24% y en Madrid un 57.11%.

El estigma en Tinder se analizó como un elemento recurrente en un proceso de usos y significados en la aplicación. En primer lugar, se obtuvieron resultados acerca de las percepciones que tenían los usuarios sobre el sexo sin compromiso en Tinder; en segundo lugar, se analizaron sus creencias sobre si la felicidad de una pareja puede depender del medio en el que se hayan conocido. A continuación, se analizan las respuestas obtenidas de parte de los usuarios sobre si alguna vez han mentido u ocultado su uso de Tinder y a quienes; después, se presentan esquemas de nubes de la representación social de los motivos que los condujeron a actuar de esa manera. Los resultados se presentan de manera comparativa para identificar cuáles son las diferencias dependiendo de la ciudad y si son consistentes con los resultados obtenidos en páginas anteriores.

## CIUDAD DE MÉXICO



## MADRID



### A quiénes has ocultado tu uso de Tinder

- No lo he ocultado
- A mi familia
- A mis amigos
- A mi pareja
- A mi familia y pareja
- A mi familia y amigos
- A mis amigos y pareja
- A mi familia, amigos y pareja

Gráficas 55 y 56. *Estigma en Tinder en usuarios de CDMX y de Madrid*

Los resultados arrojan un hallazgo importante, que la población que indicó no haber ocultado o mentido sobre su uso de Tinder fue en una proporción similar entre las dos ciudades: en la Ciudad de México el 42.50% nunca lo ha ocultado, mientras que el 47.48% de Madrid tampoco. La diferencia entre las dos ciudades es poca y es congruente con los resultados anteriores: en Madrid hay un estigma menor que en la Ciudad de México, pero la diferencia no es tanta como se esperaba, por lo menos no entre usuarios de Tinder.

En ambos casos, a quienes se le suele ocultar su uso es a la familia: sumando los casos exclusivos de familia con los de familia y amigos y familia y pareja, en general el 49.16% se lo ocultan en la Ciudad de México, mientras que en Madrid es todavía mayor con un 51.08%. Estos resultados son casi idénticos, aunque son hasta cierto punto inesperados ya que se esperaba que en Madrid



fuera un tema más abierto de acuerdo con lo que se ha expuesto en páginas anteriores y por lo que comentaron en las entrevistas.

¿Qué significa que la mitad de los usuarios de Tinder le oculte su uso a su familia en las dos ciudades? La proporción es muy alta y revela que a pesar de que hay un proceso de desestigmatización de su uso, éste no ha llegado a la esfera familiar y es uno de sus límites. Esto puede convertirse en una confrontación de realidades en el momento en que se presente a la pareja a la familia en una situación de mayor formalidad y mirada a largo plazo.

Por otra parte, no todos los casos ocurren por este motivo, es posible que simplemente no sea un tema que suela conversar con su familia no por tratarse de Tinder, sino porque desean mantener privado ese aspecto de sus vidas. Ésa es la posición de algunos de los entrevistados y ofrece otra perspectiva a los resultados.

Yo soy transparente, no tengo problema en decir que uso Tinder, pero tampoco es que lo haya hablado mucho con mi familia. Mi familia lo que más ve es la parte de si tengo algo con alguien, pero de cómo salió, pues sí que es verdad que a lo mejor con determinadas personas de mi familia, para simplificar, porque a lo mejor no saben qué es, les he dicho que a lo mejor la he conocido por ahí, pero no les he dicho qué. A mi hermano que tiene una edad que puedo ya hablar con él, le digo uso esta aplicación y la he conocido por ahí. No tengo problema. [...] Pero no tengo problema. Es que no tengo prejuicios contra Tinder. Me parece otra forma para conocer gente. Me gustaría que cada vez la gente tuviera menos prejuicios con este tipo de aplicaciones porque la usamos gente normal y conocemos gente normal y no tiene más (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

No obstante, aunque algunos casos puedan considerarse como una excepción, el alto porcentaje que indica que sí lo ha ocultado permite inferir que realmente hay una intención por no hacer público su uso en muchos casos.

Nunca he ocultado a nadie que utilizaba Tinder. Pero sí ha habido muchos momentos en los que escondía el teléfono o cerraba la aplicación para que no me vieran que lo estaba utilizando en ese momento concreto. Supongo que para que no vieran que tenía cierta obsesión o adicción al Tinder (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Gramenauer no ha tenido la intención de mentir sobre su uso de Tinder a nadie, pero cuando se encuentra en público suele evitar que lo vean en la aplicación porque lo asocia con algo negativo. Una situación similar le ocurre a Irene que a pesar de que no lo ha compartido con su familia, indica que no es por vergüenza sino porque es muy reservada y prefiere mantenerlo en privado; no obstante, también indica que “en el fondo, sigo pensando un poco que las app estas son un poco para “desesperad@s”, un discurso que refuerza la representación social descrita anteriormente y que, como se aprecia, todavía puede tener influencia en la manera de actuar.

No, en mi familia no lo saben, pero no por vergüenza sino porque en ciertos temas con mi familia, soy muy reservada, no cuento mis historias amorosas y no les hablo de alguien hasta que no considero que es algo serio. No me gusta meter en mi casa a "cualquiera". Además, en el fondo, sigo pensando un poco que las app estas son un poco para "desesperado@s" y no quiero que mi familia o conocidos me vean así (Irene, 30 años, Madrid, online).

¿A quiénes han ocultado el uso de Tinder?				
¿A quiénes ha ocultado su uso de Tinder?	Género			
	Ciudad de México		Madrid	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
A nadie	46.8%	37.9%	43.5%	52.1%
A su familia	43.5%	50%	55.4%	45.2%
A sus amigos	11.3%	6.9%	6.4%	13.7%
A su pareja	17.8%	3.4%	12.9%	2.7%

Tabla 82. *A quiénes ha ocultado su uso de Tinder en CDMX y Madrid por género*

Los porcentajes suman más de 100% porque podían indicar que se lo ocultaron a dos grupos o a los tres, así que se sumaron a los individuales. Por ejemplo: el 8.1% que exclusivamente se lo ocultó a su pareja más el 3.2% que se lo ocultó a su familia y a su pareja + el 6.5% que se lo ocultó a su pareja, familia y amigos = 17.8%.

En el caso de la Ciudad de México, los hombres indicaron una tendencia mayor hacia ocultar el uso de Tinder a sus amigos y todavía más a sus parejas en relación con las mujeres. Por otra parte, en el caso de Madrid fue notable que los hombres lo oculten en un 55.4%, la más alta de las dos ciudades. Por otra parte, las mujeres también indicaron la mayor frecuencia de no ocultar su uso de Tinder, el valor más alto de las dos ciudades y que contrasta con el de las mujeres en

la Ciudad de México, el más bajo. Estos datos son congruentes con las tendencias observadas sobre la percepción de que se pueda encontrar una pareja formal en Tinder y si conocían alguna, donde las mujeres de Madrid reportaron que sí y conocen en un 74.4%. Cuando se conoce a otras personas que han encontrado a su pareja en Tinder, los deseos por ocultar su uso son menores porque hay una referencia de casos de éxito que ayuda a justificar el uso propio, tanto con las otras personas como para darse confianza a uno mismo de que realmente puede ocurrir así.

Asimismo, es necesario analizarlo también por orientación sexual ya que en los comentarios anónimos de los cuestionarios hubo varias respuestas en las dos ciudades en donde decían que ocultaban Tinder particularmente a su familia porque no les habían dicho que eran homosexuales o bisexuales.

¿A quiénes han ocultado el uso de Tinder?						
Orientación Sexual						
¿A quiénes?	Ciudad de México			Madrid		
	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales	Heterosexuales	Homosexuales	Bisexuales
A nadie	49.3%	26.9%	36.8%	57.1%	34.9%	46.7%
A su familia	38.6%	69.2%	52.6%	32.9%	65.2%	46.6%
A sus amigos	10.7%	11.5%	10.6%	14.3%	11.2%	13.3%
A su pareja	14.6%	3.8%	5.3%	1.6%	7%	6.7%

Tabla 83. ¿A quiénes ha ocultado su uso de Tinder por orientación sexual?

Los porcentajes suman más de 100% porque podían indicar que se lo ocultaron a dos grupos o a los tres, así que se sumaron a los individuales.

El análisis por orientación sexual en la Ciudad de México permite observar que poco menos de la mitad de los heterosexuales suelen ocultarlo, pero es la población de usuarios que menos lo hace. En contraste, los homosexuales fueron quienes indicaron con mayor frecuencia ocultarlo en un 73.2%, es decir 3 de cada cuatro usuarios, un número muy elevado. En el caso de Madrid, se aprecia la misma tendencia, aunque en todos los casos es menor la proporción de usuarios

que lo oculta en relación con la de la Ciudad de México. En las dos ciudades es muy alto el número de usuarios bisexuales y sobre todo homosexuales que mantienen oculto el uso de Tinder.

Los homosexuales, tanto en Ciudad de México como en Madrid, lo ocultan con gran frecuencia particularmente a su familia, 69.2% y 65.2% respectivamente. La diferencia es poca, pero ocurre con mayor frecuencia en Ciudad de México, algo que, siguiendo las tendencias observadas, podría ser debido a que todavía hay mayores dificultades respecto a la diversidad sexual, incluso dentro de las propias familias como puede observarse. Aun así, el 65.2% de Madrid sugiere que ahí tampoco es tan abierto como podría anticiparse. Quizás sí hay una apertura respecto a hablar sobre su orientación sexual con su familia y personas cercanas, pero no respecto a su uso de Tinder, que al final es el objeto de la pregunta.

Otro resultado relevante es que en la Ciudad de México es donde se reportaron más casos en los que se oculta el uso de Tinder a su pareja. En general, en todos los casos fue muy bajo, pero en heterosexuales de México fue mayor. Si bien en una primera instancia puede asociarse con infidelidad a su pareja, en los comentarios anónimos de los cuestionarios (Apéndices, 589), algunos usuarios explican que se los ocultaban no porque les fueran infieles, sino que se lo hacían precisamente para que no fueran a suponerlo. De cualquier manera, por la representación social de Tinder, el hecho de tener la aplicación, aunque no se desee engañar a su pareja, puede considerarse sospechoso y por eso lo ocultan, pero como dice Rick, tener Tinder mientras tiene una pareja, puede ser peligroso por la posibilidad de conocer a otras personas más.

Además, yo cometí el error, y lo reconozco, de empezar con una persona y no quitármelo. Y al final, aunque tú seas una persona que quieres conocer a alguien y seguir con ello, pero si lo mantienes, te sale algo y te genera esa tentación. Entonces lo mejor es quitártelo si vas en serio. Pero bueno, otras personas a lo mejor no lo han aprendido y les va a generar situaciones... A veces no tienes nada, pero a veces te sientes Brad Pitt hablando con tres o cuatro y dices “a ver cuál elijo” (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Si se analiza por edad, también se observa la misma tendencia en las dos ciudades: los más jóvenes, los de 18 a 24 años, son quienes más han ocultado su uso de Tinder; en Madrid, en promedio 7 de cada 10, mientras que entre los de 25 a 28 años lo han ocultado 4 de cada 10 y

entre los de 29 a 31 años 6 de cada 10. Por otra parte, en la Ciudad de México el descenso en las intenciones por ocultar Tinder es progresivo conforme a los cuatro grupos de edad analizados.

¿A quiénes han ocultado el uso de Tinder?								
¿A quiénes?	Edad							
	Ciudad de México				Madrid			
	18-20	21-24	25-28	29-31	18-20	21-24	25-28	29-31
A nadie	12.5%	35.1%	45.7%	55.2%	40%	37%	60.4%	48.1%
A su familia	87.5%	56.8%	55.6%	34.4%	60%	59.3%	39.6%	51.9%
A sus amigos	25%	5.4%	10.8%	6.9%	0%	20.4%	4.2%	18.5%
A su pareja	12.5%	8.1%	15.1%	6,8%	0%	5.6%	2.1%	7.4%

Tabla 84. ¿A quiénes ha ocultado su uso de Tinder por edad?

Los porcentajes suman más de 100% porque podían indicar que se lo ocultaron a dos grupos o a los tres, así que se sumaron a los individuales.

El motivo por el que se oculta el uso de Tinder puede variar: 1) se cree que debido a la brecha generacional en relación con el uso de la tecnología los padres no lo entenderían, 2) porque la familia es considerada muy conservadora y opuesta a estos recursos para conocer gente, 3) por una percepción de riesgo e inseguridad mayor en estos espacios que en encuentros cara a cara, sobre todo respecto a una preocupación de los padres por las actividades de sus hijos y no necesariamente una preocupación de los propios usuarios. Se realizaron esquemas de nubes de palabras para ilustrar las representaciones sociales del estigma en las dos ciudades; en la Ciudad de México se obtuvieron 62 respuestas del segundo cuestionario y en Madrid 66. Posteriormente, el análisis se complementa con la interpretación de acuerdo con las experiencias de los entrevistados de las dos ciudades.



El factor común en la mayoría de los casos fue la percepción del riesgo al tratar con desconocidos, particularmente relacionado con la inseguridad. Karen e Ivette han evitado decírselo a sus madres porque asumen que sería una preocupación más para ellas.

Mi mamá no sabe, pero mi mamá no sabe que es Tinder. [¿Si supiera?] Yo creo que no. Por ejemplo, con mis primos, mis amigos, quien sea, lo cuento; pero con ella no. Es una persona muy aprehensiva entonces lo primero que hace es buscar la parte que le parece peligrosa. Me dirá que está mal, que me cuide, de todo lo terrible que podría pasar (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Obviamente a mi mamá. Mi mamá no sabe. Solamente me dice “¿De qué conoces a él?” Digo que alguien me lo presentó. Yo no le puedo decir. Se preocuparía bastante de que me vayan a robar o algo así. Igual y si no tuviera hija me diría “haz lo que quieras”, pero obviamente como está ella me tengo que cuidar mucho (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

En ninguno de los dos casos sus madres saben qué es Tinder, así que tampoco les han expresado una particular preocupación por la inseguridad al respecto. En este caso, ambas asumen que ésa sería la reacción, lo que conlleva a pensar que, aunque no les afectó directamente una preocupación por la inseguridad en sus experiencias en Tinder, la tenían presente.

En el caso de Fabián, tampoco lo ha hecho público con su familia. Sólo una prima suya lo descubrió, pero lo que más le sorprendió fue que ella, estudiando en la secundaria, supiera qué es Tinder.

Mi familia no sabe, sólo una prima me cachó. Va en secundaria. Y yo le dije “¿cómo sabes qué es Tinder?” (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Los menores de 18 años no pueden utilizar Tinder por motivos evidentes, pero no por ello quiere decir que no lo conozcan. Su mediatización a través de las redes sociodigitales ha generado una visibilidad importante, aunque sería interesante conocer cómo lo están construyendo y qué imaginan de la aplicación, saber qué escuchan y leen sobre ella, porque en los próximos años son potenciales usuarios de Tinder, aplicaciones similares y aquellas que todavía no se han inventado pero que cumplen con la función de conectar personas, aún más después de una desestigmatización.

Por otra parte, Alan sí ha hablado sobre su uso de Tinder con su madre, pero explica que el temor que tuvo originalmente se debía en realidad a la suma de su desconocimiento de la aplicación y la asociación con que pudiera presentar algún riesgo para él.

No. Incluso mi mamá sabe que uso la aplicación aunque no sabe exactamente cuál es o cómo se llama porque no está bien familiarizada con el tema. Al principio se preocupó pero le expliqué que no hay ningún problema y que no quedo con nadie que me inspire desconfianza. En cuanto a mis amigos, los más cercanos saben que uso Tinder porque se los digo abiertamente cuando surge el tema. No me da vergüenza hablar de ello y lo tomo como algo jocoso (Alan, 22 años, CDMX, online).

En el caso de Arely o y Efrén, tampoco lo han comentado con su familia, pero a diferencia de los casos anteriores, aquí predomina una representación social con connotaciones negativas asociadas con lo sexual y la desesperación por no haber podido conocer a nadie en la *vida real*. En ambos casos el *qué dirán* es un factor muy importante en su uso de Tinder, sobre todo por el significado que asocian a una pareja en Tinder. Por ejemplo, Arely no tiene problema en compartirlo con sus amigos, pero con su familia sí porque ya implicaría un grado más serio de la relación con aquella persona y, por ello, más criticable sería que le haya conocido en Tinder.

Que pena!!! Tinder es el intento desesperado de buscar pareja o sólo una opción casi segura de sexo. Mi familia me regañaría seguramente y mis amigos saben que uso la app, con ellos no tengo inconveniente (Arely, 27 años, CDMX, online).

SI, de hecho no es un tema de conversación común entre familia o amigos ya que a mi alrededor casi nadie o más bien dicho, nadie usa la APP, por lo que no es necesario “ocultarla” simplemente es un tema que no es para conversación, no obstante si llegara a salir o hubiera alguna pregunta obviamente lo negaría, ¿Por qué? Que deprimente buscar “amor” en una app y aún más deprimente saber que ni en la app se tiene éxito (Efrén, 30 años, CDMX, online).

Pero no en todos los casos se ha ocultado el uso de Tinder. La situación de Raúl presenta un esquema muy interesante sobre la incorporación de Tinder como un tema que pueda convertirse en una discusión mucho más normal. En si caso en concreto, nunca le han preguntado sus padres por Tinder en particular, pero sí de otras redes sociales.



Mis papás nunca me han preguntado, pero el resto, cuando sale el tema de estas redes sociales, sí digo. También porque no fui el primer miembro de la familia en decir que estaba ahí. Tengo una tía que es mayor, tiene 50, creo. Un día llegó y le dijo a todos “es que voy a traer a una chava con la que estoy saliendo, la conocí en Tinder” entonces muchas personas, mis tíos, mi abuelito, no sabían que era entonces ahí les explicaron. Y me acuerdo que le dije a mi primo “pues está perfecto, como ya no fui el primero de la familia ya puedo llegar con alguien un día”. Yo no niego que estoy en Tinder, pero tampoco voy diciendo “estoy en Tinder”. Cuando sale el tema, pues yo aporto (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Si una persona de su familia, sobre todo alguien mayor, ya hizo público su uso de Tinder, facilita que otros lo hagan. Y todavía más fácil cuando conocen situaciones de éxito de parejas que se conocieron en Internet, como es el caso de su madre.

Super normal. Sobre todo, mi mamá porque ya me enteré después de eso de que una de sus mejores amigas ya lleva una relación de mucho tiempo con un chavo que conoció por Internet. Entonces ella ya está un poco más cercana a ese tipo de casos de éxito por su amiga y también porque mi mamá es de mente abierta (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Yanin no tuvo ningún problema en contarle a sus papás que iba a tener una cita con una persona a quien conoció en Tinder, aunque en un primer momento fue motivado por una percepción de riesgo e inseguridad.

No, ni a mis papás. La primera vez que salí con un chico de Tinder la verdad me daba mucho miedo porque decía “éste es un desconocido”. Entonces lo que hice fue avisarle a mis papás para decirles dónde iba a estar y con quién. Hablé a mi casa. Me contestó mi papá... Y me daba más pena con mi papá que con mi mamá, entonces dije “ups” y ya le dije que iba a salir con un chico de Tinder. Le tuve que explicar qué es Tinder. [¿Cómo reaccionó? Aunque no lo podías ver cara a cara, ¿cómo lo percibiste?] [Risa] La verdad sí se quedó como serio, como está bien. Nada más cuídate mucho. Mi papá es una persona muy abierta, también mi mamá, pero sí me da un poco más de pena con él. Y ya le di su teléfono (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

La percepción del riesgo es una constante. De hecho, es el motivo por el cual la *roomie* de Alex se rehúsa a utilizar la aplicación e incluso le advierte que tenga precaución.

Tengo una *roomie*, una chica de 30 años, que nunca ha usado Tinder y le dije que salgo con un chico de Tinder. Lo digo mucho pensando que la gente joven es muy familiar con Tinder. Me

hizo un comentario que me sorprendió: “no, no hagas eso, es muy peligroso”. En una ocasión le dije que en una ocasión debería de bajar Tinder, porque ella es soltera “no, no, no; esas cosas no son para mí, es muy arriesgado”. Hay una concepción como de riesgo, de peligro en la aplicación. (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

Su familia estuvo de acuerdo, aunque también comparte que sus padres creen que su relación no ha dado un paso más serio por la manera en la que conoció a su pareja.

La verdad me fue muy bien. No me regañaron ni nada, sólo me dijeron que cuidado. Y ellos saben que el chico con el que salgo ahora lo conocí en Tinder y no tienen ningún problema con eso, sólo que sí se les hace extraño porque ellos conocían a la gente de la manera tradicional. De hecho, con este chico no he podido formalizar y eso que ya llevo 8 meses saliendo con él. Me dice mi papá “oye, no, es que la verdad a mí me parece que es mucho tiempo, como que no me parece algo serio. Tal vez si salieras con un amigo, con un conocido de tu círculo de amigos, esto ya hubiera prosperado”. Como que ellos creen que no es algo muy serio (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Para Yanin el comentario de su padre sobre no haber formalizado su relación aun y que pareciera algo que no es serio se debía probablemente en mayor medida a que fuera conocido por Internet, en este caso Tinder.

El estigma de Tinder en México también tiene una influencia importante de la percepción de las intenciones sexuales de su uso, algo que suele asociarse de manera negativa con el riesgo o por lo menos con el engaño.

Todos decían que era para tener sexo. Todos, en general, hombres y mujeres (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Hubo otros casos en donde la conversación fue tan directa que pareciera un anuncio publicitario: “Servicio \$1,000 hago de todo, voy a tu casa o vienes a la mía 1hr No te arrepentirás”, “La verdad no me dedico a esto, pero sólo te pido un apoyo, lo que me quieras dar o comprar, la salida que sea por tu cuenta y seremos novios oficiales”, “solo busco sex, tu dí cuando nos vemos y te doy rico”; ¿enserio me llegó eso? ¿tan necesitado me veo? y fue entonces cuando comencé a saber y entender que esta app sólo era una más en el montón, un catálogo digital en el que todos dicen buscan algo “especial” sin realmente saber lo que quieren (Efrén, 30 años, CDMX, online)

El estigma en Tinder no estuvo limitado a la familia, sino que entre compañeros de trabajo fue destacado en el caso de Yanin.

No me gusta que mis compañeros de trabajo sepan que estoy en Tinder porque al principio era así como “los que están en Tinder nada más quieren sexo fácil”, lo veían como medio malo. Por lo que si yo les contara que yo estaba en Tinder, ya tendrían una mala concepción de mí mis compañeros de trabajo [...] Me acuerdo que una vez en mi trabajo estábamos en una reunión y les empecé a contar: “ay, es que el chico de Tinder...” y todos me vieron feo. A partir de ahí ya jamás volví a comentar algo de Tinder. Nunca. Con gente que no fuera mi amiga. Ya con mis amigos cercanos con los que voy a comer siempre, sí. Pero sí, con las demás personas trataba de no mencionarlo. Eran de mi edad (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

En el cuestionario no se agregaron los compañeros de trabajo como un grupo al que se le pudiera ocultar el uso de Tinder, pero es muy relevante: un espacio de convivencia profesional con las mismas personas durante la mayor parte de los días y durante la mayor parte del día en algunos casos. La relación con ellos es importante, entonces lo que puedan pensar de uno mismo, sobre todo si es alimentado por una mala experiencia, puede tener consecuencias negativas respecto a la relación con los demás y con uno mismo.

Si se analiza por edad (Ver pp. 235-243), se puede observar una tendencia en cuanto a que conforme son más jóvenes suelen ocultar su uso de Tinder, mientras que conforme son mayores, dejan de ocultarlo. A quienes se le oculta en todos los casos es principalmente a la familia. Este resultado es opuesto a lo que se anticipaba, ya que se creía que los más jóvenes serían los más abiertos sobre su uso de la aplicación.

En conclusión, a pesar de que algunos de los motivos del estigma en Tinder en la Ciudad de México fueron las intenciones sexuales de los otros usuarios y lo que pueda asumir la familia, tuvo una mayor influencia la percepción de inseguridad. De hecho, el motivo por el cual no se le decía a la familia parecía estar más orientado a no preocuparles por conocer a personas desconocidas en Tinder que por lo que puedan pensar de ellos.



lo ha dicho a sus padres porque considera que no lo tomarían bien, así que prefiere mantenerlo como parte de su vida privada.

Mi familia no sabe que uso Tinder porque es muy tradicional. Nosotros salimos de un pueblo muy muy remoto de la China, de estos que están en la montaña y para llegar tienes que estar seis horas en carretera de montaña en un autobús. Delante de mi casa en China, en mi pueblo, hay un templo budista y todo. Tenemos un huerto en la casa. Tenemos una cabaña para cuando no hay fertilizante pues vamos a la cabaña y ya hay fertilizante, aunque hay baño en la casa. Además, en China a los gays no se les ve muy bien. Lo que pasa es que la gente no entiende que eso sea normal. No hay una apertura todavía. Mis padres, aunque han estado aquí en España bastante tiempo, 14 años como yo, mi hermana también, siguen teniendo esa mentalidad. No tienen necesidad de saberlo. Yo les agradezco mucho de que me hayan mantenido cuando niño y también les ayudo en la casa, pero sobre mi orientación sexual, no tienen necesidad de saberlo (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Para entender por qué puede haber reservas entre algunos usuarios de Madrid sobre compartir su uso de la aplicación, particularmente mujeres heterosexuales, Gramenauer reflexiona sobre una representación común del comportamiento genérico del hombre heterosexual que, aun si no está del todo justificado por la experiencia particular de las mujeres, sí es una idea compartida que se transforma en realidad al momento de suponer cómo será la otra persona antes de interactuar con ella.

Quizás, en algunas descripciones sí que se perciben algunos prejuicios o cierta animadversión hacia los intereses de los hombres, que suelen ser superficiales, vacíos, libidinosos o acerca de su falta de cultura y escaso dominio de la ortografía. Sin embargo, tengo la impresión (y me consta por varias amigas) que esa animadversión está fundada de sobra en la forma de comportarse de una mayoría de hombres que cosifican a la mujer de forma desvergonzada. O sea, en realidad no creo que se pueda hablar de discriminación, sino de un intento de filtrar a sus candidatos en función de sus intenciones y de su nivel cultural (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Es muy importante lo que describe porque se trata de una máscara como la que se describía en el capítulo 4 (Ver p. 122), pero la diferencia es que aquí no se la pone el usuario, sino que se la ponen los otros. En las citas y en los chats, los comportamientos en general de la persona con lo persona con la que se hizo match, pueden influir en la percepción de otros usuarios con los que se hace match después por tener características similares. Esto no está limitado a Tinder, es

parte de la construcción de la intuición a partir de las experiencias de vida y ocurre en todas las facetas de la vida, pero en Tinder es más fácil caer en ciertos prejuicios porque la diversidad de elementos que se tienen de la otra persona son menos y pueden estar más controlados, por ello es importante saber cómo interpretarlos.

A pesar de que los cuestionarios reflejaron un uso todavía estigmatizado de Tinder, en las entrevistas fue perceptible en una medida mucho menor. Por ejemplo, Ana es abierta en su uso de Tinder, pero son las otras personas quienes la han juzgado por ello, jóvenes de su edad.

Mucha gente me dice “es que eres una desesperada”. “Mira chico, ya te gustaría a ti quedar con tanta gente como he quedado yo, que he conocido, que me han mostrado muchísimas cosas guay”. Hay una carga negativa y entre los jóvenes también. Me dicen “es que eres una salida”, “eres una desesperada”, “es que sólo quedas con gente así”. ¿Pero qué más da? [...] Son muy en plan conservadores, muy cerrados, de que “yo conozco a las personas en la vida normal, en plan por la calle”, quieren ver una película de cuento de hadas que no existe, quieren encontrar a su príncipe azul paseando por el Retiro, que igual pasa, pero yo creo que no (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Por otra parte, a su madre no se lo ha contado. Ella considera que su madre podría tener una preocupación relacionada con su seguridad en relación con personas que conoce en Tinder.

Bueno, no sé, creo que son un poco conservadores. Le diría que lo conocí en Madrid. [Sobre qué le dirían] “¿Qué es eso?” Le diría por Internet. Me diría “Ay, pero qué hablas con gente con Internet, por favor, que te pueden... Que te pueden no sé qué, ten cuidado”. Entonces es escuchar un discurso que no me apetece nada (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

En el caso de Sofía, distingue a los más jóvenes de generaciones mayores porque asume que su familiaridad con el uso de estos medios, sobre todo para conocer personas, puede ser distinta y en los segundos puede haber mayor reserva sobre su uso, en este caso su familia.

Con mis amigos sí: es divertido comentar y compartir; además, quién no está en Tinder o ha estado alguna vez. Con mi familia (padres, hermana mayor) no, porque son gente más mayor que ve este tipo de cosas con otros ojos. Es otra mentalidad que no creo que aceptara bien lo de quedar con desconocidos y seguramente pensarían que está lleno de desesperados y degenerados, jaja. La gente más joven vemos estas apps con más naturalidad (Sofía, 26 años, Madrid, online).

David actúa de una manera similar. Él no piensa nada malo en relación con Tinder y comparte su uso con sus amigas, pero reconoce que con sus padres puede ser distinto, lo que le ha motivado a mantener en privado su uso.

Mis amigas sí lo saben, mis padres no. En mi casa hay un poco de estigma sobre las apps de conocer gente. Aunque yo siempre he defendido que no tiene nada de malo y que es una opción como otra cualquiera, no he dicho expresamente que tenga una cuenta. Como te dije en la parte anterior, también me gusta llevar mi vida privada en privado. No porque tenga algo que ocultar, ni mucho menos, sino porque me gusta mi intimidad (David, 22 años, Madrid, online).

Irene no lo oculta, pero tampoco lo dice de manera explícita, y ésta es la situación con muchos de los jóvenes que participaron. No necesariamente lo ocultan por sentirse juzgados, pero tampoco lo hacen público porque, por una parte, quieren mantener sus relaciones como parte de su vida privada, pero por otra, ellos mismos todavía se autoestigmatizan suponiendo la mirada crítica de los demás.

No, pero tampoco lo digo de forma directa. Si me preguntan si la uso, respondo con sinceridad en el momento, si la sigo usando lo digo, y si en ese momento no, digo que la use en el pasado. Pero rara vez he sido yo quien lo ha sacado en la conversación (Irene, 30 años, Madrid, online).

Yolanda sí se lo comparte a su madre porque tienen una relación de mucha confianza y las dos acostumbran contarse todo.

Lo de Tinder, como es tan sin importancia, yo se lo digo. Y mi madre, como muchas cosas que hago en la vida, me dice “yo no lo entiendo, pero lo respeto” y ya está, adelante. Porque mi madre está como que quiere que yo, pues conozca gente, conozca chicos, que aproveche mi vida (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Pero a pesar de ello, ella misma tiene acciones en Tinder que son influidas por la percepción que puede tener su uso. Principalmente, como señalaba Alex en el caso de la Ciudad de México, estaban influidas por saber que podrían reconocerla y por el temor de que otras personas hablen de ello a sus espaldas.

No es que no quiero que la gente se entere que use Tinder, pero yo qué sé. Nunca me ha pasado, pero como que ya lo anticipo y lo imagino yo. Si veo que tengo amigos en común en Facebook

o algo así, pues digo, es que imagínate que le dice algo de mí o le digo algo, queda mal y encima lo comenta con él. No me gusta que la gente hable de mí de normal, entonces como que lo veo peor. Hay veces que si es con un amigo de común que veo que tengo la relación común, yo lo hablo en plan estoy hablando con tu amigo y no pasa nada. Pero como en Facebook tienes agregada gente que no es tu amigo de verdad, y no quiero que la primera noticia que reciba esta persona de mí en años sea esto de mí en Tinder (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Es muy cierto esto porque estar en Tinder implica poder ver a un gran número de personas que están a un desliz de distancia, pero también significa que uno mismo se está exponiendo frente a ese gran número de personas que es aparentemente invisible o, por lo menos, incalculable.

En otros casos, como el de Mariana, no hay ninguna reserva sobre hablar acerca de su uso de la aplicación. De hecho, suele hacerlo con amigos, familia y compañeros de trabajo. De estar limitado a lo privado e individual, ha pasado a ser un tema de conversación y actividad social compartida.

[...] [Sobre si lo oculta] no lo hago, hablo de ello con amigos y familia, incluso con compañeros de trabajo. Es algo que se está generalizando y por ello lo hablo con bastante naturalidad, lo único que intento no utilizarla en el transporte público cuando estoy sola, acompañada me da igual, porque me da un poco de vergüenza que vean a quien le digo si o no. En el caso de mi familia, mi hermana y yo lo usamos y en algún momento que hemos quedado con alguien hemos dicho que lo conocimos en la app y por parte de nuestros padres no es un problema (Mariana, 29 años, Madrid, online).

En conjunto, los resultados de los dos países sugieren que la hipótesis sobre que entre más jóvenes son más abiertos con su uso de Tinder puede estar equivocada. En este caso, aunque la población de usuarios de 18 a 20 años no fue muy extensa, se reveló una tendencia distinta ya que fueron los mayores los que se mostraron más propensos a hacer público el uso de la aplicación. En relación con la orientación sexual, la mayoría de los homosexuales, más en la Ciudad de México, oculta su uso de Tinder; en ambos casos puede explicarse por el estigma sexual de la aplicación, así como por que en algunos casos su familia no sabe de su orientación sexual.



### 5.3.3 Ciudad de México y Madrid: similitudes y diferencias respecto al estigma

El análisis comparativo de los usos y representaciones de Tinder es una estrategia útil para conocer si existen diferencias entre dos poblaciones que se asumen distintas y a partir de ello identificar patrones comunes en el uso de la aplicación. Se eligieron dos países culturalmente similares, pero en una situación socioeconómica distinta. Se asume que se podrían encontrar diferencias más significativas si se comparan poblaciones con diferencias culturales más claras, como podría serlo con China, que a pesar de que no tiene Tinder, tiene una aplicación similar, pero dentro de los límites políticos y sociales de lo que está permitido<sup>118</sup>; con algún país del norte de África donde la cercanía con Europa, pero al mismo tiempo la distancia en la calidad de vida, educación, economía y salud puede ser contrastante [por ejemplo, si se activa Tinder en el norte de Marruecos, se podrían ver perfiles tanto de España como de Marruecos]; de países en situación política y social delicada y opuesta como Israel y Palestina (Evans, 2017; Yaron, 2017; Pallestinder, 2014); países que contrasten en el rol de su religión, en su sistema de gobierno, en su clima y actividades sociales, entre tantas otras comparaciones posibles. Todos estos ejemplos podrían permitir hacer un análisis sociocultural a partir de lo que se refleja a través del uso de Tinder.

La comparación reveló que en la Ciudad de México predomina una preocupación por la inseguridad al relacionarse con extraños a través de Tinder, algo que está influido por la realidad de inseguridad que atraviesa el país, aunque en la capital es menor que en otras regiones. Por otra parte, reveló que en Madrid, por lo menos entre quienes contestaron el cuestionario, influye más una preocupación por la asociación del uso de Tinder con la vergüenza de que lo sepan otras personas y, en general, muy poca preocupación por la inseguridad asociada con el uso de la aplicación.

Con el fin de facilitar su visualización, se ha elaborado una tabla en donde se presentan los resultados más relevantes de los hallazgos analizados a lo largo de este capítulo. Se distingue en qué categorías hubo una mayor diferencia y similitud entre las dos ciudades.

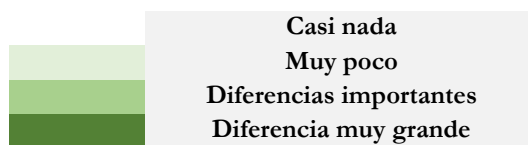
---

<sup>118</sup> En China, algunas de las aplicaciones móviles para conocer personas más famosas son Tantan, la versión china de Tinder, y Momo, pero también hay otras como Zhenai.com, un sitio web para citas creado en 2005 que ahora también incorpora los créditos Sesame para evaluar qué tan buen ciudadano chino es el usuario y, por ello, qué tan buena pareja puede ser. <http://www.wired.co.uk/article/china-social-credit>

Resultados	Ciudad de México	Madrid	Diferencia
Prefiere comunicarse cara a cara	20%	30.22%	8.22
Prefiere la comunicación mediada a través del teléfono/Tinder	45.83%	37.41%	8.42
No hay diferencia por el medio utilizado	34.17%	32.37%	1.80
Se comporta de manera diferente en Tinder	19.17%	21.58%	2.41
Coincidió la apariencia física con la persona*	73%	84%	11
Coincidió la personalidad con la persona	62.5%	76%	13.5
La información de su perfil era verdadera	90%	92%	2
Le importa <i>mucho</i> la apariencia del match	48.04%	44.44%	3.60
<i>No le interesa</i> la apariencia del match	1.96%	49.02%	47.06
Percepción de la discriminación*	4.15%	3.55%	0.60
¿Está bien tener relaciones sexuales con otros usuarios?	79.84%	90.54%	10.70
Los usuarios de Tinder buscan principalmente relaciones sexuales	58.14%	54.05%	4.12
Le hacen peticiones de índole sexual <i>nunca</i> y <i>pocas veces</i>	64.34%	58.11%	6.23
Le hacen peticiones de índole sexual <i>regularmente</i> y <i>muchas veces</i>	35.66%	41.89%	6.23
Sí cree que se puede encontrar una pareja formal en Tinder	88.49%	95.95%	7.46
Conocerse primero cara a cara aumenta la posibilidad de ser feliz	23.26%	15.54%	7.72
El medio por el que se conocieron no afecta	73.64%	84.46%	10.82
No ha ocultado su uso de Tinder	42.50%	47.48%	4.98
Se lo ha ocultado a su familia	49.16%	51.08%	1.92
A su pareja	7.50%	4.22%	3.28
A sus amigos	8.34%	12.95%	4.61

Tabla 85. Resultados relevantes generales de la investigación

\* Promedio redondeado



#### 5.4 Análisis comparativo entre usuarios y no-usuarios de Tinder en la Ciudad de México

Como último objetivo de la investigación, se aplicaron cuestionarios sobre imaginarios de Tinder para quienes fueron usuarios activos por un periodo máximo de un mes y después abandonaron definitivamente la aplicación y para quienes conocen Tinder, pero por algún motivo decidieron nunca descargarla.

Es muy relevante conocer cuál es la posición que adoptan estas personas porque complementan la de aquellos que describen Tinder como usuarios. Si se desea conocer una mirada holística del significado de Tinder en una población en particular, es necesario investigar qué significa para aquellos que no están ahí.

Los cuestionarios aplicados son una adaptación del segundo cuestionario de la Ciudad de México y del de Madrid, pero dirigidos a quienes no están ahí. Los enfoques principales fueron:

- ¿Qué es Tinder? (pregunta abierta)
- ¿Conoce a alguna persona cercana que use Tinder?
- ¿Qué opinión tiene sobre las experiencias de esa persona? (pregunta abierta)
- Indicar en qué grado está de acuerdo con las afirmaciones propuestas
- ¿Es posible tener una relación formal con alguien de Tinder? (pregunta comparable con las de los usuarios)
- ¿Cuál crees que sea la principal motivación de uso de Tinder de los usuarios? (pregunta comparable)
- ¿Qué pareja tiene mayores probabilidades de ser feliz? (pregunta comparable)
- ¿Está cambiando el compromiso? (pregunta comparable)
- ¿Por qué medio prefieres comunicarte? (pregunta comparable)
- Imagina que tuvieras una cuenta de Tinder, ¿qué tan atractivo sería tu perfil? (pregunta comparable)
- ¿Qué crees que sentirías al tener tu primer match?
- Desde que conoció Tinder, ¿ha cambiado su opinión de la aplicación? ¿cómo?
- ¿Por qué motivo no le ha interesado usar Tinder?

Estas preguntas son utilizadas para el análisis de este capítulo. Para hacerlo, en algunas se realizan comparaciones entre exusuarios y no-usuarios y en otras entre no-usuarios, exusuarios y usuarios. En todos los casos la información utilizada fue obtenida a través de los cuestionarios de la Ciudad de México debido a que esta fase no se aplicó en Madrid.

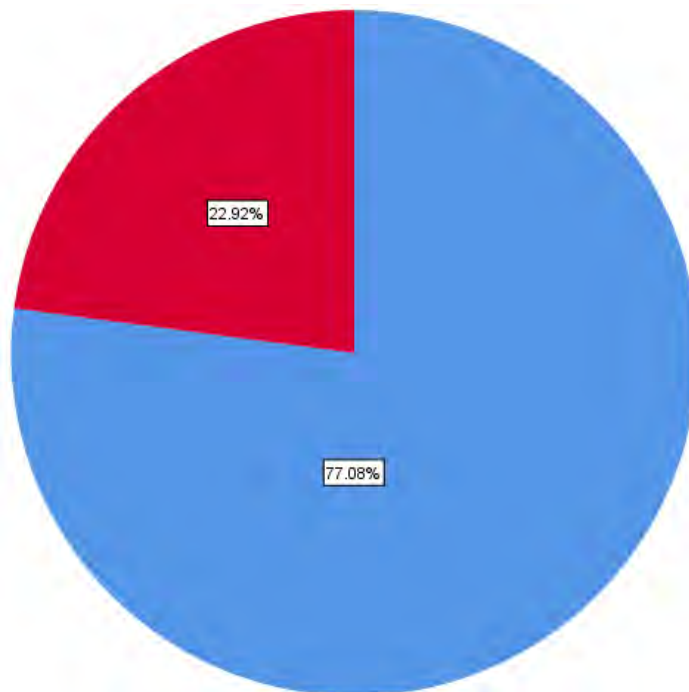
#### 5.4.1 ¿Qué significados están asociados con Tinder fuera de Tinder?

Para la construcción de la imagen de Tinder, se distingue la de quienes nunca han utilizado la aplicación, aquí denominados *no-usuarios*, y la de quienes la utilizaron por un periodo máximo de un mes antes de abandonarla definitivamente, aquí denominados *exusuarios*.

##### No-usuarios de Tinder

¿Conoce a alguna persona cercana que haya utilizado Tinder?

Sí: 77.08% / No: 22.92%



Gráfica 57. *No-usuarios conocen a alguien que haya utilizado Tinder*

Como se ha mencionado, la representación social que se tiene de Tinder está influida por las experiencias de otras personas. En este caso, a pesar de que ninguna de las personas que contestó ha descargado y utilizado Tinder, el 77.08% conoce personas que sí la utilizan.

Este es un dato valioso si se desea conocer de qué manera han influido en su percepción. Por ello, se les hizo esa pregunta a quienes respondieron el cuestionario. A continuación, se presentan y analizan algunas de ellas por tema identificado. Todas las citas son anónimas: no se sabe si son hombres o mujeres, su edad o su orientación sexual, ya que respondían con total anonimato en el cuestionario; sólo se sabe que son jóvenes de 18 a 31 años de la Ciudad de México.

### Superficialidad de las fotografías

Algunos de los comentarios estuvieron orientados a que su conocido se había llevado decepciones al momento de conocer a la persona porque no correspondía con su imagen en el perfil. Por otra parte, se critica que sea una aplicación tan visual, algo que también puede asociarse con la cosificación de la persona como se había analizado en el caso de los usuarios.

Pues veo que es como un "álbum" de fotos, van pasando una por una "calificando" de acuerdo a tus gustos a una persona y si te gusta hay un tipo de comunicación. He tenido amigos homosexuales que la usan y no les ha resultado, cuando se quedan de ver con aquella persona dicen "no era la misma con la que platicaba" no tiene la misma "actitud" etc.

Por lo que ha contado, malas, dado el peso excesivo que tiene la fotografía, la imagen, por sobre el perfil.

### Inseguridad

Uno de los motivos que generaban más expectativas al ser el más mencionado en las entrevistas entre los usuarios de Tinder, aunque no por ello considerablemente alto. En el caso de los conocidos de los no-usuarios, las referencias a situaciones de inseguridad fueron muy pocas. Tan

sólo una, pero la percepción de inseguridad era del no-usuario y no de las personas a las que se refería, que por cierto encontraron pareja en Tinder.

Conozco a muchas personas que han encontrado pareja en tinder, en general son gente que se les da muy bien platicar con desconocidos (das) a distancia. Además, me parecen personas que no temen a la inseguridad, en el sentido de ser engañados, secuestrados, robados, etcétera. Aunque les ha ido bien a mis amigos (as), es algo que yo no podría aventurarme a hacer (conocer en persona a desconocidos, que ni si quiera sé si son los que dicen ser en su perfil).

### Relaciones sexuales sin compromiso

Éste fue el tema más recurrente de los comentarios que compartieron. Se seleccionaron sólo algunas citas ya que la mayoría refería simplemente a que aquellas personas utilizaban Tinder únicamente para buscar relaciones sexuales. Algunos ejemplos son los siguientes:

Todos mienten sobre su presentación con tal de ser mas aceptados, la mayoría lo utiliza solo para concretar sexo casual.

Afortunadamente han sido personas que no han querido dañar a la persona, pero realmente son personas que solo buscan un momento sexual sin compromiso.

Mi mejor amigo generalmente lo usa para experiencias casuales. Pero en dos ocasiones ha encontrado parejas estables de seis meses o un año, aproximadamente.

Sólo bajó esta app para hacer más amigos sin intereses sexuales, sentimentales, etc.

En estos casos, se observan tres asociaciones distintas con las relaciones sexuales: la primera, el uso de la mentira con la intención de convencer a la otra persona y cumplir con el que se cree que es su motivo de uso de Tinder, mantener relaciones sexuales; la segunda, personas que no tienen ninguna intención de causar daño, pero que buscan sexo sin compromiso, algo que no tiene nada de malo porque se refiere a que es consensuado, y finalmente, una persona que ha sido motivada por el deseo de tener relaciones sexuales, pero que en el camino ha encontrado

parejas, como se describía en el capítulo 4 sobre la manera en la que pueden cambiar los motivos de uso.

Relaciones pasajeras u ocasionales, en las que el chico invita y luego espera su recompensa. La chica encantada de que la lleven a cenar y paguen la cuenta.

Esta situación descrita también ocurrió en una de las entrevistas, con Ana de Madrid, quien decía que se solía asociar que ése era el protocolo que se debía de seguir en las citas de Tinder, pero que ella en la práctica y por su formación y valores culturales promueve que se cambie con las personas con las que tiene una cita. En general, se trata de roles culturales tradicionales que se reproducen en Tinder, pero que al mismo tiempo están cambiando poco a poco.

Se emocionaban mucho por los matchs y llegó a pasar que dos amigas salieron con el mismo tipo.

Ésa es siempre una de las posibilidades al utilizar Tinder, como en el mencionado caso de Ana en que ella y una amiga quedaron en diferentes momentos con la misma persona (Ver p. 267). Lo que ocurrió, que en este caso corrobora uno de los temores que señalan en estos comentarios, es que esa persona contó con total seguridad dos historias de vida distintas en donde adoptaba una situación distinta, un trabajo diferente. El self digital es moldeable y es mucho más fácil de recrear e inducir un personaje nuevo que en una situación presencial.

Por otra parte, el hecho de que haya personas que buscan sexo también suele implicar una estigmatización aun si fuera consensuado. La asociación con ser personas desesperadas por encontrar a otra persona también se hizo presente aquí.

He notado que son personas desesperadas por encontrar a alguien y que terminan en sexo casual o en relaciones de pareja apresuradas

Por último, precisamente bajo esta representación social se puede entender el comentario que hace sobre una amiga suya que, por su forma de ser, se pensaba incompatible con el significado asociado con Tinder.

Salió con un venezolano que le dijo que la verdad él sólo buscaba con quién tener relaciones sexuales. Después (dice) que dejó de usarlo, pero tiene esta idea de que está quedada y va a morir

sola. Otra chica que conocí siempre lo mantuvo en secreto, me enteré sin querer de que usaba la aplicación, siempre pensamos que ella nunca usaría esas páginas porque es el tipo de chica que enamora a la mitad de los hombres que conoce, así que fue un tanto sorprendente. Nunca le dije que lo sabía.

### Han encontrado a pareja en Tinder

No todas las experiencias que han conocido estas personas sobre usuarios de Tinder han sido negativas. De hecho, un hallazgo inesperado y que además contrasta con los resultados que se expondrán en las próximas páginas, una gran parte de quienes participaron indicaron conocer a personas que conocieron a su novio, novia de años, así como otras indicaron que el usuario al que conocen incluso encontró a su esposa o esposo.

En este caso, a pesar de que tiene buenas referencias del uso de Tinder, el valor que le asigna a la percepción de inseguridad en México es mayor.

Algunas personas han encontrado a su novio o novia actual o de un periodo prolongado.

Pues por lo general solo lo usa para conocer chicas que le gusten y platicar con ellas. Nada de sexo. De hecho hace un tiempo gracias a esa app consiguió novia.

Conozco 5 personas que han usado Tinder y 3 de ellas han establecido relaciones que han durado más de un año y en la actualidad persisten.

Lleva 4 años con su novio.

En otros casos, esa pareja terminó en matrimonio. Estos casos todavía son los menos, pero se debe parcialmente a que Tinder se creó en septiembre de 2012 y se difundió en mayor medida hasta 2014, así que todavía es pronto para que se pueda referir a muchas relaciones largas producto de la aplicación. Ahora que ya hay una mayor apertura respecto a su uso, invita a pensar que quizás en 5 años el número de matrimonios de parejas que se conocieron en Tinder será considerablemente mayor.

A la mayoría le ha ido bien, algunos han encontrado así a su actual esposa



Tuvo citas y conversaciones de todo tipo. Al final se casó con uno de los chicos que conoció en Tinder.

pues se va a casar con la persona que conocio en Tinder. Tiene a varios de sus conocido de Tinder como aviadores en donde trabaja. Y salió con más de 70 personas de las cuales con 50 tuvo sexo.

Además, dentro de lo positivo se puede destacar que refirieron a que Tinder les presentó una posibilidad de conocer personas que de otra manera difícilmente habrían conocido.

Sé que conoció muchísima gente y la mayor parte fueron buenas experiencias. Sobre todo, fue una oportunidad de conocer gente de ámbitos diversos que quizás no hubiera tenido oportunidad de conocer de forma casual.

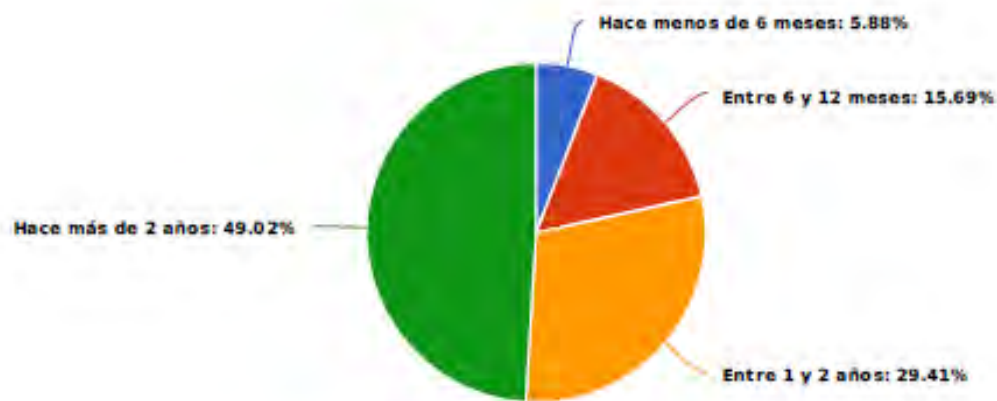
Pero a pesar de que hay experiencias positivas, la inseguridad sigue teniendo un peso mayor.

Pues ahí conoció a su actual novio, para mi riesgoso pero pues está padre.

En conclusión, de manera congruente con lo que expresaron los usuarios, la inseguridad fue el motivo que motivó en mayor medida el estigma de Tinder antes que la vergüenza.

## Exusuarios de Tinder

¿Hace cuánto tiempo conocieron Tinder?



Gráfica 58. Exusuarios de Tinder: ¿hace cuánto conocieron la app?. Gráfica elaborada en E-encuesta.

Casi la mitad de quienes participaron en el cuestionario conocieron Tinder hace más de 2 años, así que están familiarizados con su uso. A pesar de ello, se recuerda que sólo lo utilizaron durante un periodo máximo de un mes antes de eliminar la cuenta.

Tomando esta consideración, se les preguntó qué significa Tinder para ellos. Se exponen algunos de los comentarios más relevantes para su discusión.

La vergüenza de ser reconocidos como un reflejo de la representación social negativa que se tiene sobre Tinder.

Es una app para conocer personas con la finalidad de hacer nuevos amigos o coquetear. La usé muy poco tiempo, menos de una semana, y la desinstalé porque me daba pena que algún conocido me encontrara. Además, hice una selección de 5 personas con las que veía potencial para salir. A dos las terminé bloqueando, con uno salí y con otro solo platicamos cada dos días.

Tinder bajo una sombra de performance y enmascaramientos. La creencia del uso de mentiras dirigidas hacia conseguir determinados objetivos.

Real me parece una aplicación aburrida, donde muchas personas no son sinceras con sí mismas, personas que tienen real una relación u ni siquiera tienen un trabajo estable y mienten sobre eso.

En este caso, aunque haya sido durante un periodo reducido, describe el uso de Tinder como valioso posterior a una ruptura.

Pues sinceramente lo utilice en el tiempo de una ruptura y fue más que nada para mantener mi mente ocupada, sinceramente conocí muchas personas con pensamientos muy distintos a los míos y unas fueron buenas otras no tanto pero al final termine eliminándolo.

Como sugiere, para cada persona puede ser una experiencia distinta porque se llega a Tinder con diferentes motivos, además de que éstos van cambiando, y la relación con cada persona presenta oportunidades que no necesariamente se anticipaban en un primer momento.

Creo que es complicada esa forma de relacionarme para mi, no me funciona el no conocer los discursos completos de una persona para aproximarme a ella o permitirle aproximarse a mi. Me

desconcertaron los resultados de mi experiencia Tinder: no encontré una pareja estable, sin embargo hice dos buenos amigos y conocí gente de otros países en mi ciudad.

El rol de la mediación ayuda a facilitar las conversaciones de carácter sexual.

Pienso que es una herramienta que facilita la atracción sexual y el acercamiento de esa índole.

Tinder como una carnicería es una analogía que va más allá de aquella que lo relaciona con el mercado, pero también tiene verdad. Una aplicación en la que, por su mediación, resulta muy sencillo aceptar o rechazar a una persona basados fundamentalmente en su apariencia física.

Podría describir Tinder como una carnicería, use la aplicación aproximadamente 3 días, hasta que me di cuenta que me sentí bastante incómoda en el juego ese de si me gustas te elijo y si no te bateo.

Pero es precisamente esa facilidad para elegir y rechazar personas la que permite filtrar y conocer personas que tengan una mayor compatibilidad con uno mismo.

Es una app para conocer personas que te gustan por la primera impresión que te causan, algunos lo usan para sexo casual, yo buscaba una relación formal pero si no se daba al menos hacer amigos con alguien agradable. Opino que es una buena app porque así he conocido gente de áreas de trabajo con las que nunca antes había charlado y son agradables. He aprendido sobre otras cosas pues mi círculo social casi siempre involucraba personas del área de humanidades o ciencias de la salud.

Utilice la aplicación alrededor de un mes, en ella encontré personas cuyo interés lo generé en dos porcentajes 57% sexual 43% relación sería. Mi opinión es, presiento que es útil para personas que no encuentran el amor o hay un vacío interno que “necesitan” satisfacer a través de pláticas convencionales y cumplidos para elevar su autoestima.

Finalmente, una respuesta que puede sintetizar la diversidad de opiniones, que a pesar de ellos refieren a una representación social congruente, es que Tinder aparece para responder a una necesidad de contacto humano en tiempos en que saberse visible, reconocido y tener muchos amigos y conocidos es más apreciado que antes, y todavía más porque hasta ahora nunca se había podido conocer a tantas personas con tanta facilidad, incluso parejas potenciales.

Me parece que Tinder es el síntoma de la falta de espacios y de tiempo para conocer gente cara a cara; viene a responder a la necesidad de contacto humano que diversos procesos sociales hacen difícil de satisfacer. Por un lado, ayuda a tejer vínculos, pero, por otro, reduce a la gente a opciones de un menú que ya no se volverá a repetir. Puede ser bueno o malo, depende del uso.

#### 5.4.2 Motivos de uso de Tinder: Comparación de usuarios, exusuarios y no-usuarios

Si bien a los exusuarios de Tinder se les preguntó por cuáles fueron sus motivos de uso de Tinder durante el periodo en el que utilizaron la aplicación, a los no-usuarios no se les podía hacer esa pregunta porque nunca la han utilizado. Por ello, se adaptaron las preguntas de manera que los resultados fueran homologables: a los exusuarios sí se les preguntó cuáles fueron sus motivos durante el periodo de uso de Tinder, mientras que a los no-usuarios se les preguntó por cuáles creen que son los motivos de uso más comunes y valorados por los usuarios de Tinder.

¿Cuáles son los motivos de uso más valorados de Tinder?	Promedio de los dos cuestionarios de usuarios de la CDMX		Exusuarios de Tinder (periodo máximo de 1 mes)		No-usuarios de Tinder (nunca han utilizado la aplicación)	
	H	M	H	M	H	M
Busca una relación formal	6.57	5.64	4.56	3.52	4.14	4.41
Busca sexo sin compromiso	5.76	3.48	6.56	3.97	9.34	8.83
La facilidad de la comunicación mediada	6.87	6.72	6.50	5.14	6.41	6.41
Amigos	6.71	7.10	5.78	6.52	4.71	5.80
Reconocimiento	6.39	6.06	7.12	6.81	7.93	8.75
Orientación sexual	6.65	6.19	5.88	3.62	5.60	7.00

Tabla 86. Comparación de motivos de Tinder entre usuarios, exusuarios y no-usuarios

Se debe de tener en consideración que mientras que los primeros dos grupos se refieren a usos que hicieron de Tinder, el de los no-usuarios se refiere a usos que creen que los usuarios hacen de Tinder.

### Buscar pareja

Los contrastes más significativos están en los motivos de buscar sexo sin compromiso y buscar una pareja formal, siendo éste el más bajo entre los no-usuarios de Tinder. En el caso de los exusuarios de Tinder, el índice de quienes buscan una relación formal también es muy bajo, probablemente influido por malas experiencias en la aplicación.

### Sexo sin compromiso

Como se anticipaba, los no-usuarios asignaron con frecuencia el valor más alto a creer que el motivo de uso principal es el sexo sin compromiso en Tinder. Éste es uno de los resultados más valiosos porque contrasta significativamente con los usuarios y los exusuarios, quienes reportan que en realidad no es tan importante como puede creerse fuera de la aplicación. El promedio tan alto entre hombres y mujeres describe el rol tan significativo que tiene el sexo la construcción de la representación social de lo que significa ser usuarios de Tinder.

### Facilidad de la comunicación mediada

No se apreciaron diferencias importantes al respecto. No obstante, es valioso poder identificar que todos lo consideran como un motivo valioso, una de las características más evidentes de Tinder por poder comunicar a dos completos desconocidos. No hay diferencias grandes entre usuarios, exusuarios y no-usuarios, así que se presenta como uno de los aspectos sobre Tinder que generan una mayor congruencia entre las distintas poblaciones.

### Amigos

El deseo de hacer amigos fue mucho mayor entre usuarios de Tinder que en exusuarios y no-usuarios. Esto puede deberse a que la posibilidad de conocer amigos es también entendida como un motivo de uso abierto de Tinder, un comodín, una posibilidad no definida de en qué se podría materializar esa amistad, pero por ello que suele tener más sentido entre quienes son usuarios activos.

### Reconocimiento del match

Esta característica fue mucho más valorada por los no-usuarios que por los usuarios y exusuarios. Se asume que el deseo de saberse vistos y valorados por los usuarios de Tinder es muy alto, pero en la práctica constantemente fue ignorado, por lo menos como motivo principal, sobre todo entre mujeres.

## Orientación sexual

No se presentaron diferencias importantes en este motivo. Sólo las mujeres no-usuarias indicaron un grado mayor, al igual que los usuarios de Tinder.

### 5.4.3 Análisis comparativo del rol de la mediación tecnológica

En este breve apartado, se comparan las diferencias respecto a qué tan probable creen que sea poder encontrar una pareja en Tinder. Las tres poblaciones comparadas tienen diferencias muy claras con respecto al uso de Tinder, pero son muy similares respecto a qué piensan de la facilidad de la comunicación mediada en Tinder. En promedio, tanto hombres como mujeres de los tres grupos, el valor asignado a este motivo de uso fue de 6.5, que fue reportado con diferencias menores entre todos los grupos.

En el caso de los exusuarios y no-usuarios, la respuesta “Sí y conozco parejas que se encontraron originalmente en Tinder” se dividió de dos maneras:

- a) Sí y conozco parejas que se conocieron en Tinder
- b) Sí y sé de parejas que se conocieron en Tinder

El motivo de esto es que es posible que simplemente hayan leído en las redes sociodigitales, revistas o incluso algún programa de televisión de casos de éxito, pero que no los conozcan directamente.

¿Se puede conocer una pareja formal en Tinder?	Usuarios de la Ciudad de México		Exusuarios de Tinder		No-usuarios de Tinder	
	H	M	H	M	H	M
Sí se puede y conozco	52.1%	56.2%	33.3%	43.8%	23.5%	16.4%
Sí se puede y sé de casos			44.4%	18.8%	17.6%	25.8%
Sí se puede, pero no sé de ningún caso	38.4%	30.3%	11.11%	18.8%	32.4%	23%
No creo que se pueda	9.5%	13.4%	11.11%	18.8%	26.5%	34%

Tabla 87. *Se puede conocer pareja formal usuarios, exusuarios y no-usuarios*

La diferencia más significativa se puede encontrar en los no-usuarios de Tinder: reportan en un 26.5% y 34% respectivamente no creer que se pueda conocer una pareja formal en Tinder contra el 9.5% y 13.4% de hombres y mujeres que son usuarios activos. Esto ayuda a explicar por qué motivo no utilizan la aplicación y, sobre todo, una representación social negativa por las implicaciones que puede tener que no crean que sea posible como se analizan en el siguiente apartado.

En cualquier situación de la vida, de la índole que sea, tener una referencia positiva sobre algo que todavía no se ha intentado hacer motiva a la persona al momento de hacerlo. Si además ocurre que la referencia es de una persona a la cual se aprecia o admira, por ejemplo, los padres, la pareja, los hermanos, un profesor, un experto en determinado tema, etc., entonces esta opinión se vuelve todavía más valiosa y tiene una influencia más positiva. Para ilustrarlo, se puede suponer un ejemplo: Juan está soltero y sus amigos, que lo conocen bien, quieren presentarle a alguien porque creen que las dos personas podrían gustarse y así se lo hacen saber; entonces, al momento de la cita, Juan llega con mayor disposición porque confía en la opinión de sus amigos y eso influye en la primera impresión que tenga de la persona que le presentan.

Tomando esto bajo consideración, el hecho de que el 41.1% de los hombres no-usuarios y 42.2% de las mujeres no-usuarias han indicado que no conocen a ninguna pareja que se haya conocido en Tinder, ayuda a comprender la situación de desconfianza hacia la aplicación, por lo menos respecto a la intención de encontrar una pareja. Por el contrario, en el caso de los usuarios, el 52.1% de los hombres y el 56.2% de las mujeres sí conocen/saben de parejas que se conocieron a través de Tinder. Esta diferencia, aunque parezca no ser muy grande, es importante por la influencia que tienen las recomendaciones y referencias positivas en el uso de Tinder.

#### **5.4.4 Análisis del estigma dentro y fuera de Tinder**

Se enlistaron algunos listados referentes a su uso de Tinder para conocer por qué abandonar la aplicación, en el caso de los exusuarios, y por qué tienen reservas sobre su uso, si es el caso, entre los no-usuarios. Cada persona que contestó el cuestionario podía asignar un número del 1 al 10 según qué tan de acuerdo estaba con la afirmación. Los resultados son los siguientes.

Representaciones sobre Tinder	Exusuarios de Tinder		No-usuarios de Tinder	
	H	M	H	M
Eliminé Tinder por vergüenza	3.44	5.37	3.04	2.53
Eliminé Tinder porque no quería que me reconocieran	3.44	4.54	4.04	3.72
Tinder es una buena opción para conocer personas	6.27	6.14	5.37	4.77
Tinder es para gente que busca sexo sin compromiso	6.56	6.34	7.15	6.80
Tinder es para gente con baja autoestima o problemas para relacionarse	4.44	4.70	4.32	5.14
Mi familia o amigos reprobarían mi uso de Tinder	3.06	4.70	2.78	3.05
Los usuarios de Tinder tienden a mentir sobre sí mismos	7.53	7.67	-	-
Conocer personas a través de Tinder puede ser peligroso	5.93	8.07	5.84	7.75
Tuve malas experiencias al conocer o conversar con personas en Tinder	4.00	5.04	-	-
Si no tuviera pareja, utilizaría Tinder	-	-	4.31	2.89

Tabla 88. Representaciones sociales de Tinder

Eliminé Tinder por vergüenza / He querido descargar Tinder, pero me ha dado vergüenza

La vergüenza fue constante entre los usuarios, pero desplazada por la percepción de inseguridad. En este caso, también se encuentra desplazada ya que asignaron un valor muy bajo a no utilizar Tinder como consecuencia de sentir vergüenza. Quienes se sintieron así con mayor frecuencia fueron las exusuarias. El sentido de vergüenza en el uso de Tinder suele estar relacionado con una percepción de ser asociados con *fracaso*, con *desesperación* y con una asociación sexual negativa.

Eliminé Tinder porque no quería que me reconocieran / No utilizo Tinder por temor a que conocidos me reconozcan

Mientras que dentro de Tinder el reconocimiento puede ser algo muy deseado, desde fuera podría pensarse que es algo que genera aversión y temor. Como puede suponerse, esta pregunta es muy cercana a la anterior debido a que la vergüenza suele relacionarse con el reconocimiento como usuarios de Tinder. En este caso, se decidió precisar todavía más en este aspecto para



conocer si el reconocimiento tenía algún valor específico negativo, pero no fue así, ni con los exusuarios ni con los no-usuarios.

#### Tinder es una buena opción para conocer personas

Independientemente de cuál sea el motivo de uso, se les preguntó si a pesar de que no utilizan Tinder creían que era una buena opción para conocer gente, ya que es su objetivo común de la aplicación. Los resultados no reflejan una tendencia importante, aunque sí es notable que son los exusuarios quienes le dan un valor mucho mayor que los no-usuarios. La diferencia más clara entre estos dos grupos es que los primeros ya tuvieron experiencia en Tinder y, tras ello, certifican que puede ser una buena opción para conocer otras personas.

#### Tinder es para gente que busca sexo sin compromiso

Una de las percepciones más altas de los motivos de uso de Tinder entre quienes no son usuarios fue que utilizan Tinder para buscar relaciones sexuales. En ambos casos obtuvo un promedio elevado, de los más altos de todas las afirmaciones que se les preguntaron sobre la percepción de Tinder, pero fue todavía mayor entre los no-usuarios, algo que quizá pueda relacionarse con los resultados anteriores en donde se describía que son quienes tienen menos referencias de personas que han iniciado su relación tras haberse conocido en Tinder, un ejemplo de referencia positiva en este caso ausente que puede aumentar la noción de que se busca principalmente sexo.

#### Tinder es para gente con baja autoestima o problemas para relacionarse

La creencia de que Tinder es para personas con baja autoestima o con problemas para relacionarse fue muy baja. Esto ayudaría a situar que la parte del estigma entre los usuarios que se asumen ocasionalmente como “desesperados” o “perdedores”, en sus palabras, está infundada debido a que no se emite un juicio contra lo que signifique el uso de Tinder en relación con la autoestima, por lo menos no en una magnitud alta. Por otra parte, el estigma sí existe, pero parece estar más asociado con el sexo y la inseguridad.

#### Mi familia reprobaría mi uso de Tinder

Los resultados indican poca preocupación al respecto. El abandono de Tinder, así como el motivo por el cual no han ingresado a la aplicación dista de estar relacionado por asumir un estigma de parte de su familia o amigos. Es una preocupación casi inexistente. Parece ser mayor entre usuarios activos.

### Los usuarios tienden a mentir sobre sí mismos

Como los no-usuarios no han tratado directamente con otros usuarios de Tinder, no se les hizo esta pregunta. Por otra parte, para los exusuarios la frecuencia con la que mienten los usuarios de Tinder fue la afirmación con la que más se identificaron, tanto hombres como mujeres, lo que justificaría su abandono de la aplicación ante la falta de confianza en los demás. Esta pregunta sólo se aplicó a los exusuarios porque son quienes han tenido la experiencia de tratar con otros usuarios de Tinder durante el periodo en el que también estuvieron en la aplicación.

### Conocer personas a través de Tinder puede ser peligroso

La percepción de inseguridad fue muy alta, sobre todo entre mujeres, sean exusuarias o no-usuarias. No se especificó un peligro en particular, así que las respuestas fueron a partir de lo que cada participante considerara peligroso para sí mismos. Para comprender estos resultados, se debe tener presente que en los últimos años se ha incrementado muy considerablemente el índice de feminicidios, acosos y violaciones, así como la percepción de vulnerabilidad, todo esto mucho más visibilizado por las redes sociodigitales que cada vez cubren a un público más amplio, diverso y desde diferentes plataformas para difundir sobre lo que ocurre en la sociedad. El uso de Tinder reflejó estas preocupaciones entre las mujeres.

### Tuve malas experiencias al conocer personas

En general, las malas experiencias no tuvieron un impacto importante en Tinder. No parece ser el motivo principal por el cual los exusuarios abandonaron la aplicación.

### Si no tuviera pareja, usaría Tinder

Esta afirmación obtuvo un índice muy bajo, aunque fue mayor entre los hombres. Sólo se aplicó entre los no-usuarios porque son quienes nunca han utilizado la aplicación.

## 5.5 Reflexiones finales: La Mediación Tecnológica Social en Tinder

¿A qué se refiere la *mediación tecnológica social* en la investigación realizada? El término se ha propuesto para sugerir y discutir una característica particular de cualquier tecnología que actúa como mediadora entre dos personas: la capacidad de filtrar, disfrazar, pero siempre de mostrar y visibilizar aspectos sociales, intangibles, que no siempre son perceptibles y que comúnmente son inconscientes porque forman parte de una representación social intrínseca; no obstante, los hace más evidentes y, como toda tecnología, potencia el alcance de su acción.

En Tinder, la mediación tecnológica social consiste en un conjunto de acciones que ocurren a través de la aplicación, pero que reflejan elementos que van más allá, que la trascienden y también al propio usuario, que describen un mundo de vida construido a partir de su uso y un self digital que puede tener la intención de ser más *verdadero* o más *performativo* en la relación con los otros, un conjunto de elementos socioculturales de los cuales no siempre es consciente la persona, pero que a través de sus acciones los reproduce o los contrasta.

En este sentido, el análisis se realizó a partir de premisas de la Teoría del Actor Red [TAR] para comprender el rol que desempeñan el teléfono y la aplicación en el uso de cada persona y, en segundo lugar, poder identificar escenarios que se hacen visibles a través de la identificación de elementos comunes que reproducen en su vida cotidiana y que dotan de sentido a sus acciones siguiendo un análisis desde la Teoría de las Representaciones Sociales [TRS].

En apartados anteriores, éste se realizó retomando la postura de la Teoría del Núcleo Central para construir las representaciones a partir de palabras que se repetían en sus significaciones y, posteriormente, darle sentido en relación con los resultados obtenidos en los cuestionarios y en las entrevistas. Ahora, tras haber identificado patrones que conforman las representaciones sociales de Tinder, se desea conocer si éstas influyen en su comportamiento o si se quedan como elementos presentes, aunque pasivos. El análisis se realiza a partir de una integración de la TAR y la TRS, desde la posición de Moscovici.

### 5.5.1 El rol actante de Tinder. Discusión de la influencia de Tinder desde la objetivación y el anclaje como representación social

A modo de recordatorio, Bruno Latour (2005) explica que cualquier entidad no-humana merece ser analizada porque puede tener influencia en las acciones de los individuos. En el caso de los humanos, se les denomina actores, actores sociales, pero para poder referirse a los no-humanos utilizando una categoría distinta es que decidió utilizar el término de actantes (Domènech & Tirado, 2005; Correa, 2011). Él mismo pone un ejemplo esclarecedor: cuando una persona desea hacerle daño a otra -un golpe, por ejemplo- por cualquiera que sea la causa, pero en el camino se encuentra con un martillo o con un arma de fuego, su intención de causar daño puede ser consistente, pero modificada y potenciada por haberse encontrado esta arma, que al final influye en la acción del individuo por su capacidad como actante.

Para poder identificar en qué grado Tinder es un actante e influye en las acciones y representaciones de los usuarios, el análisis se realiza a partir de la objetivación y del anclaje de Tinder como representación social siguiendo la teoría propuesta por Moscovici (1979) (Ver p. 99). La importancia de hacer este análisis desde su representación social se debe a que éstas plantean la relación con el mundo de cada sujeto, con *su* mundo ya que es a partir de construcciones mentales que intermedian la relación con los otros y, por supuesto, con los objetos con los que se interactúa como lo es el teléfono o Tinder.

La objetivación es un proceso en el que se estructura y se materializa un objeto en particular, esto es, lo dota de sentido tras asignarle una imagen a la representación. Se utiliza la palabra materializar porque se le asigna una forma a una representación social. Esta forma puede cambiar o puede no ser compartida por todos, por eso es importante situar desde donde se construye la objetivación. De manera concreta, logra asignar una forma o imagen a lo que fuera una idea o representación abstracta, lo que permite explicarla y compartirla. La objetivación describe los elementos que forman parte de una representación social y la manera en la que se construye un nuevo pensamiento en torno a ese objeto (Rodríguez Salazar, 2007; Araya Umaña, 2002) o como dice Moscovici, “reabsorber un exceso de significaciones materializándolas” (Moscovici, 1979: 76).

El anclaje ocurre una vez que se ha objetivado antes ya que consiste en un proceso en el que un fenómeno que era desconocido, ajeno a la persona, se vuelve nombrable, esto es, que existe para esta persona y que incluso se vuelve familiar en su vida cotidiana. Además, el elemento más significativo es que esta familiaridad que ocurre tras su apropiación implica que afecte su conducta. En otras palabras, lo que una persona piensa sobre algo que acaba de conocer, o tras información nueva sobre ese fenómeno, afecta en la percepción que tenga sobre el mismo, pero también en sus acciones. Mientras que la objetivación ayuda a conocer cuál es la representación social construida sobre un objeto, el anclaje permite conocer un proceso de apropiación y de transformación a partir de este conocimiento.

La sociedad cambia el objeto social en un instrumento del cual ella puede disponer, y ese objeto es ubicado sobre una escala de preferencias en las relaciones sociales existentes [...] Los procesos de anclaje transforman la sociedad [o la información] en un saber útil a todos. La objetivación transfiere la ciencia [o la información] en el dominio del ser y el anclaje la delimita en ese hacer, para enmarcar lo prohibido en la comunicación (Moscovici, 1979: 121).

Para aclararlo, un ejemplo puede ser la percepción del riesgo del sida: evidentemente, antes de que fuera hecho público, la gente no estaba preocupada por ello, incluso aunque ya existiera; fue hasta que se nombró, sobre todo hasta que expertos en la materia y medios de comunicación valorados lo difundieron, que no sólo las personas comprendieron que el riesgo era real, sino que además adoptaron nuevas conductas respecto a los escenarios en los que podría presentarse ese riesgo y en consecuencia tomar precauciones, esto es, tuvo un impacto en sus vidas y en particular en su vida sexual. Otro ejemplo puede ser un extranjero que viaja a una localidad considerada como peligrosa, pero que desconocía; quizás donde solía vivir podía sentirse con total libertad de caminar por la madrugada para llegar a su casa, pero al llegar a esta localidad le han recomendado evitar ciertas regiones y se ha informado a través de redes sociodigitales de asaltos y otro tipo de riesgos que se presentan en la zona, situaciones que afectarán su manera de relacionarse y transportarse en el lugar al que ha llegado, por lo menos hasta antes de familiarizarse con él. Como éstos, hay muchos ejemplos más, pero lo importante es que se identifique que ambos tienen en común el cambio en el comportamiento y en las acciones que toma el individuo como consecuencia de la representación social que ha construido sobre dicho elemento y que tiene una presencia tan importante que influye en sí mismo.

El lector atento de esta tesis notará que se repite mucho la palabra *experiencia*. ¿Por qué? Tinder es producto de la experiencia y por eso es que se construyen múltiples y diversas miradas al respecto, así como una misma persona puede cambiarlas constantemente. Durante el proceso de la entrevista por correo electrónico, hubo dos casos que se llegaron a extender a un mes en un caso y poco más de un mes en otro, un periodo que reflejó diferentes apropiaciones de lo que significaba Tinder para ellos. Para empezar, se les preguntaba por lo que esperaban de Tinder antes de ingresar y conocer de qué manera estas expectativas podrían influir en su uso; posteriormente, describieron lo que significaba Tinder para ellos, pero esto ocurría como consecuencia de las experiencias que habían tenido: en un caso, le interesaba una relación formal, pero no era su motivación, simplemente quería conocer otras mujeres y si terminaba en relaciones sexuales sin compromiso estaba bien; en otro caso, ella estaba decepcionada porque la habían engañado, o peor aún, la persona con la que hizo match simplemente dejó de escribirle sin ningún aviso cuando ella esperaba que se convirtiera en algo más.

Estos dos casos son especialmente interesantes porque están sujetos a un contexto y momento determinado. Tinder tenía un significado particular en ese momento en el que contestaron y estaba influido por las experiencias recientes que habían vivido. No obstante, en los últimos correos algo cambió: él, que solía hacer un uso más despreocupado de Tinder, encontró a una chica con la que estaba iniciando una relación; por otra parte, ella, que estaba desilusionada de Tinder, regresó, volvió a abrir su cuenta para eliminarla por completo, pero empezó a usarlo de nuevo y conoció a una persona con la que empezó a salir. ¿Esto modifica su percepción sobre Tinder? Sí. A pesar de que decidan eliminarlo, ya tienen una representación social distinta de Tinder, esto es, por lo menos a partir de que saben que sí se puede conocer a una persona con posibilidades de ser su pareja, algo que influye en lo que esperen de las otras personas y de la aplicación, aun a pesar de que decidan eliminarla, pero que será algo que podrán reproducir al compartirlo con otras personas, alimentando una nueva representación social de la aplicación.

Mientras que los cuestionarios ayudaron a construir cuál es la *imagen* del objeto que se crea sobre Tinder en el apartado anterior, esto es, su objetivación como representación social, a través de las entrevistas se indaga acerca de su anclaje. Este análisis es de carácter cualitativo porque se hizo con la intención de conocer qué cambió en cada individuo y qué significó para ellos. Con estas consideraciones, en los próximos apartados se analiza el rol de actante de Tinder a partir de la construcción de su representación social.

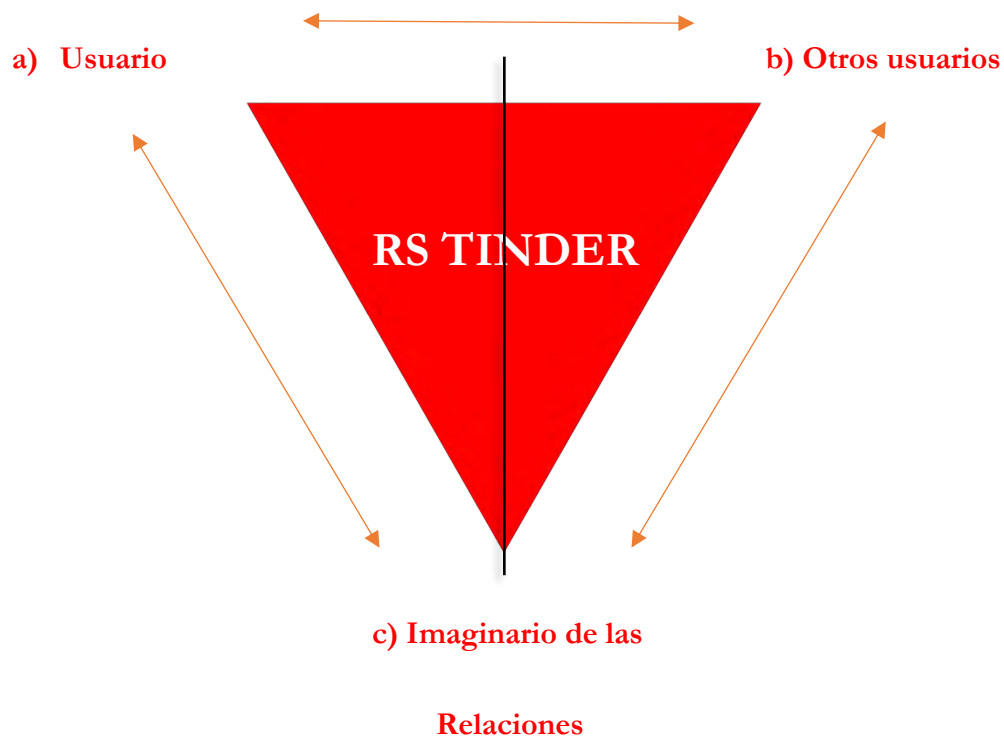


Figura 26. *Representaciones e imaginarios de relaciones de Tinder*

La representación social de Tinder de un usuario se verá influida por lo que se imagine de las relaciones que ocurren ahí a partir de lo que sabe o ha leído, así como a partir de las experiencias que ha conocido que han vivido otros usuarios; no obstante, este usuario, al compartir su experiencia, también adquirirá un rol activo de influir en la representación social de los otros sociales y en el imaginario que se adopta sobre cómo son las relaciones en Tinder. Esto quiere decir que tiene un rol activo y pasivo, construye y es construido. Las representaciones sociales de Tinder son dinámicas y se ven influidas por la experiencia inmediata, propia y de terceros.

Las relaciones que permite Tinder entre un usuario y los otros usuarios están mediadas por una representación social imaginada de todos los significados que se le adjudican a la aplicación y por todos los recursos tecnológicos que facilita en su rol como actante. Por esto, se debe tener presente que al final el imaginario de cómo son las relaciones que se construyen en Tinder y cómo es el otro usuario dependerá de qué signifique Tinder para ellos.

El análisis se realiza sobre los cambios que ocurren en el usuario –la persona que utiliza Tinder–, la persona –esto es, la vida de la persona más allá de Tinder– y la figura y significado de las relaciones de pareja y de la idea de compromiso.

### 5.5.1.1 La experiencia en Tinder: cambios en el usuario

Los cambios en el usuario se van a analizar como cambios en el self digital porque construye diferentes representaciones de sí mismo a partir de las experiencias que ha tenido, esto es, tras identificar si una fotografía funciona mejor que otra, si debe de sonreír o quitarse las gafas, si debe de iniciar la conversación si fue quien inició el match, si tiene que evitar de cualquier manera iniciar con un *hola, ¿qué tal?*, entre tantos otros ejemplos que las personas van incorporando a su perfil tras identificar qué funciona y qué no. Pero estos cambios no son producto exclusivo de la experiencia particular, sino también de la experiencia colectiva. Lo que le ha funcionado a alguien, puede decírselo a sus amigos o puede haberlo leído en una red sociodigital y a partir de ello cambiar su comportamiento, o bien, por qué no, puede leerlo en los resultados de esta tesis.

Esta tesis está elaborada con fines de investigación académica, pero si un usuario de Tinder la lee, muy probablemente tenga algún efecto en lo que piensa de Tinder o en lo que significa su perfil. Quizá haga algún cambio, quizá reconsidere la opinión que tenía sobre las otras personas, sobre Tinder o sobre sí mismo como usuario de Tinder. No se sabe, pero lo que es muy probable es que leer estos resultados puede tener una influencia en el significado que tenga de la experiencia de Tinder en conjunto.

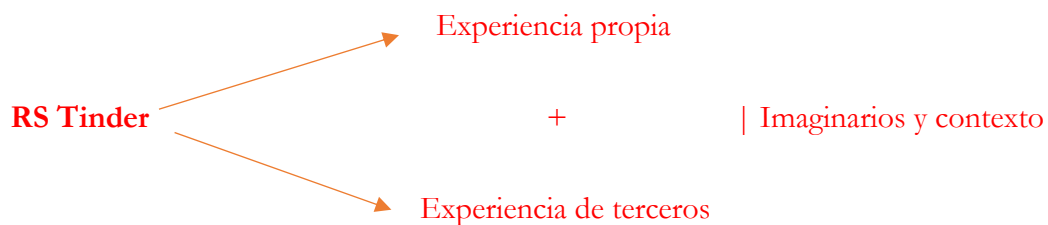


Figura 27. *RS Tinder, propia y de terceros*

Para dejarlo más claro, un ejemplo: María nunca ha utilizado una aplicación móvil para citas como Tinder porque le da desconfianza y siempre ha preferido conocer a otras personas en la



universidad, en un bar o en algún sitio de su interés, y sus amigas lo saben, aunque de momento no tiene pareja. Un día su vecino le pidió ayuda para mejorar su perfil de Tinder porque no tenía el éxito que deseaba. María accedió y lo hizo, y su vecino unos días después se lo agradeció porque encontró a su actual pareja. Hasta ahora, María no había utilizado nunca Tinder, pero su consejo era universal sobre qué consideraba ella que sería más atractivo en un perfil, pensando en relación con otras redes sociodigitales que ella usa. Tras ver que su vecino tuvo éxito, decidió descargar Tinder y empezó a hacer muchos matches. Inevitablemente, se convirtió en un tema de conversación con sus amistades y pronto lo descargaron también. Sabían que María prefería conocer a personas en sitios públicos, no digitales, así que su uso de Tinder les pareció especialmente atractivo. Es así que María construyó una representación positiva de Tinder porque vio que su vecino encontró una pareja ahí, mientras que sus amigas se interesaron en la aplicación e hicieron una imagen positiva de ella porque vieron que María había comenzado a utilizarla a pesar de que originalmente mostraba aversión hacia ella. En los dos escenarios hipotéticos y genéricos se objetivó Tinder de manera positiva a partir de experiencias ajenas, pero de personas con las que habían tenido un contacto directo, lo que permitía constatar la veracidad de su anécdota, así como también debido a que su opinión era relevante por la relación que tenían (vecinos / amigas).

Observar que otras amistades o personas cercanas comienzan a utilizar Tinder con mayor despreocupación, puede ayudar a actuar de la misma manera. La percepción del estigma se reduce cuando el uso es compartido, cuando se puede justificar que hay otras personas en la misma situación que hacen uso de la aplicación, sobre todo si estas personas tienen una opinión favorable o despreocupada sobre lo que es Tinder.

Nadie llega a Tinder sin tener una mínima impresión de lo que es la aplicación o del sentido de su uso. Esta impresión se confronta inmediatamente con la realidad en los primeros usos y tras un par de semanas es posible que se genere una nueva, ya sea afirmando lo que se anticipaba o de decepción tras constatar que no cumplió con las expectativas.

En cuanto al uso cambió en el momento en el que me di cuenta que la aplicación me decepcionó, mientras que en un principio me emocionaba tener match o ver/leer perfiles de gente diferente al día de hoy sólo entro por morbo, por saber quién me sale cerca y terminar de confirmar cómo

es que la gente busca únicamente algo muy superficial y de un solo momento (Efrén, 30 años, CDMX, online).

En este caso, cambió su uso porque cambiaron sus expectativas. Las malas experiencias conversando con otros usuarios, las conversaciones rotas o poco profundas contrastan con las expectativas que tenía. Eso ha afectado en lo que anticipa encontrar en las otras personas y puede afectar también su relación con ellas. Puede ser que en un primer momento las respuestas sean más profundas, más interesadas, pero si la mayoría de los casos muestran una tendencia hacia no responder con el mismo interés, termina afectándolo y en consecuencia se adopta un comportamiento similar, despreocupado, y también desesperanzado, de lo que se puede encontrar. Como este caso, hay muchos más. Las malas experiencias suelen influir en que se reproduzcan más malas experiencias que influyan en la percepción de otros usuarios que, a su vez, también las van a reproducir.

Al igual que Efrén, Mariana describe también una decepción que afectó en lo que esperaba de los otros usuarios y lo que anticipaba que se pudiera lograr a través de Tinder.

Mis etapas por Tinder se pueden describir en tres: observación, puesta en práctica y aburrimiento. Los primeros días observas de que va la app, hablas con casi todos los chicos que te escriben y ya vas cogiendo confianza. Después pasas a la segunda fase, cuando ya estás más confiada daba más likes y era yo la que empezaba a hablarle a los chicos y quería quedar cuanto antes. Y por último la última fase que siempre viene pero se va, que es el aburrimiento, cuando ya me canso de no encontrar a nadie y la dejo por un tiempo o la uso pero no dedico mucho tiempo a ello. Aunque como digo siempre vuelvo y vuelvo a la fase de activación y de ilusión (Mariana, 29 años, Madrid, online).

Resulta particularmente interesante que Mariana señala que después de la fase de *aburrimiento* suele repetirse el ciclo y regresa la ilusión. Nada ha cambiado en su uso, pero algo reactiva aquella esperanza, aunque sea mínima, de que puede conocer a alguien interesante. Esta posibilidad tiene más peso que su experiencia inmediata que le decepcionó, pero quizá el hecho de saber de otras personas que han tenido buenas experiencias, o algún match positivo que tuvo Mariana incluso si fue ya hace algún tiempo considerable, persisten como parte de un elemento fuerte de la representación social que ha construido.

Este mismo *círculo vicioso* también lo identifica David.

Creo que el aspecto de mi Tinder y mi forma de usarlo sí que ha cambiado a lo largo de los años. Me abrí el perfil con 19 y ahora tengo 22. En tres años han cambiado muchas cosas sobre mí físicamente y mentalmente. Al principio, las fotos que usaban eran muy normativas: yo sonriendo y ya. Ahora no me asusta ni me da palo subir fotos mías haciendo el bobo, con ropa más extravagante, en bañador o incluso en ropa interior. Creo que el estar más cómodo conmigo mismo se ve reflejado hacia los demás, bien en persona o bien en redes sociales, tanto físicamente como en mi forma de ser. Cuando lo creé, me daba más corte hablarle a alguien, ahora me da igual: si me gusta y me ha parecido interesante, lo intento. Aún así, hay momentos en los que me aburre y en los que me aporta 0, que ha coincidido con los momentos en los que he cerrado el perfil. La curiosidad me hace volver a abrirlo y a usarlo. Es como un círculo vicioso (David, 22 años, Madrid, online).

En un principio se podía sentir nervioso o inseguro al iniciar una conversación con los otros usuarios, pero fue una suma de experiencias de empezar a hacerlo y normalizar su uso lo que hizo que también él se adaptara y pudiera conversar sin compromiso, pero también sin preocupaciones. Además, agrega, ha podido identificar diferentes momentos respecto a su uso. No ha tenido experiencias significativamente negativas, sino que, tras lo vivido, ahora lo toma con mayor ligereza.

Al principio era un poco experimental: ver cómo funcionaba, quién había y cómo era la gente que estaba metida. Cuando me acostumbré, la usaba un poco por inercia, por la costumbre, de una manera rutinaria. Ahora busco pasármelo bien: decido lo que quiero y lo que no, lo que me apetece y lo que me da pereza sin ponerme límites (David, 22 años, Madrid, online).

Para Sofía, fueron las propias características de lo que podía lograr con Tinder las que influyeron negativamente en su percepción de la aplicación y de los otros usuarios. Lo que en un primer momento era la adrenalina y emoción de atraerle a muchas personas y conversar con ellas, se convirtió en una decepción y en una situación agobiante para Sofía debido a que Tinder facilita ver a todos a la vez y que, de alguna manera, los invisibiliza al hacer todos los perfiles superficialmente tan similares. Tantas voces, tantos saludos, tantas historias terminaron por invertir uno de los atractivos en un motivo de rechazo. Ver a todos se convirtió en un equivalente de no ver a nadie, un capitalismo de las relaciones sociales.

A pesar de estos dos casos que describen en sus primeros momentos, fue precisamente la experiencia de agobio la que modificó su actitud y que decidieran descansar de Tinder durante un periodo o moderar el uso y la distribución de likes.

Este escenario es muy común. Ana también vivió una situación similar en la que al principio se sentía con mayor libertad para utilizar sus likes, aunque ella reporta experiencias que resultaron valiosas en su vida.

Los primeros meses. Un par de meses o algo así. Mi proceso en Tinder fue como muy rápido. Los primeros dos meses era que me gustaba mucha gente, daba un montón de likes, quedaba con un montón de gente. Era como que en muy poco tiempo, muchas personas. Esa etapa era así. La segunda etapa duró más, fue más larga. Fue la etapa de que me lo descargo, me lo desinstalo. Me lo descargo, me lo desinstalo. Y era como que sí quedaba con gente y tal. Y luego en la última etapa me lo descargué y dije “¡madre mía! o soy yo o Tinder ya no es lo que era”. Ésa fue desde septiembre hasta ahora. [...] A ver, no sé si soy yo, igual cambié yo, probablemente cambié yo, pero he leído artículos en Google que me salen en Twitter de una chica que decía que ella o Tinder habían cambiado. Yo creo que al principio es la novedad y lo ves como más interesante y tal, y me daban muchísimos likes y ahora en plan era como muy difícil que me dieran like en mi última etapa. [...] Sí cambié cosas en mi perfil. Cuando era como más estratégico, más oculto, me daban muchos likes. Quedaba con mucha gente y la gente que me salía me parecía gente interesante. Yo creo que habré cambiado yo (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Es común que los cambios que realizan sean estratégicos a partir de malas experiencias o de notar que no están haciendo tantos matches como desearían.

Han sido como dos versiones. Primero tuve mi cuenta, la cerré y luego la creé desde cero. En la primera versión me mostraba en la primera foto... no recuerdo si tenía lentes de sol o si me mostraba serio, nada amigable, y en mi descripción nunca he puesto gran cosa. [...] [minuto 6] No me gusta soltar todo a la primera. Prefiero que se vaya dando según la plática a qué me dedico. No me gusta exponerme tanto a la primera en cuestión de información. En esta segunda versión en mi foto de perfil aparezco sonriendo sin lentes de sol y en todas las fotos salgo sonriendo. No me gusta tanto tomarme fotos sonriendo, no sé por qué, pero el chiste es mostrarme amigable (Raúl, 27 años, CDMX, presencial)

La Sonia del principio era más superficial, se fijaba más en las fotos. Ahora me fijo más en que se vea la cara, se vea el contenido, las palabras. Ha cambiado el uso y la forma de relacionarme (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Sí cambió conforme a las experiencias que tenía. Me di cuenta de que tenía que ser más selectiva, que tenía que aplicar filtros también en la conversación para saber cuál era la intención de la otra persona, como que no ser tan abierta porque no sabes qué es lo que pretenden (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

Una de las maneras en las que se puede evidenciar de manera más clara el cambio como usuario de Tinder es en los motivos de uso. Sobre el tema, Xiao describe cómo es algo circunstancial. No es algo fijo, sino que las situaciones, muchas veces externas, influyen en lo que él desea encontrar en Tinder.

Depende del momento. Hay temporadas fogosas en que dices “me apetece” entonces ahí el motivo de buscar sexo sin compromiso es más importante que otros. Hay temporadas en que estás rollo “quiero conocer a gente”, entonces vas cambiando dependiendo de las temporadas. Estas aplicaciones lo que intentan es cubrir las necesidades temporales que tenemos. No es todo lo mismo, para mí por lo menos. Mis intenciones cambian mucho (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Un caso similar es el de Gramenauer, quien no buscaba una pareja formal inicialmente, pero tras su experiencia le pareció que era posible, lo que fue incrementando su interés.

Mis expectativas al principio eran conseguir relaciones esporádicas, casuales y sin compromiso. No aspiraba a tener sexo en la primera cita, pero tener sexo sin compromiso era mi primer objetivo, ya que salía de una relación estable y no tenía ganas de empezar otra. Con el paso del tiempo fui abriéndome a la posibilidad de buscar pareja estable (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Sí, muchísimo!! Antes pensé que era sólo para sexo, pero he conseguido buenos amigos, acepto que también sexo pero sobre todo recuperé confianza y autoestima (Arely, 27 años, CDMX, online).

Ana describe en relación con un usuario australiano que visitó España y a quien conoció a través de Tinder. Ambos dejaron claro que no buscaban una relación seria, pero él empezó a interesarse cada vez más por ella.

Sí, qué espanto. Por ejemplo, pasó sobre todo con el chico de Australia. Él al principio, todo mundo te dice “yo no busco nada serio”, pero luego como que de repente, por magia divina, lo buscan. De repente quedábamos bastante. Y yo le decía “que yo he quedado con más gente a la vez”. Y me decía “no, haz lo que quieras, si quieres quedar con más gente, por mí perfecto” pero luego no le parecía eso. Luego al final yo estuve un tiempo en Santander y cuando lo volví a ver, pudimos intentar quedar más nosotros (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

A pesar de que lo intentaron, aunque con reservas, se encontraban en momentos de su vida opuestos. Fue un año después que Ana reconoce que si hubiera ocurrido en una circunstancia distinta, como quizás lo sería la actual durante el momento de la entrevista, podrían haber intentado algo más formal.

En ese momento en que le conocí [...] estaba en una etapa en la que mi relación anterior había acabado fatal y yo quería conocer a mucha gente. Nada con nadie. Estábamos hablando y tal, pero seguía sin ser el momento. Yo tenía de la relación anterior un montón de problemas conmigo que todavía no había superado. Entonces, hasta que no ha pasado un año y ahora estoy bien, yo sé que él es una persona con la que puedo tener una relación, pero no fue el momento (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

El uso de Tinder está influido por factores ajenos. El momento de la vida, las personas que conoce, lo que lee sobre la aplicación son unos de tantos elementos que pueden influir en la representación social que tenga sobre la aplicación. No obstante, las acciones como usuarios están particularmente influidas por lo que ocurre dentro de la aplicación. Una característica distintiva del self digital es su capacidad de adaptación: no es exclusiva, ya que una persona suele ser capaz de identificar qué es lo que cree que esperan de ella y en consecuencia comportarse de acuerdo con estas expectativas, sea en una red sociodigital o en un espacio físico como el aula de clases, sentarse en la mesa para cenar con su familia o la asistencia a un ritual religioso, pero lo que distingue al self digital de estos otros escenarios en los que se exige también la adaptación es que hay más elementos que juegan a favor del usuario cuando es una interacción mediada por

la distancia física y real entre las dos personas que permite elegir qué decir, cómo decirlo y cómo presentarse.

Los cambios como usuarios son una constante durante el uso de Tinder, pero también es posible que haya más. En el próximo apartado, se analiza el rol actante de Tinder al identificar qué cambios ha suscitado en los usuarios como personas, esto es, más allá de su uso.

### **5.5.1.2 La experiencia en Tinder: cambios en la persona**

Uno de los aspectos de Tinder que más interesaba investigar fue conocer qué efecto puede tener su uso en la vida de las personas más allá de ser usuarios de la aplicación. Cada persona que se conoce, cada nuevo conocimiento que se incorpora como un aprendizaje, sea obtenido a través de redes sociodigitales o de un encuentro presencial con conocidos o desconocidos, todo ello influye en la visión del mundo que tiene un individuo y en la manera en la que va a relacionarse a través de él. Cada persona puede ofrecer algo nuevo.

El uso de Tinder varía entre cada usuario, pero también influyen los diferentes momentos de la vida de cada usuario como se vio anteriormente. En ocasiones es consecuencia de las experiencias que le ocurren a la persona como usuaria como se vio anteriormente, pero en otras se debe a factores ajenos que ocurren en su vida cotidiana, como el caso de David.

Yo creo que el momento en el que me descargué Tinder coincidió con un punto de inflexión en mi adolescencia porque fue en el momento en el que salí del cascarón y descubrí mundo, digamos. Pase de estar en un colegio de monjas a una universidad pública, de llevarme sólo con gente de mi barrio o alrededores a tener como mejores amigos a gente de Asturias o Cádiz, he visto otros países, he madurado tanto física como mentalmente... y como te comenté, esos cambios se han visto reflejados en mi uso de Tinder (David, 22 años, Madrid, online).

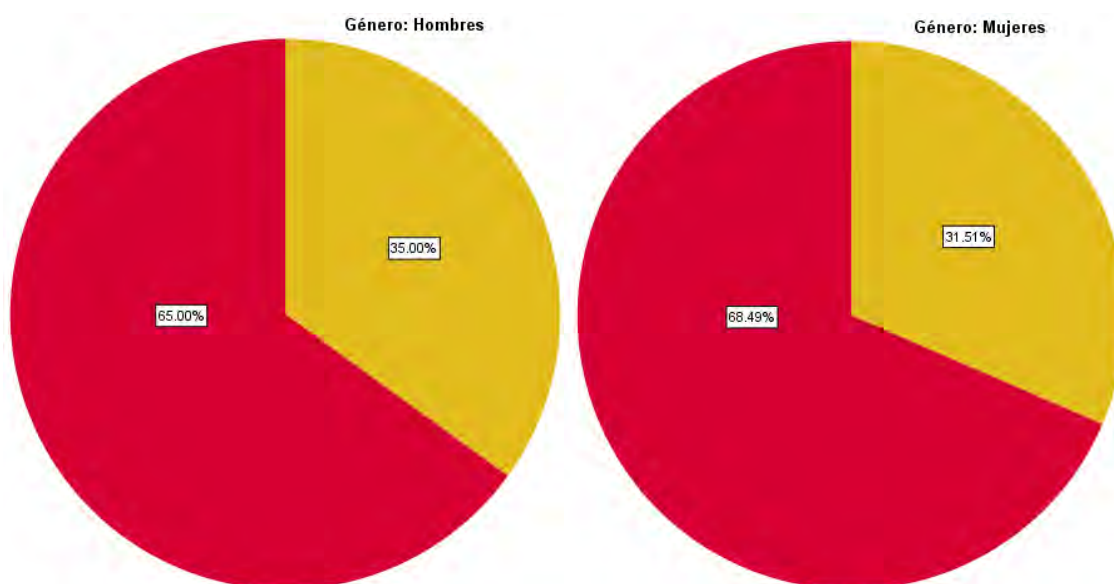
No obstante, así como Tinder absorbe esas influencias externas y se materializan en su uso, también es posible que Tinder genere una influencia sobre las actividades que ocurren en la vida cotidiana, sobre la percepción que tiene una persona de sí misma y sobre la confianza al relacionarse con otras personas.

En este apartado se presentan los resultados de los cuestionarios acerca de qué porcentaje de usuarios consideran que han cambiado desde que comenzaron a utilizar Tinder, así como se discuten los cambios específicos que ellos experimentaron como usuarios y que compartieron en las entrevistas. Esto es analizado a partir del cruce de dos teorías que en apariencia son distantes, pero que ayudan a comprender el fenómeno: el anclaje de la Teoría de Representaciones Sociales de Moscovici para indagar de qué manera la apropiación de lo que significa Tinder se *ancló* en su vida cotidiana y ha afectado su manera de relacionarse, y desde la Teoría del Actor Red para discutir cuáles de estos cambios que se han suscitado en los individuos son producto de la esencia de Tinder y su rol como actante.

Se aplicó la pregunta: “¿Consideras que Tinder te ha cambiado desde que comenzaste a utilizarlo?” en el cuestionario de Madrid, pero no se pudo aplicar en los de la Ciudad de México así que los resultados son sólo los de España.

Hombres: Sí – 35% / No – 65%

Mujeres: Sí – 31.51% / No – 68.49%



Gráficas 59 y 60. *Tinder los ha cambiado – Madrid*

Fue la minoría la que consideró que ha cambiado como consecuencia de su uso de Tinder, un poco más los hombres que las mujeres. Esta frecuencia ocurrió en un promedio del 33%, lo que quiere decir que una tercera parte de los usuarios considera que ha cambiado y es algo muy significativo. Ahora el objetivo es conocer cómo consideran que han cambiado y por qué.



### Cambios en la persona: ganaron confianza en sí mismos

La confianza se puede construir de diversas maneras y el reconocimiento y apreciación que puedan tener los otros por uno mismo, es uno de los más comunes: puede ser al reconocer su esfuerzo en un trabajo que ha realizado, en un deporte de equipo del que formó parte o en una relación, por ejemplo. Lo más importante no es que se le valore positivamente, que lo es, sino el simple hecho de que se le reconozca.

Muchas personas llegaron a Tinder con incertidumbre sobre lo que podrían encontrar, con nervios sobre qué pasará al dar su primer match y sobre cómo iniciarán su primera conversación, así como sobre lo que pueda ocurrir al momento de conocer a su cita, y puede ser común que en una medida importante este nerviosismo sea por el temor a que la otra persona haya esperado más de uno mismo ya que lo único que podía ver era lo que mostraba su perfil, su self digital. Pero poco a poco la conversación y, finalmente, la interacción presencial, ayudan a cotejar las impresiones que se habían creado y a evaluar a la persona más allá de su apariencia digital, fuera de la zona de confort, para algunos.

Cuando empieza a tener conversaciones con otras personas y ver que realmente puede haber una conexión en común, que se simpatizan y que tiene la libertad de expresarse libremente, eso ocurre producto de que ha aumentado el grado de confianza en sí mismo y en la otra persona con la que interactúa. La confianza es un proceso que varía dependiendo de cada caso, pero en Tinder puede tomar más tiempo porque se produce desde cero, incluso es común que el punto de partida sea una desconfianza declarada al no tener información para corroborar quién es la otra persona.

Por estos motivos, Tinder y la experiencia con otros usuarios pueden tener una influencia en la vida de la otra persona, generalmente positiva por lo menos de acuerdo con los resultados observados.

Sí ha influido en mi autoestima. Ha influido en el aspecto de que cuando recién empezaban los problemas, pensé que no le gustaba a nadie, que nadie me encontraba atractivo. Puede escucharse superficial, pero Tinder — y las otras apps —, me levantaron el autoestima al darme cuenta que podría resultar atractivo para alguien más, y mejor para alguien que a mí también me parecía

atractivo. Tal vez no me percibo mejor o peor que antes, pero creo encontré una estabilidad (André, 20 años, CDMX, online).

En el caso de André, a través de saberse reconocido y atraído por otros, cambió la imagen que tenía de sí mismo, sabe que le resulta atractivo a otras personas y que esto incluso ocurre con aquellas que le interesan. Precisamente no gustarle a alguien por quien se siente atracción, esto es, que no sea mutua, es uno de los mayores temores que puede haber al relacionarse con alguien que interesa y es algo que Tinder facilita saber. Independientemente de que la relación con estas personas avance y se convierta en una conversación y después posiblemente en una cita en persona, lo que es un hecho es que se supo reconocido y eso ayuda a construir confianza para relacionarse con otras personas fuera de Tinder.

Fíjate que es un poco extraño, pero como te comentaba era como muy tímida antes y como que darme cuenta de que sí podía salir con chicos más frecuentemente me hizo una persona más segura. Y eso no solamente influyó como en la onda de los chavos, sino como para socializar con otras personas (Yanin, 31 años, CDMX, presencial).

La situación de Yanin es similar. Saberse atractiva en Tinder y poder utilizar la aplicación también para conversar y conocer otras personas sin la presión de la inmediatez y espontaneidad de una situación presencial, le ayudaron a ganar confianza para socializar con todo tipo de personas, dentro o fuera de Tinder. En estos casos, Tinder no sólo es una aplicación para ligar, sino que también es un escenario virtual de interacciones donde se pueden practicar y desarrollar habilidades sociales a través del ensayo, error y aprendizaje.

Me dio un poco más de confianza. Si antes tenía un poco más baja autoestima, me hizo ver que al fin y al cabo con el tiempo conoceré a alguien. Que no tengo por qué tener prisa ni nada de eso. Y de hecho, me hace de rechazar perfiles que antes a lo mejor aceptaría, quiero decir que a lo mejor mi nivel de persona que busco ha subido un poco porque he tenido experiencia y digo “oye, me merezco algo mejor” (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

El caso de Rick también es esclarecedor. No sólo ganó confianza de saberse atractivo tras la ruptura de una relación de varios años, sino que en Tinder pudo conocer a muchas personas en los años que lleva de experiencia y, aunque todavía no encuentra una pareja formal como él busca, su experiencia la he hecho ver que puede estar cerca de encontrar a esa persona especial.

Mi autoestima, desde que empecé con Tinder a ahora, ha subido. Mi autoestima ha mejorado porque, vale, que no he conseguido mi objetivo para tener una relación seria, pero sé que tengo mi nicho ahí y que una persona interesante voy a encontrar. Sé que alguien habrá por ahí que le puedo interesar. La verdad es que eso me ha mejorado la autoestima (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

### Cambios en la persona: ayuda a interactuar con personas incluso fuera de Tinder

La confianza que obtienen a través de la práctica de Tinder puede reproducirse en situaciones sociales en las cuales antes no la tenían, desde conversar con la persona que les atrae, o hablar con extraños en un bar o en una cafetería. Para André, una de las reservas que tenía al interactuar con otras personas era la percepción de sí mismo y las expectativas sobre atraerle o no a otra persona. Tinder le hizo ver que aun si no le atrae a una persona en específico, sí le atrae a otras más. Esta posibilidad de saber que siempre hay alguien más le da más confianza y se manifiesta en sus relaciones.

Fuera de la aplicación también: cuando salía a un antro o de fiesta me resultaba difícil acercarme a alguien; creo que usar estas aplicaciones me dio la visión de que, aun cuando no resulte atractivo para alguien, para otra persona lo voy a ser. Esto ligado a la cantidad de *matches*. Probablemente no le guste a uno, pero a otro sí, y por mí está bien (André, 20 años, CDMX, online).

A Alan le ocurrió algo similar: Tinder le ayudó a tener empatía con las otras personas y a ver el mundo desde su perspectiva, libre de los prejuicios que frecuentemente se asocian. De esta manera, como espejo, Tinder cambió la perspectiva que podía tener sobre otras mujeres, así como, en reflejo, la que tiene de sí mismo.

Definitivamente sí. Para empezar en el caso de Tinder me he encontrado con chicas que son muy lindas y que si yo las viera por la calle pensaría "seguro que está inundada de pretendientes" y a pesar de eso tienen que recurrir a Tinder, ya sea porque se dedican a modelar o cualquier otra cosa que les quita mucho tiempo, quieren más amigos, etc. Me hace pensar ahora que es cierto eso de "la suerte de la fea la bonita la desea". Es decir que he dejado de idealizar como antes a las personas por su atractivo físico porque me ha ayudado a entender que tienen los mismos deseos y necesidades que todos los demás. Lo he visto con amigos y ellos conmigo, porque por

alguna razón a veces piensan que por ser serio y educado soy asexual o algo así (Alan, 22 años, CDMX, online).

Por otra parte, Áyda se mostró más dispuesta a conocer personas en la aplicación y tuvo alrededor de 15 citas con diferentes usuarios. A pesar de que las citas no se convirtieron en algo significativo, encontró una nueva faceta de sí misma y le ayudó a relacionarse con otras personas.

No tengo idea a cuantas pero como unas 15, ninguno funcionó más de lo que debía, pero me abrió mucho las puertas para abrirme más con la gente y conocerme a mi misma (Áyda, 26 años, CDMX, online).

### Cambios en el comportamiento

El primero fue que ganaron confianza en sí mismos y en segundo lugar, esta confianza se manifestó en relación con las otras personas; ahora, en conjunto permiten observar la manifestación de cambios en su comportamiento. Por ejemplo, las expectativas de Gramenauer y su relación con usuarias de Tinder se fue adaptando y cambiando a partir de la experiencia, pero estas transformaciones también ocurren fuera de la aplicación: ahora ya no le afecta tanto a su autoestima sino que es más moderado con respecto a lo que significan esas interacciones, así como le permite ir con más calma en las relaciones que tiene fuera de la aplicación, pero su principal cambio es que ha aprendido a manejar de manera asertiva el rechazo, que no le afecte tanto.

Creo que tolero mejor el rechazo. He normalizado el hecho de que hay muchísimas mujeres que no están interesadas en mí. Antes me bajaba la autoestima, ahora me afecta mucho menos. También me ha ayudado a ir más despacio en las relaciones (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Tinder también ayuda a explorar una faceta distinta de su persona. En el caso de Ana, esta faceta fue en el ámbito de lo sexual, donde pudo enfrentar miedos y reservas que había construido a partir de malas experiencias.

Me ayudó un montón. Mi forma de relacionarme era muy distinta antes de Tinder que después de Tinder. Ana antes de Tinder, al fin y al cabo, me parezco en Tinder, pero antes de Tinder era muy reservada. Sobre todo, en el tema sexual era super cortada, muy mal, porque mis experiencias no habían sido del todo positivas. Entonces, después de Tinder fue totalmente distinto. Yo tenía como una barrera, como no, no, no, hasta que con Tinder, qué más da, si es que igual mañana no te vuelvo a ver. Entonces me fui soltando y fui mucho mejor (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Alan describe una experiencia muy similar a la de Ana, aunque él no se refiere exclusivamente a Tinder ni a Grindr, sino a otras apps similares.

En el caso de las otras aplicaciones, siento que las experiencias han sido mucho más sustanciosas porque me han ayudado a conocer una parte de mí que no conocía, no necesariamente mala pero quizá más pícaro y abierta. Creo que es algo que todos tenemos en mayor o menor medida, pero lo que muchos hacen es reprimirla en lugar de aceptarla por un sentido de culpa y terminan viviendo en la insatisfacción (Alan, 22 años, CDMX, online).

Este cambio que ambos percibieron en su conducta por el uso de estas aplicaciones, a pesar de estar enfocado principalmente en lo sexual, se debe a que ganaron más confianza en sí mismos a partir de su experiencia con otros usuarios, de compartir nuevas experiencias, tanto sexuales como no sexuales, y en resumen, por relacionarse con otras personas. Así, la posibilidad de crear nuevos vínculos y extender sus actividades cotidianas y su círculo de conocidos es algo que en general se reporta como positivo y es una de las características más importantes de Tinder.

La experiencia de socialización y el aprendizaje a partir de la convivencia con otras personas no está limitado a Tinder, por supuesto que esto ocurre también fuera de la aplicación y los aprendizajes son igualmente valiosos, pero también es preciso hacer énfasis en que el temor en las situaciones presenciales puede ser mayor porque no es tan fácil *echarse para atrás*, *resetear* la situación y volver a empezar como si nada hubiera ocurrido. En Tinder, en cambio, se genera una zona de confort por la distancia entre los usuarios y la apariencia de anonimato que, a pesar de que se usen fotos reales y nombres reales, es poca la información adicional que se tiene de la otra persona y puede desaparecer en cualquier momento y nunca volver a verla. Todo esto ayuda a actuar sin el temor de sentirse juzgados (Lenhart, Anderson & Smith, 2015; Strubel & Petrie, 2017; Timmermans & De Caluwé, 2017).

Si bien puede ser muy útil y positiva la zona de confort que genera Tinder para conversar y practicar habilidades sociales o de ligue, también invita a cuestionar si, en algunos casos, no puede provocar un efecto inverso: puede ser tanto el confort de la interacción mediada donde la persona gana confianza y puede actuar con mayor libertad, que esto produce, en consecuencia, que se incremente su inseguridad en una interacción presencial donde el control de la situación es cambiado por la espontaneidad. Esta posibilidad no sería única consecuencia del uso de Tinder, sino que podría pensarse en relación con cualquier medio digital de convivencia, desde Tinder o Grindr, Facebook o Twitter, hasta Second Life o World of Warcraft.

De acuerdo con las entrevistas y con los resultados de los cuestionarios de Madrid, donde 1 de cada 3 participantes reportó haber cambiado a partir del uso de Tinder, se puede observar que sí tiene una influencia en la vida de las personas. Como se decía, todo aquello que se incorpora en su vida, como puede ser un nuevo amigo o una nueva pareja, actores sociales, o un nuevo dispositivo tecnológico como un reloj inteligente o un nuevo teléfono con aplicaciones y recursos que el permitan explotar la realidad aumentada, que serían actantes, afectan de distintas maneras la vida de la persona generando nuevas posibilidades. En este caso, Tinder se destaca porque su influencia puede ser mayor, más inmersiva y que afecte de manera directa al comportamiento de una persona, la relación con los demás y su autopercepción.

¿Fue Tinder lo que provocó que los usuarios se comportaran de manera distinta? ¿Tinder fue ese *empujón* que los llevo a hacer algo que inicialmente no pensaban hacer o actuar? Por lo menos de acuerdo con la experiencia de los usuarios que participaron en esta investigación, no. Sí hubo una influencia y sí se percibe su rol como actante porque modificó su acción, pero no se debe a un impulso desde Tinder como aplicación, sino desde fuera, desde sus propias vidas y deseos particulares, y el rol de Tinder fue filtrar y facilitar su realización, mas no provocarla. Por poner algunos ejemplos, había momentos en que Xiao quería tener relaciones sexuales y buscaba a una persona a través de Tinder, pero es porque se trataba de un deseo ajeno a la aplicación y porque sabe que le facilitará encontrar a alguien; Gramenauer utilizaba Tinder con la intención de buscar relaciones sexuales también, pero fue notando que se podía buscar también una pareja y encontró potencialmente una, y Ana pudo expresar una faceta distinta de sí misma, y por distinta no se debe de entender que no era ella ni que Tinder la haya provocado, sino que fue la aplicación la que facilitó que tuviera la confianza de explorarla y expresarla ya que a pesar de que antes ya la reconocía como propia, no la mostraba. Estos casos son ejemplos de los cambios que ocurren a

través de Tinder en Tinder, pero no necesariamente provocados por Tinder, sino como una expresión de factores externos.

### **5.5.2 La experiencia Tinder: percepción de cambios en la representación de la pareja, la estabilidad y el compromiso**

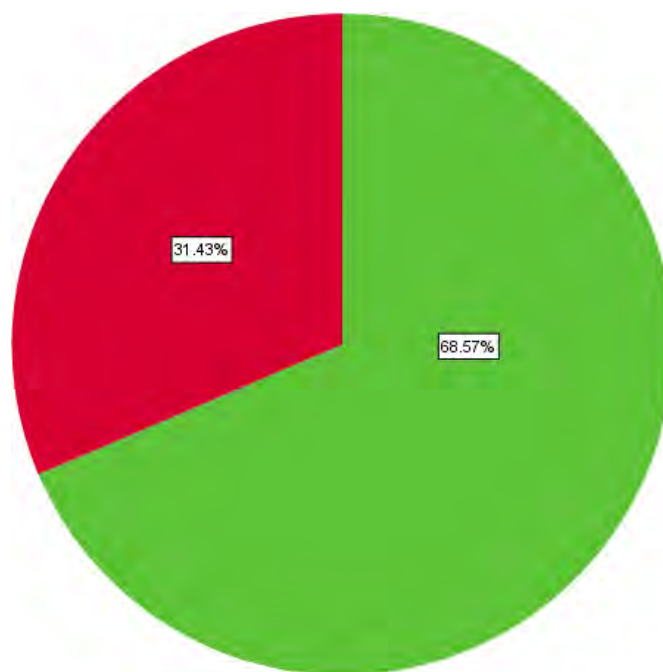
La intención de este apartado fue sugerir la discusión y reflexión sobre un tema que debe de problematizarse e investigarse con profundidad y de manera específica: ¿está cambiando el significado de la pareja, la estabilidad, el compromiso y lo que los jóvenes esperan construir en relación con la otra persona? Es una pregunta muy compleja, como puede anticiparse, y no es la intención, ni tampoco es posible, explicarla de manera completa en este breve apartado. No obstante, se hicieron preguntas tanto en los cuestionarios como en las entrevistas para conocer cuál era la opinión de los usuarios de Tinder respecto al tema y que estos resultados puedan motivar otros estudios.

La pregunta y planteamiento sobre el compromiso es engañoso. No es sencillo percibir cuáles son los cambios en la representación de la pareja y del compromiso porque no hay una sola idea de lo que éstos significan, por el contrario, en la actualidad, todavía más que en épocas pasadas, hay una mayor apertura hacia las diferentes formas de construir una vida en pareja: cada vez hay más parejas que eligen vivir en unión libre y los divorcios cada vez son más comunes porque se reconoce como algo normal que las relaciones no siempre funcionan y que cuando ocurre así, es mejor terminarlas que forzarlas. Por otra parte, también hay una mayor proliferación de las parejas abiertas, esto es, que pueden estar con otras personas y no hay exclusividad.

En los cuestionarios se les preguntó si creían que estaba cambiando el significado del compromiso en una relación con la intención de provocar respuestas.

En el primer cuestionario se les preguntó si consideraban que estaba cambiando el compromiso. Las opciones de respuesta eran simplemente “Sí” o “No”. Como se puede observar, la pregunta estaba muy abierta con la intención de que refleje lo que puedan entender por compromiso con total libertad. Por otra parte, las respuestas estaban muy cerradas con la intención de limitar la diversidad de respuestas para problematizar la percepción de compromiso.

## CIUDAD DE MÉXICO (1)



Gráfica 61. *Está cambiando el compromiso México 1*

Los resultados son de toda la población de usuarios en general, tanto hombres como mujeres. No había diferencia significativa si se separaban. El 68.57% indicó que sí consideraba que el compromiso estaba cambiando, un porcentaje muy elevado.

El resultado tan alto motivó un interés por indagar más al respecto, así que se repitió esta pregunta tanto en el segundo cuestionario de la Ciudad de México como en el de Madrid con una diferencia: en las opciones de respuesta, se sugirieron significados a lo que implicaba decir sí o decir no:

Sí. Como es tan fácil conocer personas, el compromiso en una relación es menor porque se puede cambiar de pareja.

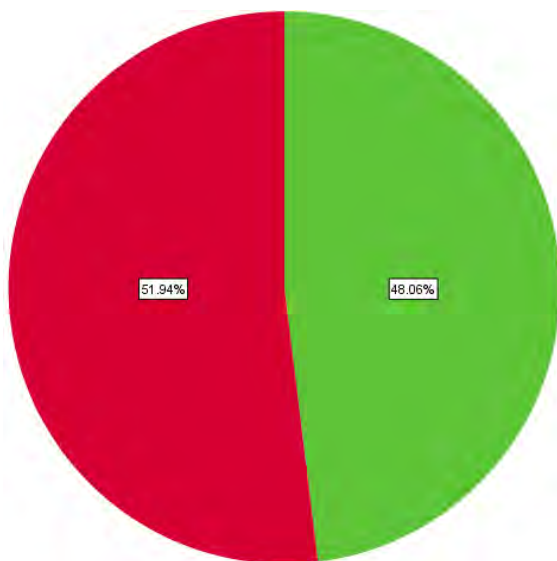
No. El compromiso en una relación no se ve afectado por la existencia de aplicaciones y páginas para citas.

El objetivo de plantear las opciones de respuesta de esta manera fue orientar la percepción que podrían tener sobre un sentido común asociado con la idea de compromiso. Por supuesto que es un tema mucho más grande que invita a una mayor diversidad de miradas analíticas, pero en



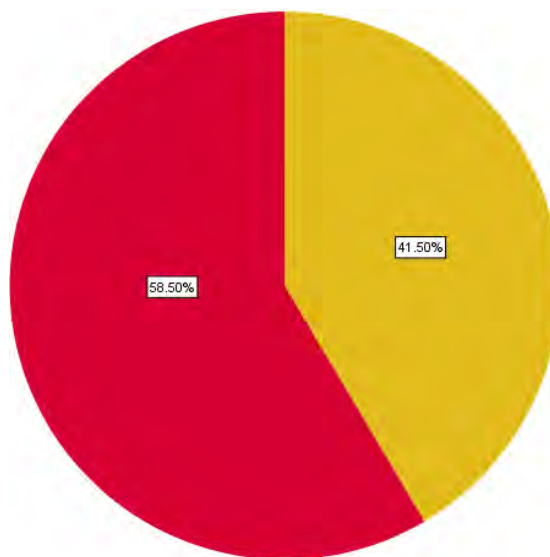
este caso se dirigió hacia la estabilidad de una relación frente a la posibilidad de saber que pueden encontrar una pareja distinta con relativa facilidad, por lo menos en el imaginario de Tinder. Los resultados son los siguientes.

**CIUDAD DE MÉXICO (2)**



Sí: 48.06% / No: 51.94%

**MADRID**



Sí: 41.50% / No: 58.50%

Gráficas 62 y 63. *Está cambiando el compromiso México 2, Madrid*

Aquí se puede observar un primer cambio: los primeros encuestados reportaron en un 68.57% considerar que el compromiso estaba cambiando, pero en el segundo cuestionario, con la pregunta más específica, cambió y ahora se redujo al 48.06% también en la Ciudad de México. Es difícil asegurar qué fue lo que motivó que los resultados fueran tan distintos, pero como una primera aproximación permite reflexionar sobre lo complejo que es discutir el compromiso y la estabilidad de una pareja al ser un tema subjetivo y dinámico.

En el caso de Madrid, tanto hombres como mujeres contestaron de manera similar. La mayoría, el 58.50%, no cree que haya cambios en el compromiso de una pareja por la existencia de aplicación como Tinder. Por otra parte, en la Ciudad de México fueron más que en Madrid quienes consideraron que sí estaba cambiando, aunque tampoco fue la mayoría; no obstante, si

se analiza por género sí hay una diferencia: 57.58% de los hombres cree que sí ha cambiado el compromiso, mientras que en el caso de las mujeres es significativamente más bajo, 38.10%.

Estos resultados actúan como indicadores de que, por lo menos, una proporción alta de usuarios de Tinder cree que el uso de la aplicación puede afectar a la relación que mantiene formalmente una pareja. Para poder analizarlo con mayor detalle, se les hicieron preguntas similares, así como se indagó en lo que ellos podrían percibir como compromiso en una relación.

#### **5.5.2.1 El compromiso de las parejas en la era de Internet: Formas distintas y nuevos miedos en las relaciones mediadas**

La comunicación ha cambiado y, en consecuencia, evidentemente también la comunicación entre las parejas, tanto en los tiempos como en las formas. Todo ello conlleva ventajas y desventajas, nuevas oportunidades y nuevos temores. La posibilidad de estar en contacto en todo momento permite extender y fortalecer una relación independientemente de la distancia, así como ofrece nuevas formas para interactuar, ya sea a través de redes sociodigitales, de servicios de mensajería instantánea, de videoconferencias o mensajes de voz, de envío de fotografías o videos sobre lo que está haciendo en un momento determinado, todos ellos elementos que permiten acercar lo lejano y extender el sentido de lo que puede ser la pareja. No obstante, por otra parte, todas estas posibilidades también pueden materializarse en un mayor control producto de otros miedos, así como los celos por malinterpretación de mensajes o contenidos de redes sociodigitales, nuevas necesidades en las interacciones como responder de manera inmediata o por lo menos responder si el medio utilizado ya ha indicado que la otra persona está conectada y además vio el mensaje.

Los avances tecnológicos en comunicación que recientemente se han superdesarrollado están modificando la manera en la que se construyen relaciones, tanto de pareja, como de amistad, laborales, familiares, etc. Se generan nuevas formas y nuevos códigos. La distancia física y temporal pareciera perder importancia al ser remplazada por una inmediatez y elementos que permiten estar en un control de la situación, aunque muchas veces más en apariencia que en realidad.

Sí, creo que el compromiso en una relación ha cambiado bastante; no solo porque existen aplicaciones como Tinder, sino con las redes sociales como Facebook o Twitter. Creo yo es un cambio generacional por todos los cambios sociales que ha habido, no solo por las aplicaciones. Vivimos en un mundo donde la información viaja rápidamente y las posibilidades de conocer gente son facilísimas, es un factor muy importante. Además, creo que nuestra generación está acostumbrada a tener todo rápido y, cuando nos aburrimos de algo, podemos conseguir otra cosa rápidamente (André, 20 años, CDMX, online).

Por otra parte, se debe de recordar que aunque su impacto es real, esto no es algo nuevo: las cartas redujeron distancias y expresaron nuevas formas de relacionarse, por ejemplo, así como también el teléfono; además, los problemas aquí descritos no son exclusivos de las redes sociodigitales y la comunicación mediada, sino que son transversales a todas las formas de expresión aunque con diferentes formas. Lo importante aquí es hacer énfasis en que estas tecnologías no crean estas oportunidades y temores, sino que los potencian, no sólo como un imaginario, sino también como una realidad en su alcance.

En el caso de Tinder, los entrevistados describieron cómo, en general, no consideraban que fuera la aplicación causante de estos cambios, sino un medio más en el que se pueden visibilizar y materializar. Además, es importante que identifiquen la naturaleza de los cambios en lo sociocultural e histórico antes que en lo tecnológico.

No solamente a causa de Tinder. En general la tecnología y el consumismo nos han hecho asumir que cuando algo no funciona lo más fácil es simplemente reemplazarlo o desecharlo en lugar de trabajar en ello o arreglarlo (Alan, 22 años, CDMX, online).

Al contrario, para Arely el cambio se hace más evidente en el modo en que se conoce a las otras personas, algo que tiene repercusiones sociales.

No, al final el compromiso existe, sólo es la forma en la que cambia el conocerse, antes salías a la calle y podías hablarle o no, ahora empezar hablarle a alguien es muy sencillo, ya que tienes ganado el no pero puedes ir por un sí (Arely, 27 años, CDMX, online).

Sonia indica que no se debe de descuidar el rol que juegan los medios masivos de comunicación en la manera en la que se construye la representación de la pareja y que ésta influye en la manera en la que se pueden comportar las personas.

Siento que los chavos dependen de muchas cosas. La misma tele e Internet. Siento que ponen el compromiso como muy frágil, muy fácil: pero tengo como a tres personas disponibles. Y esa visión se está implantando en los jóvenes y Tinder no ayuda en ese sentido. Pero no es Tinder, sino que es algo que pasa como sociedad (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Tinder no ha creado nuevas formas de relacionarse, sino que es respuesta a cambios que se están suscitando en la sociedad sobre cómo iniciar y mantener la relación con otras personas, sobre todo tras una mayor normalización de medios digitales, aunque el cambio dista de ser exclusivo por el desarrollo tecnológico. El ejemplo de Xiao es esclarecedor: Tinder no provoca que haya más parejas abiertas, poliamorosas, sino que facilita su realización.

Antes te decían una pareja tiene que ser super unido, cerrado, una relación de dos personas, tal, pero cada vez hay más parejas abiertas. Las parejas más abiertas, tienen sexo con otros, no dudo de que se quieren mucho y tal, tienen un amor entre ellos, pero de relación sexual buscan algo nuevo porque a lo mejor les aburre estar teniendo sexo con la misma persona. Es como “somos pareja abierta”, “buscamos sexo para tres”. Pues mira, muy bien, pero es como que del sexo se está transformando mucho. El sexo antes era cosa de dos personas, amor y tal, más tradicional; ahora, como se está modernizando tanto la sociedad, el sexo se está convirtiendo en una manera de entretenimiento más que amor. [...] Las parejas abiertas me parecen lo más moderno que hay. Saben diferenciar tan bien el sexo del amor que digo “joder”, por ejemplo, yo no podría. Si le quiero a la otra persona, lo querría todo para mí y yo sería para él. Pero es que no sé, a veces me confunde un poco ese concepto de relación abierta porque estás a la vez en las aplicaciones buscando a alguien nuevo para tener sexo, pero luego estás con la otra persona tan unido. A lo mejor es una relación más frágil [...]. La sociedad cambia, entonces los conceptos cambian. Todo cambia. La creación de estas aplicaciones también fomenta este cambio. Te da la facilidad de acceder a este nuevo concepto de amor. Es como que mutuamente están generando, provocando una nueva corriente o revolución sexual porque las aplicaciones realmente están ayudando muchísimo a esto del sexo expés y conocer gente. Es todo de una manera tan alienada que da un poco de pena a veces (Xiao, 18 años, Madrid, presencial).

Los cambios se visibilizan a través de medios digitales utilizados para comunicarse, pero son de un origen social. Hay mayor libertad para elegir pareja, así como medios para conocerla y para construir y mantener esa relación, así como para terminarla. Hay menos ataduras, pero eso no significa que no haya compromiso, sino que cada vez hay una mayor confianza, seguridad y libertad para que cada persona pueda tomar la decisión que quiera.

El miedo al compromiso, que antes concebíamos como un “no estoy listo”, ahora es como un “me vale”. ¿Por qué quedarme con una persona cuando tengo un chingo de posibles matches? No es un miedo al compromiso, no sé cómo llamarlo, sino que simplemente no nos interesa el compromiso o es un compromiso mucho más fugaz. “Chingón, la pasé muy bien contigo, pero creo que quiero seguir conociendo más allá” (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

### **5.5.2.2 Cambios en la estabilidad y en la manera de mantener una relación con su pareja**

En el apartado anterior se discutieron diversas significaciones de lo que implica el compromiso y la manera en la que puede estar cambiando la manera de mantener una relación. Esto lleva a preguntarse si realmente se están generando cambios y, de ser así, cómo se están manifestando.

El uso de recursos digitales puede ayudar a mantener una relación a distancia, pero en el caso de Tinder en concreto, puede funcionar como un sustituto de la otra persona para situaciones específicas, en este caso, exclusivamente para relaciones sexuales sin que se esté buscando una relación más profunda.

Creo que depende de los acuerdos que tengas con tu pareja. Tengo una amiga que tiene una relación a distancia y me dice “es que yo sólo quiero sexo”. No creo que están peleados Tinder y el compromiso. Depende de cómo lo tengas entendido con tu pareja (Sonia, 26 años, CDMX, presencial).

Mientras que Karen está de acuerdo con Sonia, agrega que los cambios tienen una motivación sociocultural más profunda, por ejemplo, en el caso de las mujeres que describe.

Creo que ha cambiado tanto no sólo por este tipo de redes sociales, sino en general cambian las tendencias de comportamiento. Las mujeres de mi generación no tenemos hijos en relación con las de mi mamá. La idea del compromiso y del matrimonio también son muy distintas y eso se refleja en las redes sociales, no que ellas las provoquen (Karen, 31 años, CDMX, presencial).

Si bien Tinder tiene que ser analizado en este aspecto porque su motivación principal es conectar personas y en muchas ocasiones se desea una relación formal, mientras que también hay casos en que lo utilizan estando ya en una, éste es un riesgo común con la mayoría de las redes

sociodigitales. El uso que se haga de Tinder depende de cada persona y esta representación y temores es algo que muchas veces motiva a que se discuta eliminar la aplicación una vez que se inicia una relación formal con alguien, aunque no fue el caso de Ivette.

Yo creo que depende de la edad y la madurez, de tus valores y principios y todo eso. Yo sé que si conoces a alguien bien, que piensa como tú y eso, aunque esté el catálogo ahí, pues equis, no importa. Igual me tocó. Salí con alguien y él nunca me dijo que quite Tinder ni yo le dije quítalo, pero sólo salíamos él y yo y estoy super segura de eso. Depende de la persona que elijas (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Finalmente, como Efrén señala, la percepción de que en Tinder el compromiso podría estar en riesgo puede ser falsa en muchos casos. Si bien el usuario sabe que tiene a un clic de distancia a muchas posibles parejas, tampoco es tan fácil lograr conocer a una persona que pueda ser especial y con la que se tenga un interés mutuo. Asimismo, Efrén destaca un punto muy importante: la emoción que genera el contacto en una primera ocasión, sobre todo si es de las primeras personas con las que se hace match o que se conoce, puede ser mayor inicialmente como una respuesta emocional que un pensamiento racionalizado tras haberlo confrontado con la realidad de la compatibilidad.

Creo que el compromiso no ha cambiado, ¿Por qué?, es cierto Tinder y otras aplicaciones nos apoyan a conocer a gente de tantas partes y con tan diversas características que nos brindan la facilidad de “probar” tanto como queramos. Lo que la gente llama “compromiso” es simplemente un espejismo, pues a la primer cita o al primer contacto se crea un amor o un click imaginario, dentro del cual nos vamos envolviendo y vamos haciendo creer con el paso del tiempo. Una vez transcurrido este tiempo ese click resulta que NO ERA CLICK solo fue un poco de emoción, y que el amor o cariño que se sintió pues tampoco era tan grande como se decía, por lo que se termina con dicho “compromiso” y regresamos a la realidad virtual (Efrén, 30 años, CDMX, online).

El match tiene un valor más simbólico que real, no garantiza nada, sino que es hasta que se confronta en la conversación cuando se puede empezar a validar si realmente existe esa compatibilidad con la otra persona.

Para nada. Porque es cierto que puede ser más fácil conocer a otras personas gracias a las apps, pero en absoluto es fácil lograr una buena conexión o un compromiso serio. Realmente, creo

que es mucho más sencillo arreglar los problemas que puedan surgir con una pareja, que llegar a conocer a través de Tinder a alguien que la reemplace. A mí, de hecho (y supongo que no seré la única), Tinder me resulta tan cansado y poco interesante, tan difícil dar con alguien que pueda destacarse entre el resto, que si tuviera pareja, antes haría lo que fuera por rescatar esa relación que pensar en volver a buscar a alguien ahí, jaja (Sofía, 26 años, Madrid, online).

### **5.5.2.3 Percepción de cambios que produce Tinder sobre el compromiso y las relaciones**

Retomando lo analizado anteriormente, el compromiso y las relaciones afectivas están cambiando y a pesar de que no es exclusivamente consecuencia de Tinder y redes sociodigitales, sí se percibe una influencia. Aquí se discute concretamente cuál es la percepción del efecto particular que tiene Tinder que en general es muy sencillo: saber que existe la posibilidad de gustarle a alguien más.

Sí tiene mucho que ver que en cualquier momento todos nos podamos conseguir a otra persona, pero no creo que se base en eso; se basa en quién te crees tú que eres como para saber que si vas a tener una relación y aunque estés abierto y puedas conseguirte un hombre cada noche, pues no hay necesidad de hacerlo. Y si puedes confiar en tu nueva pareja, aunque la hayas conseguido en Tinder, solamente ser muy segura y pues si vamos a tener algo, pues qué bueno, no necesitas estarte llenando la cabeza de “y si lo abre” “y si me engaña”. Realmente con o sin Tinder siempre lo van a hacer o no lo van a hacer (Ivette, 28 años, CDMX, presencial).

Así como es más fácil conocer a alguien en Facebook, en Tinder o en Instagram, también es más fácil desecharlos con un mensaje de WhatsApp. Lo tienen fácil entre comillas. Y digo fácil entre comillas porque no es fácil. Pero te da esa sensación de que al menos no tienes que verlo a la cara. (Alex, 26 años, CDMX, presencial)

Como se ha dicho, saber que se puede conocer a alguien más y que Tinder acerca a miles de personas y las pone a un clic de conocerlas, no significa que por ello vaya a haber interés y compatibilidad; no obstante, lo más importante aquí es creer que puede haberlo y es lo que impulsa a que se utilice. El desear creer en una posibilidad es algo que motiva a las personas en cualquier situación cotidiana, no sólo en el deseo por encontrar una pareja. Tinder no es la excepción.

La percepción de esta posibilidad puede desestabilizar las relaciones. Por ejemplo, tener descargada la aplicación de Tinder en el teléfono móvil puede generar una alerta de infidelidad o de deseos de esa posibilidad ya que, debido a sus usos más comunes y la orientación objetiva de la aplicación, es difícil justificar su descarga de otra manera. Por ello es un tema común que se suele discutir. Gramenauer reconoce en Tinder un riesgo potencial para relaciones que se han deteriorado por problemas específicos y que no han logrado sanarlos, pero no por ello sería un riesgo para una relación sólida. Una relación deteriorada estaría en riesgo también a pesar de que no fuera por Tinder, pero la aplicación lo aumenta por saber que se puede conocer a alguien más. Él no le fue infiel a su pareja, pero sabía que su relación estaba dañada y no pensaba que se pudiera recuperar, así que la presencia de Tinder fue una motivación para terminarla porque sabía que podía conocer a otras personas. Por ello, Tinder tras una ruptura amorosa es muy común, aun si no es el motivo principal.

Creo que la aparición de Tinder puede ser nociva para algunas relaciones estables. Es más fácil ser infiel y más fácil dejarse llevar por la tentación de mirar y probar ese gran mercado de solteras, pudiendo encontrar mujeres de todo tipo. Dicen que no valoramos lo que tenemos y siempre queremos lo que no tenemos. En mi caso, hace tres años, la relación con mi pareja estaba muy deteriorada y deseaba descargarme Tinder y ligar con otras mujeres con facilidad. No diría que Tinder fuera un factor determinante para romper mi relación, pero sí que fue un incentivo, puesto que me daba la impresión de que sería muy fácil encontrar otra pareja estable o bien otra mujer con la que tener relaciones. Pero no tiene por qué afectar a conflictos de relaciones a largo plazo, siempre que sea una relación estable y sincera (Gramenauer, 29 años, Madrid, online).

Yolanda además destaca que la paranoia que se puede tener hacia la pareja puede ser todavía más nociva por la presencia de Tinder ya que es difícil de rastrear lo que ocurre ahí, como puede ser con redes sociales y servicios de mensajería. Por ello es que las relaciones que se encuentran en mayor riesgo en estos escenarios son aquellas que ya se han deteriorado. A pesar de esto, Yolanda hace una observación muy importante: mientras que aumenta la posibilidad de ser infieles por usar la aplicación, también se incrementa la posibilidad de ser reconocidos si algún amigo o amiga de la pareja le encuentra en la aplicación y, en consecuencia, lo comenta con su pareja por lo sospechoso, frecuentemente justificado, que sería aparecer en Tinder, todavía más cuando se hace específico que está buscando una relación sexual o formal.



Si estás desconfiando de la otra persona, hay un momento en el que te vuelves paranoica y empiezas a pensar seguro que está con otra. Entonces, si para mí la opción de que puede conocer a otra persona en la calle dices “puf, qué miedo”, es verdad que si está en Tinder o así... Pero también pienso que si está en Tinder le pueden pillar más fácilmente. De hecho, muchas veces he hablado con mis amigas de uno que tiene novia y de repente me ha salido en Tinder y dices “uh, ¿qué es esto?”. Es más fácil, pero a la vez es más fácil que te pillen. Te puede ver gente que no te conozca de nada o gente que te conozca muy bien (Yolanda, 24 años, Madrid, presencial).

Tinder no ha creado un nuevo modelo de cómo debe de ser una relación de pareja, al contrario, como se ha mostrado, con frecuencia se utiliza para buscar a alguien con quien iniciar una relación formal. El hecho de que se inicie en Tinder no quiere decir que tenga mayores riesgos de que haya incidencias de infidelidades. Lo que sí genera Tinder es la certeza de que hay muchas más personas disponibles. En el caso de Ana, hubo una etapa en la que solía quedar con distintos hombres con frecuencia, en días consecutivos, y a pesar de que no olvidaba sus nombres, como señala, sí podía llegar a confundir las conversaciones que había mantenido con cada uno de ellos. Esto es, si bien Tinder no deshumaniza a las personas a partir de lo que se podría asumir con la analogía de mercado, si puede desindividualizarlas, hacer de los otros un *otro* genérico como usuario de Tinder, por lo menos hasta que se destaque de las otras personas.

A ver, a mí esa etapa [los primeros días de uso de Tinder] entre que no tenía mucho que hacer y que había que quedaba jueves, viernes, sábado y domingo con gente diferente, me decían “a ver, no te confundes de nombre y tal” y yo “de nombre no, pero igual y alguna cosa que me han contado, se me olvida” (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

Por su parte, Rick también está de acuerdo con Ana en tanto que Tinder te hace saber que hay una gran diversidad de posibles parejas a tan solo un clic de distancia, pero al mismo tiempo él se sabe una de tantas posibilidades para las personas con las que hace match. Esto ocurre en situaciones presenciales con personas que se conocen en un bar, en un concierto, en una fiesta o en la universidad o el trabajo, por ejemplo, pero en Tinder el número es mucho mayor, así como se les puede ver a todos juntos en una lista aumentando la percepción de Tinder como catálogo o mercado. Para él, esto sí puede tener repercusiones en la estabilidad que pueda tener una pareja por la certeza imaginaria de que puede cambiar de pareja con facilidad.

Sí. El otro día lo estaba hablando con mi mejor amigo y creo que aplicaciones como Tinder están bien porque te permiten conocer a más gente y tener más oportunidad, pero precisamente por esa mayor oportunidad y mayor mercado, es más difícil que algo congenie, porque como que tanto por una parte como por otra puedes estar pensando en qué otras posibilidades tenías y eso quizás haga más difícil que eso funcione a más largo plazo. Te facilita el primer contacto, pero el más largo plazo lo dificulta. “Oye, me gustas, pero es que tengo a 10 tíos ahí esperándome”. O lo tienes muy claro, yo por ejemplo que lo tengo muy claro, pero incluso teniéndolo muy claro, lo que te comentaba antes, tuve que cerrar Tinder porque si no te sale ahí la tentación. [...] Yo creo que ha tenido un efecto de que como es tan fácil ahora, pues haya más gente que quiera algo esporádico y ya está. Es una cosa que hablándolo con mi mejor amigo, me ha entristecido que ahora como que el contacto físico tenga menos significado que antes. A lo mejor incluso tener sexo es que tiene menos significado antes. Quizá antes también sin tener aplicaciones en los años 80 pues también era así, pero no sé (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

A Alex le ha ocurrido exactamente lo mismo. La persona con la que hizo match le ha dicho que es una de tantas otras personas más. Al entrar a Tinder es algo que se sabe, pero que pocas veces se asume o se reflexiona. Uno es activo y pasivo; uno tiene muchos matches, pero al mismo tiempo es uno de tantos matches de la otra persona.

Me pasa a mí un poco, pero sobre todo me ha pasado con gente con la que he intentado yo una relación me han dicho “está padre, pero hay muchos matches, hay muchas personas más”. Es esta ilusión de que hay muchas personas que te pueden gustar (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

En conclusión, el compromiso es un tema subjetivo. Cada persona lo entiende de manera distinta y lo practica de manera distinta. Su significado y motivación puede variar dependiendo del momento de su vida en el que se encuentre y de los intereses que tenga. Lo que es un hecho, es que Tinder crea una sensación de tener a un gran número de personas más cerca, aunque en la realidad se encuentren más distantes o sean incompatibles a pesar de haber hecho match. Pero eso no importa. Como se ha dicho, la relación que se construye con las otras personas es antes imaginada que real, se relaciona con una construcción de la otra persona a base de una representación social donde está situada, su imagen está moldeada por deseos y temores sobre lo que significa ser usuario de Tinder, así como lo que significa que el propio usuario también lo sea. El compromiso es algo que se construye como parte de un proceso y que si la relación es sólida el compromiso también lo será, pero si la relación está deteriorada, su ruptura puede

acelerarse por la existencia de Tinder, como de aplicaciones similares. En conclusión, su influencia es real, mas no absoluta. Es un tema que debe de investigarse con mayor detalle.

Yo creo que influye bastante. Ahora mismo no es como antes que tenías una pareja para estar toda tu vida. Ahora tienes una pareja con la que crees que estás perfecto, pero lo dejas y al día siguiente encuentras una mucho mejor que la anterior. Entonces pienso que siempre vas a encontrar a alguien mejor que el anterior. [...] La gente se compromete mucho más tarde. Primero quieren experimentar (Ana, 22 años, Madrid, presencial).

### **5.5.3 La autopercepción en Tinder**

La autopresentación en Tinder fue analizada en el capítulo 4 (Ver p. 117) como un proceso elemental de la virtualización del self ya que el individuo se construye como reflejo de lo que cree que esperan los otros (Caro Castaño, 2012). Un elemento que se destaca para hacer un análisis por separado, pero que constituye parte de la autopresentación, es la autoestima, debido a que es un factor que puede influir en la relación que se construye con los otros, así como puede reflejarse en la creación del perfil.

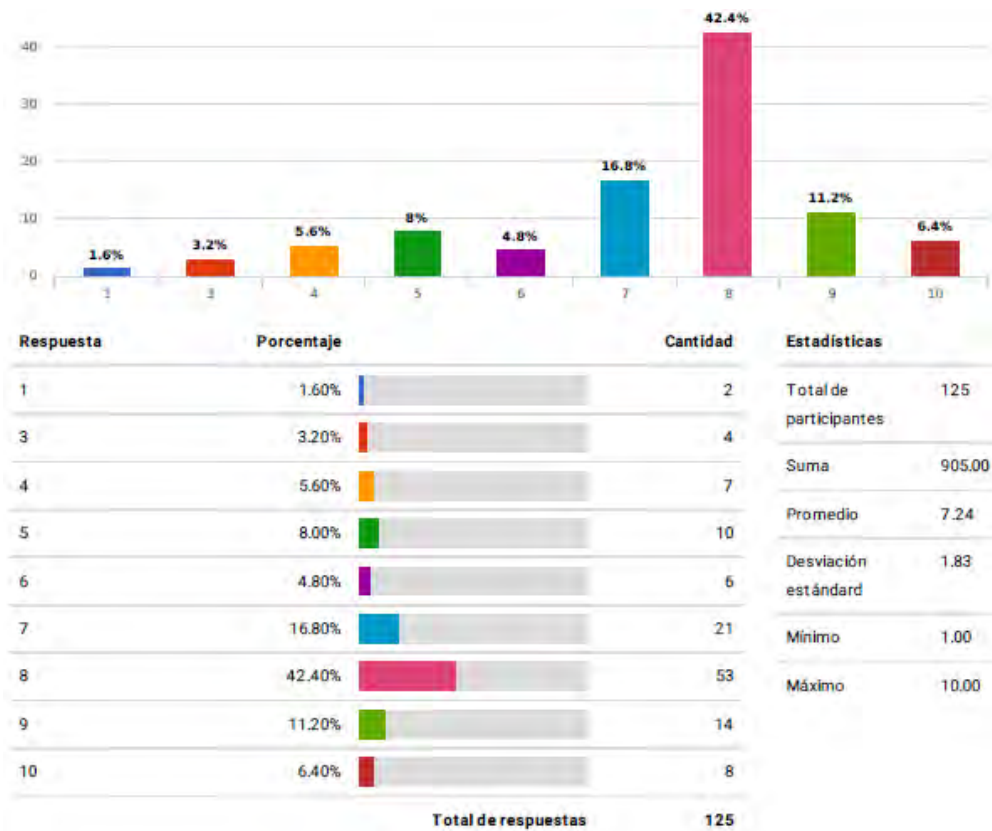
La mayoría de los usuarios expresó una relación entre su uso de Tinder y un impacto en su autoestima, sobre todo por lo que les significó en un momento determinado empezar a hacer matches y/o conocer personas. En todos los casos en que mencionaron el tema, lo hicieron de manera positiva. Por otra parte, para tener una mirada más amplia del significado de este aspecto, en los cuestionarios se hicieron algunas preguntas que pretendían no conocer su autoestima, porque eso es muy complejo y no es un objetivo concreto, pero sí conocer qué autopercepción tenían de ellos mismos y qué rol desempeñaba en la relación con los demás.

En los cuestionarios se les pidió algo muy sencillo: “Asigna un valor del 1 al 10 según qué tan atractivo consideras que es tu perfil”. El enunciado estaba expresado de manera muy amplia para que contemple tanto un juicio a su apariencia como a lo que reflejan sus fotografías y descripción, esto es, sobre todo, su self digital, la manera en la que ellos mismos están proyectados en su perfil de Tinder.

En las gráficas que se muestran a continuación se puede apreciar que la diferencia más clara entre los usuarios de la Ciudad de México y los de Madrid está entre quienes se asignaron 6 o 7, que es mayor la incidencia en Madrid. La distribución es similar, pero en la Ciudad de México predomina una autopercepción de 8 en casi la mitad de todos los usuarios. Asimismo, es más común que sea en esta ciudad donde se asigne una calificación muy alta, entiéndase 8, 9 o 10, en comparación con Madrid, donde es menor y el pico se encuentra entre 6, 7 y 8. En Madrid, el 15.82% se asignó una evaluación de entre 0 y 5, mientras que en la Ciudad de México el porcentaje fue de 17.40%.

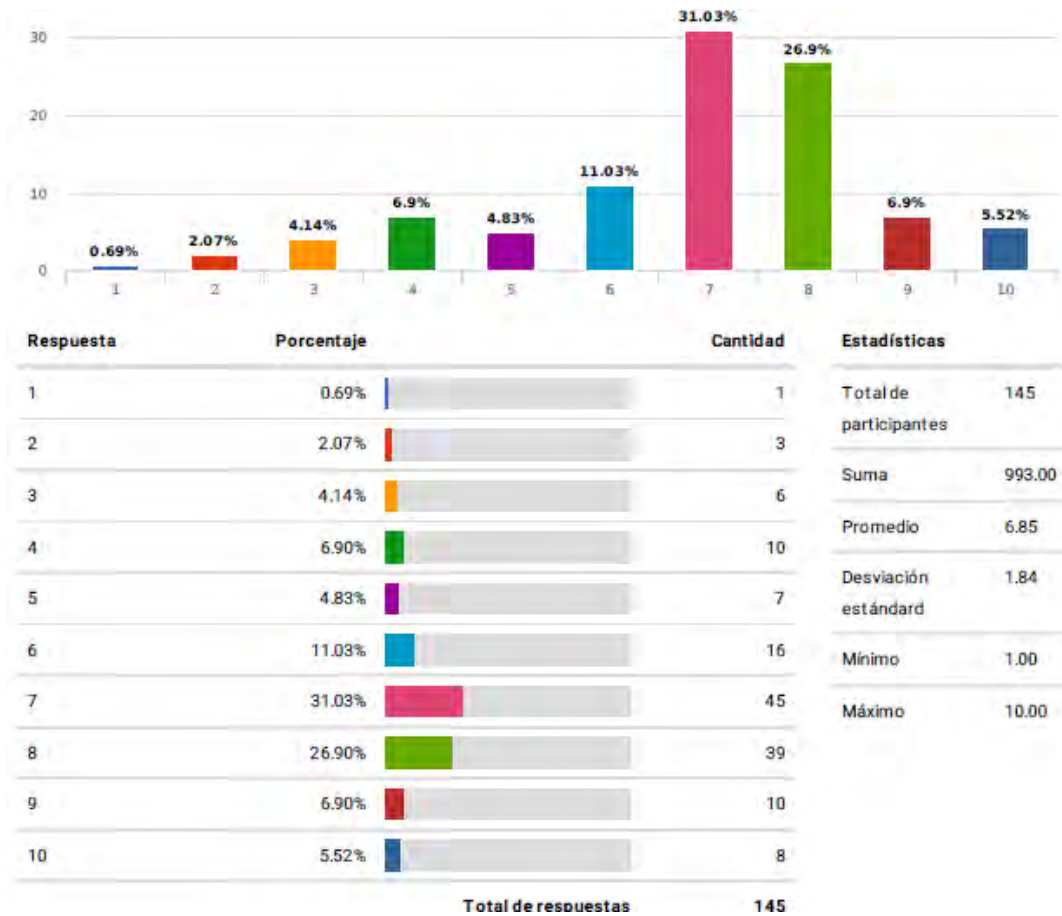
En general, las diferencias entre las dos ciudades son pocas. La mayoría de los usuarios suele tener una autopercepción positiva de sí mismos, pero también es moderada, esto es, se puede interpretar como que saben que no tienen el mejor perfil y creen que podrían mejorarlo, pero reconocen que puede ser atractivo

### DISTRIBUCIÓN DE CIUDAD DE MÉXICO



Gráfica 64. *Autopercepción usuarios de CDMX*

## DISTRIBUCIÓN DE MADRID



Gráfica 65. *Autopercepción usuarios de Madrid*

Si bien no se puede percibir la autoestima con estas preguntas, ni tampoco es la intención, sí se desea tener una primera aproximación de la percepción que tienen de sí mismos y, a través de sus experiencias, del impacto que pueda tener en su autoestima. Se han realizado diversos estudios sobre la autoestima en las redes sociodigitales, en particular en Facebook (Eckler, Kalyango & Paasch, 2016; Fardouly & Vartanian, 2016) y Tinder (Strubel & Petrie, 2017) debido a que son espacios donde se hace una sobreexposición de uno mismo frente a un auditorio poco definido y con potencial de crecer todavía más, además de que son espacios caracterizados por la evaluación del otro o de lo que publica el otro, ya sea una evaluación visible a través de likes o discreta a través de la comparación invisible en la que el propio individuo se comprende en relación con los otros, con el performance de los otros.

<b>Percepción del atractivo propio</b>						
	<b>Ciudad de México</b>				<b>Madrid</b>	
	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Exusuarios*</b>	<b>No-Usuarios*</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Promedio</b>	7.00	7.56	6.81/7.03**	6.82/7.00**	6.44	7.21

Tabla 89. *Percepción del atractivo propio CDMX y Madrid*

\* A los exusuarios se les preguntó por el momento en que tenían su perfil, mientras que a los no-usuarios se les pidió que imaginaran crear un perfil y a partir de ello la percepción que tendrían de sí mismos.

\*\* Los promedios refieren a hombre/mujer

En la Ciudad de México, el promedio la de autopercepción del atractivo de perfil fue más alto que en Madrid tanto en hombres como en mujeres, así como fue mayor en mujeres que en hombres y entre usuarios activos que exusuarios y no-usuarios. Asimismo, se identificó que una variable con respecto al atractivo fue de acuerdo con la cantidad de personas con las que hicieron match y que mantienen conversaciones constantes, al mismo tiempo.

Tanto en Ciudad de México como en Madrid percibían una menor atracción propia quienes conversan con menos matches en Tinder en comparación con quienes tienen más, una tendencia más clara en la primera ciudad.

<b>CIUDAD DE MÉXICO</b>		
Con cuántos matches suele conversar a la vez	Media	N
Con ninguno	6.33	6
Con 1	6.38	21
Con 2 o 3	7.46	68
Con 4 o más	7.48	27
Total	7.22	122

Tabla 90. *¿Con cuántos matches conversa a la vez CDMX?*

## MADRID

Con cuántos matches sueles conversar al mismo tiempo	Media	N
Con ninguno	10.00	1
Con 1	6.69	26
Con 2 o 3	6.67	83
Con 4 o más	7.30	33
Total	6.85	143

Tabla 91. *¿Con cuántos matches conversa a la vez Madrid?*

Con la excepción de una persona en Madrid que asignó un atractivo de 10 a su perfil y que no conversa con nadie, en los demás casos es mayor el atractivo cuanto mayor es la cantidad de personas con las que pueden conversar. ¿Por qué ocurre esto? Como seres sociales, el reconocimiento de parte de los demás es muy importante y mantener una conversación es una de las maneras más claras de evidenciar no sólo el reconocimiento, sino de un interés, sobre todo considerando que hay muchas otras personas con las cuales podría chatear en Tinder. El hecho de tener muchas personas con quienes conversar aumenta la percepción del atractivo propio, se trata de una validación positiva interiorizada como inconsciente.

Entrar a Tinder implica enfrentarse a un juicio masivo, o por lo menos así puede percibirse. En eso consiste a grandes rasgos: juzgar a todos y ser juzgado por todos. Como es normal, esto puede ser intimidante. Hay gente que precisamente entra a criticar a otras personas, a provocar, cobijados por un aura de anonimato aparente.

En este tipo de aplicaciones necesitas tener una autoestima muy fuerte y una confianza en ti mismo muy cabrona para poder resistir comentarios. Porque no es nada más que no te den match, sino que hay gente que se atreve a decirte que eres feo (Alex, 26 años, CDMX, presencial).

André, desde antes de Tinder, es una persona tímida. Se expresa con dudas sobre su perfil porque sólo muestra selfies.

No sé si a alguien le gustaría mi perfil. Mis fotos no cuentan ninguna historia, son *selfies* donde creo que me veo bien (André, 20 años, CDMX, online).

Y es que su self digital es un reflejo congruente de como se concibe fuera de Tinder.

Me daba pena iniciar una conversación; en ese tipo de cosas soy muy tímido debido a mis problemas de autoestima — que siempre han influido en mi uso de estas aplicaciones de una forma u otra (André, 20 años, CDMX, online).

Arely también ingresó a Tinder con problemas de autoestima porque recién había terminado una relación. En Tinder sería juzgada otra vez, pero es algo que le motivaba, saber si le interesaba a otras personas, algo que levantaría su ánimo y la imagen que tenía de ella misma.

(...) no querer seguir estando sola, llevaba un tiempo sin novio, pareja, date... Y se me hizo buena opción para conocer gente. Ya que había terminado una relación y me encontraba en una etapa de "a nadie le gusto" Jajajaja (Arely, 27 años, CDMX, online).

Este sentimiento de alegría al saberse reconocidos, valorados, es compartido.

Aunque te desinhibe porque puedes hablar libremente con gente y no hay ese "face to face" que a veces nos aterra, creo que la idea de Tinder cumple con el pretexto de querer gustar a los demás, por lo que cuando había un match me "alegraba" por gustarle a alguien, me sentía mejor conmigo mismo (David, 22 años, Madrid, online).

Pues todo se basaba a que soy una persona insegura con mi físico, así que al principio me daba "miedo" dar like, y no recibirlo por lo frágil quizás de mi autoestima, el pensar "ostras no le he gustado y no le gusto a nadie". Después poco a poco te vas dando cuenta que no tiene nada que ver, que yo a veces veo a chicos atractivos, y a mi en particular no me dicen nada, y no les doy like. Aunque te confieso que incluso ahora, que ya ha pasado más tiempo y he ganado confianza, si el perfil que veo me gusta bastante y veo que no sale match, siento un pellizquito en el estómago jajaja (Irene, 30 años, Madrid, online).

La autoestima se construye en relación con las otras personas porque, como se ha visto, sentirse reconocido y validado ayuda a tener una mejor imagen de sí mismo. Para saber si la autopercepción influye en la relación con los otros, se les preguntó si en Tinder suelen dar like a personas que consideren de un atractivo menor, mayor o igual al suyo.



Relación con los otros en función de su autopercepción - %		
	Ciudad de México	Madrid
Menor	9.3%	7.6%
Mayor	31%	29.7%
Igual	59.6%	62.7%

Tabla 92. *Relación con otros usuarios dependiendo de la autopercepción*

La distribución es similar en las dos ciudades: la mayoría busca que sean de un atractivo similar, pero también se puede observar que es mucho más común que busquen una persona que consideren más atractiva que una menos atractiva. En la siguiente tabla se puede apreciar qué relación hay entre el atractivo que perciben en sí mismos en relación con las personas que buscan.

Relación con los otros en función de su autopercepción - promedio		
	Ciudad de México	Madrid
Menor	7.25	7.82
Mayor	6.75	5.95
Igual	7.55	7.16

Tabla 93. *Relación con otros usuarios dependiendo del promedio*

En las dos ciudades se repite el mismo patrón: quienes buscan a alguien con un atractivo menor es porque ellos se consideran muy atractivos, mientras que quienes buscan a alguien más atractivo es porque se consideran moderadamente o poco atractivos (6.75 y 5.95 respectivamente).

Raúl no se considera guapo y por eso al buscar a otros usuarios en Tinder no suele fijarse mucho en la apariencia. Su autopercepción influye en su comportamiento ya que de antemano presupone un juicio adverso.

Físicamente no tengo un tipo. Me lo han dicho mucho “te puede gustar tanto el que parece modelo como te puede gustar el más feo de la vida” y supongo que es por eso, que como sé que no soy guapo, pues quién soy yo para estar juzgando (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Raúl parece ser su mayor crítico y es un juicio muy importante. La imagen que uno tiene de sí mismo es la que muchas veces se proyecta ante los demás. Aun así, no es una situación completamente definida y eso lo pudo observar el propio Raúl: en Tinder notó que hacía match con personas que consideraba que estaban “fuera de su alcance”.

A los que parecen modelos les pongo que no. Ni siquiera veo la descripción. No sé si dentro de mí dice “fuera de tu alcance”, pero les pongo que no. [...] Hubo una ocasión que hice match con un chavo que es muy atractivo y sí llegué a pensar que era un perfil falso. “¿Cómo con este chavo? Como es y yo como soy...” Ya sabes, la autoestima ante todo. Incluso nos agregamos a Facebook para ver cómo es. Pero yo pensaba que era *fake*. Incluso me mandó un video, era muy personalizado todo, no era un video sexual, pero con él sí desconfié mucho por su físico, como que no me la creía (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Tinder facilita relaciones que muchas veces no inician por presuposiciones y juicios contra la persona por considerarla distinta, con características opuestas a lo que suelen buscar y que les suele atraer en situaciones cotidianas, personas que creen que no se fijarían en uno mismo por ser de un atractivo mayor, etc. En este caso lo que hizo que Raúl decidiera intentar y darle un like fue que se mostraba con su familia, algo que le dio confianza, aunque no por ello pensaba que haría match.

Porque en una foto de él aparecía con su familia. No sé, se me hizo buena onda. Se me hizo bonito que está orgulloso de su familia, que la muestra (Raúl, 27 años, CDMX, presencial).

Es común que se trate de prejuicios que son producto de malas experiencias, pero que se materializan en relaciones infructíferas porque se observa a la persona desde este filtro. En el caso de Alan y de Irene, antes que relacionarse con las otras personas, tuvieron presentes juicios sobre sí mismos, miedos que muchas veces pueden estar infundados pero que se manifiestan e influyen en la relación con las otras personas. En ambos casos, al interactuar y conocer a otras personas en Tinder, les ayudó a ver que no es así.

Además encontré personas que se sintieron sexualmente atraídas por mí y eso fue halagador. Te ayuda a vencer prejuicios y dudas que tienes sobre tu propio cuerpo (Alan, 22 años, CDMX, online).

[...] me daba miedo que al llegar el chico se fuera, o cualquier cosa absurda, ya que en mi perfil mis fotos son super sinceras y me muestro tal y como soy (con unos kilos de más). Pero ese era mi mayor miedo a la hora de quedar con alguien (Irene, 30 años, Madrid, online).

Si bien en Tinder sí se utilizan filtros sobre las personas basados en su apariencia como ocurre fuera de la aplicación, como señalaba Raúl, y muchas veces simplemente conduce a deslizar hacia la izquierda y no volver a ver nunca más a la persona, también es común que se haga el intento, se haga match y se converse y conozca a una persona con la que se creía que no podría haber ninguna compatibilidad.

No sé, a lo mejor es como un tabú que tú mismo traes. En mi caso luego sí han sido muchos complejos que yo cargo conmigo mismo y es esa limitante, el “cómo se va a fijar en mí” (Fabián, 24 años, CDMX, presencial).

Las relaciones que media Tinder son reflejo de temores respecto a uno mismo, como sobre los demás; en su uso se hacen manifiestos estos imaginarios, pero también se van modificando conforme la experiencia.

He tenido momentos, ya te digo, ya lo superé porque ya tengo la tranquilidad de que mi perfil es atractivo y he contactado con gente interesante, no tengo prisa, pero sí que al principio me ha generado un poco de ansiedad porque decía “oye, pues es que a lo mejor mi perfil no está bien, o es que cuando hago match no tengo una conversación interesante” o tengo que cambiar algo o lo difícil que era quedar. Entonces sí que te genera ahí un poco y a veces frustración porque estás hablando con alguien y resulta que esa persona justo a conocido a una persona en el momento de que estabas hablando y ya no queda contigo. Con el tiempo lo vas normalizando y no pasa nada. Y que oye, a mí también me ha ocurrido. A lo mejor estaba hablando con una y me ha aparecido otra o tenía de antes y he tenido que decir que no y tal (Rick, 30 años, Madrid, presencial).

Los usuarios de Tinder exploran y viven la aplicación de diferentes maneras, en diferentes momentos. Cada experiencia puede cambiar la expectativa que tengan de los otros usuarios y de la aplicación. Como explica Rick, a veces se encuentra en un rol pasivo y otros en un rol activo, en algunas ocasiones pueden quitar la compatibilidad sin explicación, mientras que en otras el propio usuario puede hacerlo. Son conductas que se reproducen y se normalizan, pero que no ocurrirían fuera de ese espacio. Tinder permite actitudes que posiblemente no se realizarían en

situaciones distintas, cara a cara, ya que lo facilita cuando los usuarios observan que otras personas actúan así, quizá incluso en relación con ellos mismos. Debido a su carácter social y a que su representación está viva y en constante cambio, es dinámico y adaptativo. Por estos motivos, no tiene un único significado y uso en usuarios de diferentes edades, orientaciones sexuales, género o de distintas ciudades. Entre mayores sean las diferencias entre las poblaciones observadas, probablemente mayores serán los contrastes.

Tinder ofrece una alternativa para conocer personas cuando no es posible en un espacio físico común, ya sea por limitaciones de tiempo, por timidez o falta de confianza, o porque simplemente no se ha conocido a una persona de su interés. En este espacio no se construyen relaciones diferentes, sino que se inician de una manera distinta. Cambia la forma en la que se conocen, pero no necesariamente la esencia de la relación, por lo menos no debido a la tecnología. De acuerdo con los resultados, tiene una influencia mayor la representación social que tienen los individuos sobre Tinder que Tinder como un recurso tecnológico para conectar personas, por lo tanto, el impacto proviene de su aspecto social antes que de su aspecto tecnológico.

## CONCLUSIONES

Tinder es mucho más que una aplicación para conocer personas. Las interacciones que ocurren ahí, a pesar de carecer de la presencia física de las personas involucradas, no son menos reales, sino al contrario, muchas veces su naturaleza puede ayudar a expresar motivaciones y acciones que en una situación presencial no ocurren por timidez, por un rechazo anticipado o por falta de una justificación para iniciar la interacción. Pero tampoco deben de limitarse los resultados a Tinder, aun si fue objeto de la investigación: todas las páginas anteriores refieren a interacciones humanas que, sí, están mediadas por dispositivos digitales, pero que siempre inspiradas por algunos de los deseos más humanos que existen como lo son la amistad, el amor, la conexión y el reconocimiento de los otros, a veces intenciones que actúan juntas y en otras ocasiones que pueden ser opuestas.

Una palabra clave es “conexión” y hay una intención específica por utilizarla. Normalmente se piensa en conectar el teléfono para cargar la batería, conectar la televisión o la nevera para que los alimentos se mantengan frescos; se conectan objetos a la corriente eléctrica para recargarlos de *vida*, su fuente de energía. ¿Qué pasa con las personas? En sentido estricto, los seres humanos no nos conectamos, no tenemos esa facultad, por lo menos no de manera natural –sólo *conectar* cuando se refiere a ponerse en *contacto* con otra persona–, y, sin embargo, es una palabra que con cada vez mayor frecuencia utilizamos: “me voy a conectar a Internet”, “conéctate a WhatsApp”, “está conectado en Facebook” o “conecté con una persona en Tinder”.

Todo esto, como se mencionó en el cuerpo de la tesis, refiere a un proceso de hibridación entre lo humano y lo tecnológico, una apropiación e integración para ampliar no sólo las capacidades del cuerpo humano, sino para extender las facultades sociales para relacionarse con otras personas, tanto en la intensidad como en su alcance. Las conexiones entre personas ya no suponen una simple interacción, sino una posibilidad de trascendencia, de saber más, de iniciar un contacto que puede ser atemporal, que no implica una necesidad de la validación de su corporeidad y que puede ver más allá de su apariencia, esto es, todo lo que refiere su perfil, su avatar o su comportamiento en un escenario digital, independientemente de qué tan veraz sea.

¿Qué es Tinder? Es un reflejo de la sociedad. Incluso en los perfiles más performativos, es un reflejo de lo que las personas creen que la sociedad desea. Así como hay muchas representaciones sociales, hay muchos Tinder. Cada persona le asigna un valor y significado distinto dependiendo de las experiencias que haya tenido o que terceros le hayan compartido, pero todo esto situado en un contexto espacio-temporal desde donde adquiere sentido.

Si abrimos Tinder en Oslo, Barcelona, Guanajuato, Caracas, Seúl y Marrakech, ciudades de 6 diferentes países, se encontrará que opera de la misma manera, pero en la práctica presentará variaciones significativas. Las características de cada población, los deseos y motivaciones, las tradiciones y valores, el clima, las actividades culturales y de entretenimiento más comunes, la religión, el nivel sociocultural, el grado de apertura respecto a la diversidad sexual, entre otros elementos, probablemente van a producir como resultado que Tinder funcione de manera muy distinta en cada una de estas ciudades, así como el tipo de interacciones que se producen, porque la aplicación es una microsociedad, es un espacio donde converge el sentido común de miles y millones de usuarios que cargan consciente o inconscientemente con prácticas y significados propios de la sociedad de la que forman parte y que reproducen a través de la relación con otros. Por este motivo, los usuarios hacen Tinder.

La mediación tecnológica crea nuevos tiempos y espacios, incluso para el quehacer de la investigación social, ya que tanto las actividades e interacciones que ahí ocurren, como la caracterización y operacionalización del self digital de cada usuario, están inscritas en la aplicación de Tinder en este caso, ya sea en lo que refiere a su aspecto más técnico como a aquél de su representación social.

La inmersión en Tinder, conocer su dinámica, la relación con los usuarios, así como los diferentes métodos utilizados para comprender sus experiencias, fueron producto de una aproximación metodológica desde la etnografía digital que fue transversal a lo largo del desarrollo de la tesis y necesaria para comprender desde el sentido de la aplicación.

La tesis fue de carácter exploratorio en una primera fase y descriptivo en una segunda. Como había poca investigación sobre Tinder, todavía menos sobre su uso en ciudades o países latinoamericanos e hispanoparlantes, fue indispensable contar con un mapa de algunos de los usos más comunes, lo que permitió identificar patrones y establecer una mejor estrategia de

acercamiento a los usuarios y guía de entrevista. Finalmente, fue de carácter analítico una vez que ya se tuvo una base de datos a la que se intentó dar sentido al realizar un cruce entre los resultados obtenidos, una comparación entre las diferentes poblaciones y una relación entre los datos de uso y la experiencia de las entrevistas.

Fue un proyecto que exigió saber adaptarse a los desafíos que se presentaban y a la poca bibliografía y estudios disponibles sobre el tema. Los usuarios también tienen que adaptarse constantemente: no son los mismos un día y otro debido a que las experiencias que viven tanto dentro como fuera de la aplicación influyen en los deseos de utilizarla o de abandonarla, e incluso aquellas no les ocurren a ellos mismos, pero sí a personas conocidas, pueden alentarlos o desanimarlos respecto a su uso.

Indudablemente, el mayor reto de la tesis fue que cada vez era más evidente que estudiar Tinder era estudiar una microsociedad, e incluso como algo *micro*, es muy grande. El mayor reto es también una de sus mayores riquezas: a través de Tinder se pueden entender motivaciones muy humanas que trascienden las fronteras y las características sociodemográficas, subjetividades que no son aparentes en el intercambio social cotidiano y distante, similitudes y diferencias dentro de una misma ciudad que ayuda a comprender mejor su dinámica.

Tinder puede carecer de forma y de materia, pero cada día crece y se transforma, tanto en lo tecnológico como en lo social, e incluso se puede decir que evoluciona si se considera desde una perspectiva más distante, esto es, las relaciones sociales y afectivas mediadas por dispositivos tecnológicos en un sentido que nos permita ver más allá de Tinder hacia un futuro próximo.

Esto implica una necesidad por innovar en la investigación social o, ahora, sociodigital. No sólo no se debe de perder el rigor al tratar temas que carecen de un espacio y tiempo bien definidos, sino que se tienen que proponer nuevas estrategias para abordarlos. Para ello, la etnografía digital es muy importante, sobre todo si se hace con una intención de utilizar la naturaleza virtual y maleable del campo digital para crear nuevas ventanas de oportunidades y de investigación, aunque también con mayores compromisos éticos. Por ello, sobre todo ahora que los límites no son tan claros, es fundamental situar toda investigación que se realice en un espacio –aunque digital– y tiempo –aunque no siempre lineal– delimitado.

En esta investigación se pudo observar esto: durante las entrevistas, el sentido de Tinder adquiría nuevos significados: en las presenciales, al cuestionarse las preguntas que se les hacía, los entrevistados creaban nuevos sentidos sobre Tinder, o simplemente los redescubrían, se hacían conscientes de ellos y podían explicar sus actitudes con base en esta nueva perspectiva; por otra parte, en las entrevistas mediadas por correo electrónico, que algunas se extendieron por más de dos semanas, los usuarios retrataban diferentes significados de Tinder a partir de las experiencias más recientes que habían tenido, si habían hecho alguna amistad, si habían encontrado pareja o si les habían engañado.

### **Investigación en retrospectiva**

El objetivo de la tesis era conocer de qué manera intervienen la mediación tecnológica y el significado social de Tinder en la relación entre usuarios y en su autopresentación. Se analizó como un tipo de influencia que puede llegar a intervenir en el comportamiento e interacciones que se producen.

#### Objetivo principal de la tesis

El objetivo principal de esta investigación consistía básicamente en identificar y analizar cómo intervienen los aspectos tecnológicos y sociales de Tinder en los usuarios.

Analizar el rol de Tinder como mediador de las interacciones entre usuarios y de qué manera interviene en su autopresentación y en las relaciones que produce. La intervención será analizada a modo de influencia, esto es, sin que necesariamente se trate de un determinante, reconocer si la presencia de Tinder por su carácter tecnológico y por su carácter social está afectando la manera en la que se producen interacciones entre usuarios, así como su propia autopresentación.

El objetivo se cumplió. El desarrollo de la tesis mantuvo un enfoque con la intención de reconocer esta presencia dual de lo social y lo tecnológico en un análisis por partes: primero comprender el sentido de la mediación tecnológica, después el de las representaciones sociales, pero al final un análisis que recupera una tendencia que se observó en todo momento: no se pueden entender de manera aislada porque dan cuenta de una misma realidad en la que las



representaciones sociales se construyen y se reproducen a través de la mediación tecnológica que tiende a hacer evidentes elementos que otrora podrían pasar desapercibidos.

El análisis se realizó a través de preguntas concretas que atendían a este fenómeno, tanto en los cuestionarios como en las entrevistas, así como desde un marco teórico que consistió principalmente en hacer un análisis desde las teorías de las representaciones sociales, del self y sobre la mediación tecnológica y el actor-red. Los hallazgos se manifiestan tanto en la dimensión de la representación y expectativas como en la de la acción, la segunda consecuencia de la primera ya que lo que los usuarios esperaban de Tinder influyó en su manera de actuar.

El aspecto tecnológico se analizó a partir del rol que tenía Tinder en la interacción con las otras personas y en la creación de sus perfiles. Se identificaron cuántos y quiénes son los usuarios que preferían conversar con personas que les atraían a través de Tinder en oposición con la posibilidad de un primer encuentro presencial. Al respecto, los resultados indicaron que la mediación les permitía saber que la otra persona estaba disponible y que estaba buscando conocer a alguien –algo que además adquirió mayor relevancia en el caso de algunos usuarios homosexuales, principalmente hombres, debido a que de esta manera sabían que la otra persona también buscaba hombres–. Como funciona por geolocalización, acerca las distancias y les facilita conocer personas que no están físicamente presentes, algo que indicaron que era útil cuando no tienen tiempo porque el trabajo los restringe, así como en otros casos porque la mediación les ayuda cuando tienen timidez o no saben cómo decirle a la otra persona que le interesa. En varias ocasiones se reportó que la otra persona se comportaba de manera distinta en persona de como lo hacía en la aplicación, así como también los pocos usuarios, aunque pocos, indicaron que en Tinder actuaban distinto de como suelen hacerlo de manera presencial. El factor de la distancia digital, que es real, entre dos personas que conversan al mismo tiempo a pesar de no compartir un espacio físico tiene un impacto en el comportamiento, todavía más cuando la intención de la aplicación o red social que utilizan es resultarle atractivo a la otra persona.

El carácter social se analizó a partir de la identificación de las percepciones que tenían los usuarios sobre distintos temas relacionados con Tinder para construir las representaciones sociales que tienen sobre la aplicación. El análisis se centró en la percepción de inseguridad y del uso de Tinder para mantener relaciones sexuales, aparte de la percepción del significado que

asocian con conocer personas a través de un medio digital que fue transversal en toda la investigación. Se eligieron estos tres como principales debido a que constituyen los motivos por los cuales se ha estigmatizado su uso. Era importante identificar cómo varían estas percepciones, cómo difieren dependiendo del género, edad, orientación sexual y ciudad, para entender, además, si el estigma en el uso de Tinder está cambiando y en qué casos es mayor.

En el caso de Madrid, en general fue menor en todas las categorías que en la Ciudad de México, pero la diferencia fue menor de lo anticipado; en esta ciudad se identificó un estigma principalmente al respecto de compartir con la familia que utilizan la aplicación, mientras que la percepción de riesgo e inseguridad fue inexistente. Por otra parte, en el caso de la Ciudad de México la percepción violencia e inseguridad fue mayor que en Madrid, sobre todo en cuanto a lo que los usuarios creen que sus padres pensarían si supieran que utilizan la aplicación. Por otra parte, en ambos casos la mayoría prefería ocultarlo, sobre todo porque creen que otras personas los juzgarían y no los comprenderían, principalmente su familia.

La identificación del estigma permite reconocer una influencia social de Tinder: lo que ellos imaginan de la aplicación, o lo que creen que terceros –sobre todo padres, amigos y colegas de trabajo– podrían pensar sobre su uso, influye en la manera de comportarse: algunos ocultarían que conocieron a su pareja en Tinder, otros prefieren omitir el tema. Esto se puede corroborar con la percepción que tienen aquellos que nunca lo han utilizado, pero lo conocen, ya que esta población fue la que indicó en una manera casi total que consideran que es una aplicación utilizada principalmente para tener relaciones sexuales y que los pondría en situación de riesgo constante por tratar con desconocidos, no necesariamente por el aspecto sexual.

El análisis del estigma por género reveló que en la Ciudad de México los hombres ocultan con mayor frecuencia su uso de Tinder que las mujeres, mientras que en Madrid fue al revés: poco más de la mitad de las mujeres nunca lo han ocultado. El análisis por orientación sexual reveló que en las dos ciudades los heterosexuales son quienes tienden a ocultarlo en menor medida, mientras que entre los homosexuales y bisexuales aumenta considerablemente, ya que en promedio lo ocultan 7 de cada 10 y 6 de cada 10 respectivamente. Finalmente, por edad se encontró un aumento progresivo respecto a una mayor apertura de su uso de Tinder conforme eran mayores de edad, una tendencia observada en las dos ciudades, pero más clara en la Ciudad de México.

El análisis de una influencia social de Tinder se manifestó en dos niveles principalmente: a) en la relación con las personas con las que hacían match, ya sea en el chat o en persona, debido a que las experiencias pasadas y los comentarios de terceros influyen en su manera de interactuar; b) en la creación de su propio perfil y self digital que está influido por las experiencias propias y de terceros, la representación social de Tinder, que le permite modificar no solo su perfil en Tinder, sino su comportamiento en función de aquellos comportamientos y características que reconoce como deseables y que le ayudarían a generar mayor atracción dependiendo del motivo de uso que tenga.

El capítulo cuarto dio respuesta a los objetivos específicos de la tesis orientados a comprender la creación del perfil en Tinder. Se analizó detalladamente el proceso de la virtualización del self en el que se describen las características más comunes de los perfiles en Tinder, de las fotografías, de las características deseadas en la otra persona, así como una descripción y análisis de los principales motivos de uso de la aplicación organizados por género, orientación sexual y edad.

El capítulo quinto responde a los otros objetivos pendientes: comprender cuál es el rol que desempeña la mediación tecnológica en la interacción entre usuarios, así como valorar qué diferencias ocurren entre las poblaciones estudiadas, y la elaboración de un análisis comparativo de representaciones sociales en torno al sentido del uso y significado de las relaciones sexuales sin compromiso, de la posibilidad de que se pueda encontrar una pareja formal en Tinder, la percepción del riesgo y de inseguridad, para que, en conjunto, puedan esclarecer por qué hay estigma en Tinder, cómo es y, sobre todo, si está cambiando. El análisis se desarrolló entre la Ciudad de México y Madrid, así como en relación con una población de exusuarios y de no-usuarios de Tinder de la Ciudad de México para ayudar a comprender el sentido de Tinder en conjunto, considerando que los juicios externos pueden influir en la actividad de los usuarios.

La tesis estuvo guiada por diversas hipótesis que en un principio motivaron que se iniciara la investigación. A continuación, se analizan algunas de ellas.

*Conforme los usuarios tienen una edad mayor, indican un mayor interés por buscar una pareja formal a través de la aplicación.*

Esta hipótesis parte del supuesto de que se pueden observar diferencias en la vida de las personas a partir de su edad porque refiere a diferentes momentos y experiencias que influyen en su uso. El análisis reveló que la tendencia es cierta, aunque con una importancia menor de la esperada. Los usuarios que indicaron este interés fueron principalmente los heterosexuales, ya que el interés por usar Tinder con el deseo de encontrar una pareja formal reveló un progreso constante y significativo tanto en hombres como en mujeres en función de la edad<sup>119</sup>. Este comportamiento se puede explicar por la presencia de otras aplicaciones y páginas que cumplen con la intención de satisfacer un deseo sexual, lo que hace de Tinder una aplicación más diversa. Esto no quiere decir que no se utilice con fines casuales, sino que el interés por encontrar pareja es mayor conforme aumenta la edad y es un deseo mucho más común del que anticipan muchos usuarios.

*El uso de Tinder entre usuarios homosexuales es distinto, con una intención de buscar pareja formal, por la presencia de Grindr como una aplicación con un uso principalmente sexual.*

No se investigó lo que ocurre en Grindr debido a que no era uno de los objetivos de la tesis, pero de acuerdo con los resultados obtenidos por otras investigaciones (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2014; Díaz Sánchez, 2016), se trata de una aplicación principalmente sexual y los usuarios lo saben de antemano, lo que justifica esos comportamientos sin temor a ningún juicio. Esto hace que para los usuarios homosexuales Tinder adquiera un sentido distinto. En su imaginario, reconocen diferencias en el comportamiento de los usuarios y en el fin último de Tinder en comparación con Grindr, pero aun así la mayoría asume que también es principalmente sexual. No obstante, los hallazgos son muy valiosos en este aspecto: el deseo por encontrar una pareja formal entre los hombres homosexuales es el más alto de todos los motivos de uso de Tinder entre cualquier población de usuarios. Para entender esto hay que volver a Tinder: la existencia de una aplicación que sea principalmente sexual hizo que Tinder adquiera

---

<sup>119</sup> Si se consideran los grupos de edad de 18-20, 21-24, 25-28 y 29-31, en el caso de los hombres el aumento fue de un promedio de interés de 4.67, 5.38, 5.67 y finalmente a 6.17, mientras que entre las mujeres fue de 5.33, 5.66, 6.96 y finalmente 7.27, en todos los casos mayor que entre hombres.

un sentido mucho más serio del que incluso quizás la propia aplicación se imaginaba. En este sentido, Tinder tiene un potencial muy valioso con los hombres homosexuales. Esta tendencia no se observa con las mujeres homosexuales y quizás esto se deba a que no existe una aplicación para lesbianas que se destaque tanto como Grindr, sino que existen muchas pequeñas, pero ninguna hegemónica.

Grindr es una aplicación especialmente dirigida hacia usuarios homosexuales, bisexuales, trans y queer, lo que motiva a que quienes son usuarios de las dos aplicaciones, en Tinder hacen un uso más serio de la aplicación. Es por ello que entender Tinder no se puede limitar exclusivamente a lo que ocurre dentro, sino describir cuál es el contexto general en el que se encuentra.

*Es más fácil comunicarse con una persona desconocida por la cual se siente atracción a través de Tinder que de manera presencial.*

La comunicación mediada implica un control en las interacciones entre las personas en comparación con las presenciales debido a que la distancia que genera entre los dos usuarios permite manejar las impresiones tanto visuales como conversacionales. El self digital es una recreación de la persona orientada a generar un impacto favorable en las otras personas, esto es, a partir de la elección de fotografías en donde la persona se sienta en confianza o que revele intereses o actividades que complementan su perfil, así como la posibilidad de crear pausas y tener un mayor control en la conversación a través del chat, por lo menos hasta antes de conocerse en persona.

La mayoría de los usuarios indicó que es más sencillo comunicarse a través del teléfono o de Tinder en comparación con interacciones cara a cara, una tendencia mucho más clara en la Ciudad de México. Estos datos pueden entenderse como resultado de experiencias positivas en Tinder: la mayoría reporta que se comportan de manera similar dentro y fuera de la aplicación y que las personas a las que conocieron coincidían con lo que esperaban de ellas.

Sólo el 20% dice comportarse de manera distinta y no necesariamente implica que estén mintiendo. En algunos casos en las entrevistas indicaron que a través de Tinder pudieron expresarse como realmente deseaban hacerlo, pero que por temor a sentirse juzgados no lo

hacían de manera presencial. En este aspecto, la mediación sí tuvo una influencia en su modo de actuar.

*El uso de Tinder entre Ciudad de México y Madrid es diferente debido a la representación social sobre la inseguridad y a diferencias socioculturales sobre la percepción sobre la pareja y la libertad sexual.*

Las diferencias entre las dos ciudades fueron constantes, aunque no tan grandes como se esperaban. El mayor contraste fue en relación con la percepción de riesgo e inseguridad al relacionarse con desconocidos en Tinder. Esto se hizo evidente a través de las entrevistas, ya que en el caso de Madrid no se le dio importancia a esta posibilidad, mientras que en México los usuarios reportaron con mayor frecuencia tener presente este riesgo y elaborar estrategias para indicar a familiares y amigos con quiénes iban a quedar. Además, entre los no-usuarios y exusuarios de Tinder de la Ciudad de México la percepción de Tinder como peligroso fue una de las más altas, uno de los motivos por los que no están utilizando la aplicación.

Otro aspecto sobre el que se analizó el estigma en Tinder fue su consideración como una aplicación para un uso principalmente sexual. Para hacerlo, en primer lugar, se les preguntó qué opinión tenían acerca de que ellos u otros usuarios tuvieran relaciones sexuales con otros usuarios de Tinder y la aprobación fue muy alta: 8 de cada 10 en México está de acuerdo, mientras que en Madrid son 9 de cada 10. Esto revela que por lo menos no están en contra de que otros usuarios tengan relaciones sexuales a través de Tinder. En segundo lugar, se les preguntó por la frecuencia con la que reciben peticiones de esta naturaleza. En la Ciudad de México fue más común que en Madrid, ya que el 64.34% lo reportaron, mientras que en Madrid fue el 58.11%.

Estos resultados sugieren que entre los usuarios activos no está mal visto utilizar la aplicación con intenciones sexuales. No obstante, fue el motivo de uso de Tinder que generó menos interior de todos los usuarios, en las dos ciudades. Esto sugiere que Tinder como una aplicación sexual es una construcción externa a la aplicación, pero que no siempre es común en su uso cotidiano. Entre los no-usuarios y exusuarios, la percepción de Tinder para uso exclusivamente sexual fue muy alta y sugiere una asociación con la percepción de riesgo como una explicación para no utilizarla.

## **Dificultades en el desarrollo de la investigación**

Hacer campo digital no es sencillo por la dificultad que implica acercarse a las personas y formarse una idea de las características generales de la población que lo conforma. En este caso, el contacto fue especialmente difícil porque en un principio muchos de los usuarios no estaban interesados en participar en la investigación y porque algunos hombres heterosexuales denunciaban la cuenta debido a que no era lo que esperaban encontrar en Tinder, así que se bloqueaba y se perdía el contacto con todas las personas con las que se había iniciado la comunicación y a quienes se les habían compartido los cuestionarios. Para generar interés en la investigación, se les invitó a conocer los resultados una vez que la tesis estuviera concluida. Esto tuvo un efecto positivo inmediato, ya que se mostraron interesados al saber que habría una retribución a su participación, así como tenían interés por conocer qué ocurría en Tinder. Y es que eso es una incógnita para la mayoría, no sólo desde una posición de investigador: hay sitios en la web, desde blogs hasta redes sociodigitales, así como revistas que sugieren qué es lo que ocurre en Tinder, pero no hay una certeza acerca de que eso sea general y de que eso ocurra con las personas con las que conviven en el lugar desde donde se conectan. Por ello, invitarlos a conocer los resultados fue muy positivo, además de que es uno de los objetivos de la investigación: que ayude a comprender el fenómeno de Tinder no sólo desde un sector específico de la academia, sino también entre toda persona interesada.

El interés de parte de los usuarios ayudó a que hubiera una mayor participación en los cuestionarios. En realidad, fue muy positiva la respuesta de la gente en las dos ciudades. El interés era sincero y en ocasiones compartían experiencias, dudas y propuestas sobre lo que consideran que es necesario investigar de Tinder desde su posición como usuarios. No obstante, desde diciembre del 2017 apareció un obstáculo mucho mayor: los algoritmos de Tinder reconocían como spam toda interacción iniciada con la intención de hacer investigación. Esto provocó que se perdieran todas las cuentas y complicó de manera muy significativa la aplicación de los cuestionarios. Se crearon muchas cuentas de Facebook para crear nuevas cuentas de Tinder, así como incluso se crearon diversos correos electrónicos para crear nuevas cuentas de Facebook y así nuevas cuentas de Tinder, pero también se fracasó en el intento. Se iniciaron las conversaciones de manera distinta, así como se crearon diferentes fotografías de perfil para que

ya no refiriera a la palabra Tinder y que se retirara por derechos de autor, pero tampoco funcionó. No hay claridad sobre cómo trabajan los algoritmos de Tinder, pero parece ser que se identificó un patrón en el comportamiento de las diferentes cuentas y las incapacitaba todas conforme se creaban. Por este motivo, no se pudo llegar a una población mayor de usuarios del segundo cuestionario de la Ciudad de México, aunque sí se alcanzó el balance y el mínimo deseado.

De cualquier manera, esta experiencia da cuenta de cómo opera Tinder bajo la supervisión de algoritmos que, si bien no son perfectos, sí pueden ayudar a prevenir perfiles de spam o con conductas violentas.

Otro reto importante fue la abundancia de la información. Esto se anticipaba desde que se creó el protocolo de la tesis y desde que las intenciones eran ambiciosas en tanto que respondían a querer cubrir primero un reconocimiento de las características generales de los usuarios de Tinder y después de identificar cuál era el rol tecnológico y social de Tinder, y finalmente analizar si había un efecto en el comportamiento de los usuarios. Fueron aplicados un total de cinco cuestionarios a partir de los cuales hubo un total de 824 cuestionarios respondidos. Además, se hicieron 24 entrevistas (aunque no todas las que se hicieron mediante correo electrónico pudieron ser terminadas). Todo ello ofreció mucha información y se materializó en una investigación extensa.

Todo en conjunto sugiere que existe hay una intervención de carácter tecnológico como social en las interacciones de los usuarios y su autopercepción motivada por el sentido de Tinder. Además, por lo menos en algunos casos, trasciende el espacio de la aplicación y afecta su vida cotidiana –de manera positiva en la mayoría de los casos–.

### **Qué falta por investigar**

Hay mucho por hacer, mucho por investigar, pero considero que el aporte más necesario está en el campo de la innovación metodológica para abordar temas de naturaleza digital sin descuidar el rigor y las consideraciones éticas. Es un reto importante, pero también una exigencia para poder cubrir nuevas necesidades, ya sean aquellas que se están manifestando, como aquellas que inevitablemente lo harán en los próximos años. Con atrevimiento, podría asegurar que las



relaciones mediadas serán cada vez más comunes hasta ser casi naturales –si no es que ahora, por lo menos en algunos contextos, ya lo son–, así como también en su aplicación serán más inmersivas, esto es, un involucramiento mayor del sentido de la persona en la interacción que se produce, algo que puede ocurrir a través de una mayor exposición de la información personal y de una integración con herramientas de realidad aumentada y realidad mixta. Todo esto puede sonar a ciencia ficción, pero cada día se hace evidente que son ideas que no sólo pueden llegar a materializarse, sino que incluso son rebasadas.

Con respecto a la investigación de Tinder en específico, hay dos grandes necesidades por cubrir: a) indagar de manera más detallada sobre cada uno de los elementos específicos que convergen en el uso de Tinder y b) pensar en Tinder como una herramienta para conocer cómo se producen nuevas formas de relacionarse, de *conectar*, de autoconocerse y autopresentarse, de comunicarse. Pero para responder a estas dos grandes inquietudes, es necesario que se haga un esfuerzo en conjunto por cubrir diferentes tipos de usuarios y poblaciones, extender estas investigaciones en diversos países o incluso en localidades muy específicas porque su uso está condicionado por factores socioculturales propios de cada región.

También se deben de considerar los estudios que señalan que las parejas que se conocieron por medios digitales terminan siendo más felices que aquellas que no, en general (Cacioppo, 2013; ver p. 35). Es una afirmación muy interesante que debe de suscitar nuevas investigaciones que puedan cotejarlo o contrarrestarlo ya que hay muchos factores que se deben de tener en cuenta como la subjetividad de la felicidad o considerarla como un estado absoluto, pero, por otra parte, también es cierto que las parejas que se conocieron de manera mediada estuvieron obligadas a conocer antes la personalidad, identidad y esencia de la otra persona que iniciar una relación motivada por la apariencia física, algo que puede ayudar a explicar estas afirmaciones.

Otro tema es el de la subjetividad y el self. Por una parte, Tinder puede ser reflejo de un mayor deseo por el individualismo propio de las generaciones de los jóvenes de los últimos 20 años, en general. Por otra parte, se puede hacer un mayor énfasis en el sentido del self desde múltiples perspectivas: el self actual y el verdadero, el self especular o la identidad espejo y cómo se manifiestan en un self digital, mediado. En esta tesis se presentó una propuesta de análisis, pero se pueden realizar estudios situados en la construcción del self en distintos escenarios y situaciones para determinar cómo cambia una sola persona: ¿se comporta igual en interacciones

presenciales que mediadas? ¿tiene una intención de autenticidad o intenta comportarse como cree que la otra persona quiere verle? ¿busca personas que sean distintas de él o ella misma o busca su propio reflejo, alguien que comparta sus intereses y que implique, de alguna manera, un narcisismo que se manifieste a través de Tinder? ¿su autenticidad es *auténtica* o quizás incluso la autenticidad es también un performance? ¿es acaso un reflejo más veráz de la persona su perfil, su self digital, que su persona en presencia física? ¿por qué? Hay muchas preguntas más que se podrían plantear debido a que es un tema muy rico por indagar a través de cualquier plataforma que implique una mediación, pero en particular es importante Tinder por tratarse de una aplicación que justifique una necesidad de un encuentro presencial y que día tras día conecte a millones de personas algo que condiciona y justifica el deseo de interacción.

Será importante desarrollar investigaciones acerca de lo que ocurre en otros países que culturalmente son distintos de aquellos en los que ya hay investigaciones. Por mencionar algunos ejemplos, se podrían hacer análisis comparativos con poblaciones de Japón, Egipto, Israel, Islandia, Noruega, Marruecos, Venezuela, Nueva Zelanda o Rusia, países que por motivos socioeconómicos, religiosos o políticos pueden contrastar significativamente en las actividades y comportamiento de sus ciudadanos como usuarios de Tinder. Al final, se debe de recordar que Tinder es un reflejo de las sociedades de las que forman parte los usuarios, pero que al ser un espacio digital en donde las fronteras son más difusas, se evidencia una convergencia e hibridación de las maneras de pensar y de actuar en donde unos influyen en otros.

Como resultado de lo observado en las entrevistas, se concluye que sería muy valioso y necesario hacer un estudio longitudinal en el que se puedan apreciar las diferencias en el comportamiento de algunos usuarios a lo largo de un periodo determinado en condiciones similares. Esto permitiría conocer con mayor precisión qué elementos influyen en el cambio de su percepción sobre Tinder; por ejemplo, si las influencias son internas o externas, así como valorar cuál es el rol de la experiencia inmediata y de terceros, y de qué manera los usuarios reproducen lo que viven en Tinder en relación con otras personas, lo que a largo plazo altera la representación social de la aplicación y en consecuencia puede aumentar o disminuir la percepción de estigma.

Otro tipo de investigación que se podría hacer, pero que requiere de una estricta rigidez metodológica y consideraciones éticas a lo largo del estudio, sería la elaboración de un proyecto desde la etnografía digital en donde los investigadores tengan un rol activo dentro del campo,

provoquen y registren las interacciones con los demás usuarios para analizar las reacciones con respecto a cierto tipo de perfiles y considerar qué efecto puede producir. Esto ya lo hizo en una medida el equipo de Tyson, Perta, Haddadi y Seto (2016) al crear varios perfiles con diferentes características: de hombres y de mujeres de diferente edad con fotos distintas que refieren a cierto tipo de atractivos diversos y con descripciones distintas, incluso algunos sin fotos, para evaluar de qué manera los usuarios interactúan con ellos en función de su self digital. El estudio estuvo dirigido hacia usuarios heterosexuales en una población específica, por lo que se podría hacer una investigación más grande y diversa que permita comprender de manera empírica cuál es el efecto técnico y social de Tinder como el descrito en esta investigación. No obstante, el sentido ético de crear perfiles falsos, aun si no se crea una interacción con las otras personas, levanta alertas sobre cuáles son los límites de la investigación y esto, precisamente, daría material para realizar una investigación acerca de la metodología de las ciencias sociales en *territorios* digitales.

### **Reflexiones finales**

La tesis fue una aventura en un sentido metodológico y exploratorio. Todavía hay muy poca investigación sobre Tinder, así que era una oportunidad muy valiosa para aportar en el campo de conocimiento de la comunicación y relaciones mediadas por dispositivos electrónicos. Debido a la escasez de datos, era importante realizar una investigación de campo muy amplia con el objetivo de poder indagar sobre cuáles son las tendencias más comunes entre poblaciones con características distintas y, de esta manera, situarlo en un contexto sociocultural particular ya que, como se ha demostrado, estas diferencias conducen a distintos usos y apropiaciones de Tinder. Por este motivo, los trabajos desarrollados en Estados Unidos y en el norte de Europa, por ejemplo, sirvieron como guías muy valiosas para estructurar la propuesta de investigación y la metodología a seguir, pero referían a contextos diferentes. Este estudio, dentro de las condiciones metodológicas y socioculturales expuestas, ayuda a comprender una población de usuarios más diversa, sobre todo en relación con el estigma, incluso fuera de Tinder.

Los resultados demostraron que Tinder no es lo que muchas veces se suele creer que es, como en el caso de la mayoría de los no-usuarios de la Ciudad de México. Es una aplicación que puede

ser para encuentros –aunque se debe de hacer énfasis en que cada usuario es quien decide con qué intenciones serán–, pero más que eso, su principal función es conectar y comunicar personas, hacer visible; no es de un uso exclusivamente sexual, sino que permite encontrar amistades que puedan tornarse duraderas ya que relaciona personas con intereses comunes, algo que conlleva aprender de los demás debido a que conecta personas que no sabían que tienen similitudes en común, que tienen experticia en algún deporte o actividad artística, que provienen de diversas formaciones y profesiones, así como que cuentan con un bagaje de vida distinto y que, al compartirse, ambos pueden enriquecerse y aprender de sus experiencias.

Tinder también puede ser importante para recuperar la confianza en uno mismo después de haber pasado por una ruptura amorosa, o simplemente puede ser una buena oportunidad para conversar con alguien cuando se encuentra en un mal momento anímico y así compartir su experiencia, saberse vistos y leídos, reconocidos en general, algo que puede ser muy significativo para una persona incluso sin la necesidad de que trascienda en un encuentro presencial –aunque también es preciso señalar que hay personas que buscan una vulnerabilidad para criticar y hacer más daño–. En lo bueno y en lo malo, Tinder es reflejo de la sociedad, a veces más transparente que en las interacciones cara a cara.

Todo esto es posible porque, como se decía, Tinder es una aplicación que *conecta* personas, tanto porque las pone en *contacto* como porque crea una *conexión* real y digital. Sí puede ser para encuentros casuales como normalmente se asume, pero también puede servir a una mayor diversidad de fines debido a que Tinder es lo que los usuarios quieren que sea. Se convierte en un reflejo de la sociedad, de grupos sociales que le dan sentido a través de sus prácticas y a través de las representaciones sociales desde donde actúan, motivo por el cual Tinder puede ser diferente si se analiza por edad, género, orientación sexual y ciudad o país.

En todo momento la investigación se desarrolló teniendo presente una prospectiva de pensar más allá de Tinder: la mediación tecnológica como un factor que estará presente cada vez con mayor frecuencia en diferentes aspectos de la vida, pero resaltando particularmente su relación con lo social, una mediación tecnológica-social. El desarrollo tecnológico va a continuar influyendo en el quehacer comunicativo y, en este caso en particular, en la relación con personas desconocidas y con potenciales parejas. Esto no debe de tratarse como una amenaza a las relaciones afectivas tradicionales y a las interacciones presenciales, sino como un complemento.

Iniciar una relación por Tinder no significa que la pareja siempre se va a comunicar a través de la aplicación o de un teléfono, sino que simplemente se conocieron en ese medio.

Durante el desarrollo de la tesis, siempre estuvo presente la intención analítica de hacer un cruce entre lo cuantitativo y lo cualitativo. Como lo evidencia el índice de tablas, figuras, cuadros y gráficas, se produjeron una gran diversidad de datos desde los cuestionarios. Esta información obtenida todavía se puede analizar con un detalle estadístico mucho mayor, pero lo que se debe destacar la intención primaria fue ofrecer una perspectiva general de los usos de Tinder para después proceder con una lectura analítica más cualitativa, no quedarse en la cantidad o en el porcentaje, sino que a través de un cruce con las experiencias compartidas en las entrevistas, estos números, en apariencia absolutos y referenciales, pueden ser cotejados y corroborados en relación con el sentido común construido a través de la práctica de Tinder. Los datos ayudan a organizar los resultados de las entrevistas y a localizar elementos comunes, repetitivos, entre situaciones que podrían parecer distintas o incluso opuestas.

Las aplicaciones móviles para citas se han sofisticado y presentan ventajas importantes: indican qué personas están disponibles y además quiénes están buscando pareja; justifica la primera interacción con la persona por la que se siente atracción además de que agrega información sobre ella para tener un tema sobre el cual conversar, así como avisa cuando el interés y atracción es mutuo. Por otra parte, estas ventajas pueden tomarse parcialmente como desventajas, y es que además se debe de agregar que utilizar estas aplicaciones aumenta el riesgo de ser engañado, de que, aunque no haya habido intención de mentir, la persona no sea como se esperaba que fuera, así como también hacer uso de Tinder implica una posibilidad de poner en riesgo la privacidad de los datos como ocurrió a partir de la filtración de Facebook. Pero esto ocurre con cualquier tecnología y también ocurre en relaciones presenciales.

Cada vez más usuarios comienzan a utilizar estos servicios, personas de diversas edades, regiones y orientación sexual. El tabú disminuye y seguramente un día desaparecerá: las parejas que se conocen online tienden a comprometerse en un 32% más que aquellos que se conocen en una situación presencial, reportan los resultados de un estudio (Carbino, 2018). Esto puede deberse a muchos motivos, pero, para empezar, estar en una aplicación para citas suele estar asociado con que la persona busca pareja o por lo menos conocer a alguien, así que hacer match significa que ya hubo una atracción y pueden empezar a conocerse y valorar si realmente hay química.

La comunicación tradicional no es remplazada por la digital, pero sí es cierto que esta última adquiere cada vez mayor relevancia como una extensión de la tradicional. Para poder comprender los fenómenos sociales y comunicativos que se manifiestan ahí es necesario seguir innovando y explorando nuevas estrategias metodológicas que se adapten a los nuevos escenarios, actores y actantes que serán protagonistas de próximas reflexiones. Se tienen que explorar y proponer nuevas rutas en el quehacer etnográfico digital, repensar la sociología y la comunicación de los medios digitales no como fenómenos completamente nuevos y desconocidos, pero sí como transformadores del espacio público (Trejo Delabre, 2010) y de las relaciones que se producen con los otros y en la autopresentación de uno mismo.

Hoy pueden ser Facebook o Twitter o Instagram o Tinder, pero dentro de pocos años serán nuevas redes y espacios de convivencia híbrida entre lo presencial y lo digital, nuevas herramientas o dispositivos que hoy se piensan como propios de la ciencia ficción, pero que seguramente rebasarán las expectativas y propiciarán cambios más profundos en las relaciones personales y en el sentido de la subjetividad e individualidad a partir de una inmersión mayor de las tecnologías en la vida cotidiana creando nuevos alcances y formas de manifestación de lo social.

Tinder puede parecer un juego, pero es un reflejo de la sociedad y de los individuos que lo utilizan y dotan de sentido; de distintos grupos y poblaciones; de motivaciones, miedos e inseguridades; de personas en concreto que encuentran una posibilidad de expresarse como realmente son a través de la aplicación o de aquellas que con un performance de sí mismas están presentando un reflejo de lo que creen que es deseado por las otras personas. Somos seres sociales, pero a través de las redes sociodigitales nos convertimos en series hiper-sociales. La privacidad se remplaza con el espectáculo y el éxito se cuantifica con likes.

Es muy difícil, si no es que imposible, poder determinar el grado de intervención e influencia que pueda tener Tinder en el comportamiento de los usuarios ya que, para empezar, cada individuo es distinto y también dependerá del momento de su vida en que se encuentre; no obstante, la identificación de tendencias ayudó a analizar si por lo menos tenía una presencia importante que afectara la acción y las interacciones que se producen.

La conclusión fue que sí, ambos influyen en la manera de actuar, pero es mucho más fuerte la presencia de lo social que la de lo tecnológico. Si bien la mediación tecnológica les permite actuar de una manera en la que se sienten con mayor control por poder conversar con desconocidos a través de un perfil que, en general, tiende a mostrar la mejor faceta de uno mismo, y que las conversaciones pueden ser pausadas creando la oportunidad de pensar cómo continuar, todas estas acciones son finalmente influidas por creencias, opiniones, prejuicios y deseos que conforman las representaciones sociales desde donde actúan y que son las que influyen precisamente en la construcción del self digital que se manifiesta en la mediación tecnológica. Asimismo, la mayoría de los usuarios reportó que no consideraban comportarse de manera distinta de como suelen hacerlo con otras personas, mientras que en general las experiencias que han tenido en las citas han sido positivas y las personas han sido como esperaban que fueran, lo que revela que por lo menos la influencia técnica no es tan grande como se presuponía, mas la social sí lo es, como también se anticipaba, y que es justamente lo que debe de motivar a que se realicen más investigaciones en otras ciudades y con poblaciones más diversas.

Los dispositivos para la comunicación digital propician nuevas interacciones y relaciones personales como complemento a las presenciales tanto en forma como en contenido. Estamos a frente a una hibridación sociotecnológica y nuevas transformaciones en la interacción y comunicación. La mediación tecnológica hace visibles prácticas de lo social que muchas veces están disfrazadas en la vida cotidiana, mientras que lo social se transforma y tiene un alcance superior a través de la mediación tecnológica. Estos cambios, que estarán presentes en la comunicación, en la política, en la educación, en la autopercepción, en el sentido de la privacidad y la esfera pública, plantean un gran reto en el quehacer de la investigación social, en su metodología, en su innovación, en su capacidad de adaptación y de anticipación. Quizás algunas respuestas se puedan encontrar en los sitios en los que menos se sospecharía, como Tinder.

## REFERENCIAS

### Referencias Bibliográficas

ABRIC, Jean-Claude (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. Ediciones Coyoacán S.A. de C.V. México, D.F.

AMORÓS, Ana (1995). “División sexual del trabajo” en *10 palabras clave sobre mujer* de AMORÓS, Celia (directora). Editorial Verbo Divino. Navarra, España.

ARANGO PINTO, Luis Gabriel (2009). *Códigos de comunicación y usos amorosos de los chats*. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México.

ARAYA UMAÑA, Sandra (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. Cuaderno de Ciencias Sociales 127. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales [FLACSO], sede Costa Rica.

BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn Y.A.; FITZSIMMONS, Grainne M. (2002). “Can you see the real me? Activation and Expression of the “True Self” on the Internet” en *Journal of Social Issues* Vol. 58, Issue 1, páginas 33-48. New York University.

BAUMAN, Zygmunt (2008). *Amor Líquido*. Fondo de Cultura Económica. México.

BAUMAN, Zygmunt (2001). *La sociedad individualizada*. Ediciones Cátedra. Madrid, España.

BAYM, Nancy (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity Press. Cambridge, Reino Unido.

BLACKWELL, Courtney, BIRNHOLTZ, Jeremy, & ABBOTT, Charles. (2014). “Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app”. *New Media & Society*, 17, Páginas 1117–1136, Estados Unidos.



- BOLTER, David; GRUSIN, Richard (1999). "Inmediatez, Hipermediación y Remediación". Traducción de Eva Aladro (21 de diciembre de 2010) en BOLTER, David; GRUSIN, Richard (1999). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Massachussets. MIT Press. Consultado por última vez el 21 de julio del 2017 en [http://www.ucm.es/info/per3/nueva\\_web\\_eva/material\\_para\\_descargar/Inmediatez.pdf](http://www.ucm.es/info/per3/nueva_web_eva/material_para_descargar/Inmediatez.pdf)
- BOYD, danah (2014). *It's Complicated: the social lives of networked teens*. Yale University Press. Estados Unidos.
- CACIOPPO, John; CACIOPPO, Stephanie; GONZAGA, Gian; OGBURN, Elizabeth & VANDERWEELE, Tyler (2013). "Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues" en *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America [PNAS]*. Consultado en: <http://www.pnas.org/content/110/25/10135.full>
- CARBINO, Jessica (2018). "Dr. Jess. Modern Dating Myth Study" en *Dr. Jess Carbino*. Consultado en: <http://drjesscarbino.com/>
- CARO CASTAÑO, Lucía. (2012). "La encarnación del yo en las redes sociales digitales" en *Revista Telos*. 8pp. Junio. ISSN: 0213-084X. Consultado por última vez el 12 de febrero del 2017 en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012042611500002&idioma=es>
- CARPENTER, Christopher & MCEWAN, Bree (2016). "The players of micro-dating: Individual and gender differences in goal orientations toward micro-dating apps" en [https://www.researchgate.net/publication/301828672\\_The\\_players\\_of\\_micro-dating\\_Individual\\_and\\_gender\\_differences\\_in\\_goal\\_orientations\\_toward\\_micro-dating\\_apps](https://www.researchgate.net/publication/301828672_The_players_of_micro-dating_Individual_and_gender_differences_in_goal_orientations_toward_micro-dating_apps)
- CARR, Nicholas (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Taurus. México.

- CASTELLS, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. Madrid, España.
- CASTELLS, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I. La sociedad red*. Alianza Editorial. Madrid, España.
- COOK, Catherine (2012). "Email interviewing: generating data with a vulnerable population" en *Journal of Advanced Nursing*. 68 (6), 1330-1339.
- DEVENIN, Verónica (2009). Aplicaciones metodológicas de la Sociología Simétrica. El caso de las narrativas tecnológicas. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires
- DÍAZ SÁNCHEZ, Laura (2016). *Tinder and Grindr. A digital sexual revolution. Heterosexual and male homosexual stereotypes in mobile dating apps*. Tesis Maestría en New Media & Digital Culture. Universidad de Utrecht, Holanda.
- DIODATO, Roberto (2012). *Aesthetics of the Virtual*. University of New York Press. Estados Unidos.
- DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan, KHALED, Rilla & NACKE, Lennart (2011). "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining 'Gamification'" en *MindTrek'11*, septiembre 28-30, Tampere, Finlandia. Consultado en: [http://www.rolandhubscher.org/courses/hf765/readings/Deterding\\_2011.pdf](http://www.rolandhubscher.org/courses/hf765/readings/Deterding_2011.pdf)
- DOMÈNECH, Miquel; TIRADO, Francisco J. (1998). *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona. Gedisa, p. 249-299.
- ECO, Umberto (1984). *Apocalípticos e Integrados*. Traducción de Andrés Boglar. España. Lumen.
- ECKLER, Petya; KALYANGO, Yusuf & PAASCH, Ellen (2016). "Facebook Use and Negative Body Image among U.S. College Women" en *Women & Health*, Vol. 57, Issue 2, pages 249-267. Consultado en: [https://pure.strath.ac.uk/portal/files/46241059/Eckler\\_Kalyango\\_Paasch\\_WH2016\\_facebook\\_use\\_and\\_negative\\_body\\_image\\_among\\_us\\_college\\_women.pdf](https://pure.strath.ac.uk/portal/files/46241059/Eckler_Kalyango_Paasch_WH2016_facebook_use_and_negative_body_image_among_us_college_women.pdf)

- FARDOULY, Jasmine & VARTANIAN, Jenny (2016). "Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions" en Science Direct. Consultado online el 8 de agosto del 2017 en: [https://www.researchgate.net/publication/281787863\\_Social\\_Media\\_and\\_Body\\_Image\\_Concerns\\_Current\\_Research\\_and\\_Future\\_Directions](https://www.researchgate.net/publication/281787863_Social_Media_and_Body_Image_Concerns_Current_Research_and_Future_Directions)
- FERRARIS, Maurizio (2008). *¿Dónde estás? Ontología del teléfono móvil*. Traducción de Carmen Revilla. Barcelona. Marbot Ediciones.
- FINKEL, Eli; EASTWICK, Paul; KARNEY, Benjamin; REIS, Harry & SPRECHER, Susan (2012). "Online Dating: A Critical Analysis from the Perspective of Psychological Science" en *Psychological Science in the Public Interest*, 3-66. Association for Psychological Science. Estados Unidos.
- FITZPATRICK, Collin; BIRNHOLTZ, Jeremy, & BRUBAKER, Jed (2015). "Social and Personal Disclosure in a Location-Based Real Time Dating App" en *Communication Studies*, Northwestern University. Estados Unidos. Consultado en: <https://www.jedbrubaker.com/wp-content/uploads/2008/05/Fitzpatrick-DisclosureLBSM.pdf>
- FULLICK, Melonie (2013). "'Gendering' the Self in Online Dating Discourse" en *Canadian Journal of Communication*, 38, 4. Canadá. Páginas 545-562.
- GARTON ASH, Timothy (2016). *Free Speech. Ten Principles for a Connected World*. Atlantic Books. Londres, Reino Unido.
- GATTER, Karoline & HODKINGSON, Kathleen (2016). "On the differences between Tinder versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study" en *Cogent Psychology*, Vol. 3, Issue 1. Taylos & Francis Online. Reino Unido. Consultado en: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311908.2016.1162414?scroll=top&needAccess=true>
- GIDDENS, Anthony (1995). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ediciones Cátedra. Madrid.

- GOFFMAN, Erving (2006). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.
- GOFFMAN, Erving (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu. Buenos Aires, Argentina.
- GOFFMAN, Erving (1967). *Ritual de la Interacción. Sobre el trabajo de la cara*. Consultado por última vez el 28 de octubre del 2017 en: [https://www.studocu.com/es/document/universidad-autonoma-del-estado-de-morelos/teorias-psicosociales-de-la-interaccion/informe/goffman-ritual-de-la-interacciondoc/284276/view?has\\_flashcards=0](https://www.studocu.com/es/document/universidad-autonoma-del-estado-de-morelos/teorias-psicosociales-de-la-interaccion/informe/goffman-ritual-de-la-interacciondoc/284276/view?has_flashcards=0)
- GÓMEZ CRUZ, Edgar (2003). *Cibersexo: ¿La última frontera del Eros? Un estudio etnográfico*. Universidad de Colima, México. Consultado en <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/cibersexo.pdf>
- GUTIERREZ, Sonia & VIVAS, Eli (2017). "¿Cómo se liga a través de Internet?" en *El Periódico*, Extra. Cataluña, España. <https://www.elperiodico.com/es/extra/20170729/apps-para-ligar-encuesta-6196286>
- HINE, Christine (2015) *Etnography for the Internet. Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury Academic. Londres y Nueva York.
- HINE, Christine (2000) *Etnografía virtual*. SAGE Publications. Londres.
- HOPENHAYN, Martin (2003). "Conjeturas sobre cultura virtual" en Calderón, Fernando (Coordinador) *¿Es sostenible la globalización en América Latina?* Chile. PNUD-FCE. Pp. 279-305.
- ILLOUZ, Eva (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Katz discusiones. Buenos Aires.
- JENSEN, Hope; GILLY, Mary (2013). "We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space" en *Journal of Consumer Research*, vol. 30, no. 3 (diciembre). Páginas 385-404.

Consultado por última vez el 18 de noviembre del 2017 en <http://www.jstor.org/stable/pdf/10.1086/378616.pdf>

JENKINS, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona, España.

JODELET, Denisse (2008). "El movimiento de retorno al sujeto y enfoque de las representaciones sociales" en *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 3, No. 5, UNAM. México. Consultado en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/16356/15561>

JOVCHELOVITCH, Sandra (2007). *Knowledge in Context. Representations, Community and Culture*. Routledge. Reino Unido.

JOSHI, SP.; PETER, J. & VALKENBURG, PM. (2014). "A cross-cultural content-analytic comparison of the hookup culture in U.S. and Dutch teen girl magazines" en *The Journal of Sex Research* 51(3). Consultado el 10 de marzo del 2017 en [https://www.researchgate.net/publication/236086347\\_A\\_Cross-Cultural\\_Content-Analytic\\_Comparison\\_of\\_the\\_Hookup\\_Culture\\_in\\_US\\_and\\_Dutch\\_Teen\\_Girl\\_Magazines](https://www.researchgate.net/publication/236086347_A_Cross-Cultural_Content-Analytic_Comparison_of_the_Hookup_Culture_in_US_and_Dutch_Teen_Girl_Magazines)

KAO, Anthony (2016). "Tinder: True Love or a Nightmare?" en *Advanced Writing: Pop Culture Intersections*. Paper 16. Consultado por última vez el 13 de febrero del 2017 en [http://scholarcommons.scu.edu/engl\\_176/16](http://scholarcommons.scu.edu/engl_176/16)

KELLY, Ryan & WATTS, Leon (2015). "Characterising the Inventive Appropriation of Emoji as Relationally Meaningful in Mediated Close Personal Relationships". Departamento de Ciencia Computacional de la Universidad de Bath. Reino Unido. Consultado en: [http://opus.bath.ac.uk/46780/1/emoji\\_relational\\_value.pdf](http://opus.bath.ac.uk/46780/1/emoji_relational_value.pdf)

KREPS, David (2010). "Foucault, Exhibitionism and Voyeurism on ChatRoulette". *Proceedings Cultural Attitudes Towards Communication and Technology*. Universidad de Murdoch, Australia. Páginas 207-216.

- LAMAS, Marta (1996). “La antropología feminista y la categoría ‘género’” en *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. Programa Universitario de Estudios de Género, UNAM. Porrúa. Ciudad de México.
- LATOUR, Bruno (1998). “De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía”. En DOMÈNECH, Miquel; TIRADO, Francisco J. *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona. Gedisa, p. 249-299.
- LATOUR, Bruno (2005). *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires. Manantial.
- LEARY, Mark & KOWALSKY, Robin (1995). “The Self-Presentation Model of Social Phobia” en *Social Phobia. Diagnosis, Assessment, and Treatment*. Editado por Heimberg, Richard; Liebowitz, Michael; Hope, Debra & Schneier, Franklin. The Guilford Press. New York. Consultado por última vez el 8 de octubre en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rXrekuSy2bsC&oi=fnd&pg=PA94&dq=leary+kowalski&ots=gS7M5ewZeq&sig=wpjUcp8GsOahrEtxyiAPSq-M1mc#v=onepage&q&f=false>.
- LENHART, Amanda (2015). “Teens, Technology and Friendships”. *Pew Research Center*. Internet and Technology. Agosto 5. Consultado por última vez el 18 de agosto del 2017 en: <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>
- LENHART, Amanda; ANDERSON, Monica & SMITH, Aaron (2015). “Teens, Technology and Romantic Relationships”. *Pew Research Center*. Internet and Technology. Octubre 1. Consultado por última vez el 18 de agosto del 2017 en: <http://www.pewinternet.org/2015/10/01/teens-technology-and-romantic-relationships/>
- LENHART, Amanda; DUGGAN, Maeve (2014). “Couples, the Internet, and Social Media”. *Pew Research Center*. Internet and Technology. Consultado por última vez el 19 de Agosto del 2017 en: <http://www.pewinternet.org/2014/02/11/couples-the-internet-and-social-media/>

- LENHART, Amanda (2014). "Dating & Mating in the Digital Age. Relationships and technology in the modern era" en *Pew Research*. Abril 26. Estados Unidos. Consultado en: <http://www.pewinternet.org/2014/04/26/dating-mating-in-the-digital-age/>
- LÉVY, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona. Paidós.
- LIPOVETSKY, Gilles (2000). *La era del vacío*. Primera edición en 1986. Editorial Anagrama. Barcelona, España.
- LLAURADÓ, Oriol. (2006). "El trabajo de campo Online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años" en *Investigación y marketing*, 91, 25-33.
- LUPTON, Deborah (2015). *Digital Sociology*. Routhledge. New York. Páginas 164-187.
- LUTZ, Christoph & RANZINI, Giulia (2017). "Where Dating Meets Data: Investigating Social and Institutional Privacy Concerns on Tinder" en *Social Media + Society*. Sage Journals. Reino Unido. Consultado en: <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117697735>
- MADDEN, Mary & LENHART, Amanda (2006). "Online Dating" en *Pew Research Center*. Consultado en: <http://www.pewinternet.org/2006/03/05/part-1-introduction-5/#fn-850-11>
- MANNING, Jimmie (2013). Construction of Values in Online and Offline Dating Discourses: Comparing Presentational and Articulated Rhetorics of Relationship Seeking en *Journal of Computer-Mediated Communication*. International Communication Association. Estados Unidos.
- MARWICK, Alice & BOYD, danah (2010). "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience" publicado el 7 de julio en *New Media Society*. SAGE.
- MARRIOTT, Tamsin & BUCHANAN, Tom (2014). "The true self online. Personality correlates of preference for self-expression online, and observer ratings of personality online and offline" en *Computers in Human Behaviour. Elsevier*" no.32, 171-177. University

of Westminster, Londres, Reino Unido. Consultado el 8 de noviembre del 2017 en <https://pdfs.semanticscholar.org/1456/12eb6a67bd2986090839caa0d9ea82c44639.pdf>

MCLUHAN, Eric; MCLUHAN, Marshall (2009). *Las leyes de los medios*. Traducción de Eva Aladro. Consultado en <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0909110285A> el 14 de agosto de 2017.

MCLUHAN, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Traducción de Patrick Ducher. Paidós. Barcelona, España.

MENÉNDEZ, María Cristina (2004). “Manuel Castells (1942). La tercera revolución y el capitalismo informacional” en FERNÁNDEZ, Marta (Compiladora) *Nombres del Pensamiento Social. Miradas Contemporáneas sobre el mundo que viene*. Colección Pólemos. Ediciones del signo. Buenos Aires.

MILLER, Hannah; THEBAULT-SPIEKER, Jacob; CHANG, Shuo; JOHNSON, Isaac; TERVEEN, Loren & HECHT, Brent (2016). ““Blissfully happy” or “ready to fight”: Varying Interpretations of Emoji” en *Association for the Advancement of Artificial Intelligence*. Universidad de Minnesota. Consultado en: [http://www-users.cs.umn.edu/~bhecht/publications/ICWSM2016\\_emoji.pdf](http://www-users.cs.umn.edu/~bhecht/publications/ICWSM2016_emoji.pdf)

MIRELES, Olivia (2011). “Representaciones sociales: debates y atributos para el estudio de la educación” en *Sinéctica*, versión On-line, no. 36, Tlaquepaque ene-jun. Consultado el 12 de agosto del 2017 en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-109X2011000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2011000100006)

MOSCOVICI, Serge. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul. Buenos Aires, Argentina.

NUÑO, Bertha & GONZÁLEZ-FORTEZA, Catalina. (2004). “La representación social que orienta las decisiones paternas al afrontar el consumo de drogas de sus hijos” en *Medigraphic*. México.



- PAPACHARISSI, Zizi (2012). "Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter" en *International Journal of Communication*, vol. 6. University of Southern California Annenberg. Estados Unidos. Consultado por última vez el 21 de noviembre del 2017 en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1484/775>
- PAPACHARISSI, Zizi (2011). "Conclusion: A Networked Self" en *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Networking Sites*, editado por Zizi Papacharissi. Routledge. Nueva York.
- PAPACHARISSI, Zizi (2002). "The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages" en *Journalism & Mass Media Communication Quarterly*, vol. 79, issue 3. Se puede consultar en: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769900207900307>.
- PARDO, Neyla (2014). *Discurso en la web: pobreza en YouTube*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- PHETERSON, Gail (2009). "The Whore Stigma: Female Dishonor and Male Unworthiness" en *Social Text*, no. 37, páginas 39-64. Duke University Press. Estados Unidos.
- POSTMAN, Neil (1985). *Amusing Ourselves to Death*. London. Penguin Books. Consultado por última vez en [http://wxy.seu.edu.cn/humanities/sociology/htmledit/uploadfile/system/20100825/2010\\_0825050135586.pdf](http://wxy.seu.edu.cn/humanities/sociology/htmledit/uploadfile/system/20100825/2010_0825050135586.pdf) el 10 de septiembre de 2017.
- PRENSKY, Marc. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants". En "On the Horizon" en *University Press*, Vol. 9, No. 5, Octubre 2001. Consultado en [www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com)
- RAMÍREZ PLASCENCIA, Jorge (2007). "Durkheim y las representaciones colectivas" en *Representaciones sociales. Teoría e investigación* coordinado por RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania & GARCÍA CURIEL, María de Lourdes (2007). Universidad de Guadalajara. México.

- RAINIE, Lee & MADDEN, Mary (2015). "Americans' Privacy Strategies Post-Snowden" en *Pew Research*. 16 de marzo. Estados Unidos. Consultado en: <http://www.pewinternet.org/2015/03/16/americans-privacy-strategies-post-snowden/>
- RANZINI, G. & LUTZ, C. (2017). "Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives" en *Mobile Media & Communication*, vol. 5, pp. 80–101. Consulta digital en [https://www.researchgate.net/publication/305620416\\_Love\\_at\\_First\\_Swipe\\_Explaining\\_Tinder\\_Self-Presentation\\_and\\_Motives](https://www.researchgate.net/publication/305620416_Love_at_First_Swipe_Explaining_Tinder_Self-Presentation_and_Motives).
- RANZINI, Giulia; LUTZ, Cristoph & GOUDERJAAN, Marjolein (2016). "Swipe Right: An exploration of self-presentation and impression management on Tinder" en *International Communication Association*. Washington, D.C. Estados Unidos.
- RIZO, Marta (2011). "De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal" en *Quórum Académico*, Vol. 8, no. 15, enero-junio, páginas 78-94. Universidad de Zulia. Venezuela.
- RODRÍGUEZ MORALES, Zeyda (2006). *Paradojas del Amor Romántico. Relaciones amorosas entre jóvenes*. Instituto Mexicano de la Juventud. México, D.F.
- RODRIGUEZ SALAZAR, Tania (2017). *El amor y la pareja. Nuevas rutas en las representaciones y prácticas juveniles*. Universidad de Guadalajara. México.
- RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania & GARCÍA CURIEL, María de Lourdes (2007). *Representaciones sociales. Teoría e investigación*. Universidad de Guadalajara. México.
- RODRÍGUEZ, JAUME, María José; GONZÁLEZ RÍO, María José (2014). "Las encuestas autoadministradas por internet. Un estudio de caso: 'las familias adoptivas y sus estilos de vida'" en *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, septiembre-diciembre, 155-175.
- ROGERS, Richard (2013). *Digital Methods*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts; London, England.

- ROSENFELD, Michael (2012). "Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary" en *American Sociological Review*. Consultado en: [https://web.stanford.edu/~mrosenfe/Rosenfeld\\_How\\_Couples\\_Meet\\_Working\\_Paper.pdf](https://web.stanford.edu/~mrosenfe/Rosenfeld_How_Couples_Meet_Working_Paper.pdf)
- RYAN, Marie-Laure (2015). *Narrative as Virtual Reality 2. Revisiting Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Johns Hopkins University Press. Estados Unidos.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, José Alberto (2010). "Cuerpo y tecnología. La virtualidad como espacio de acción contemporánea" en *Argumentos*, vol. 23, no. 62. México, D.F. Consultado en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-57952010000100010](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952010000100010)
- SERRANO-PUCHE, Javier (2012). "La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman" en *Análisi* no. 46, 17pp., Universidad de Navarra. Consultado por última vez el 16 de marzo del 2017.
- SCHAAF, Ryan & QUINN, Jack (2017). "Examples of Gamification in the Classroom" en *Teach Thought*. Consultado el 17 de agosto del 2017 en: <https://www.teachthought.com/the-future-of-learning/12-examples-of-gamification-in-the-classroom/>
- SIBILIA, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica [FCE]. Distrito Federal, México.
- SMITH, Aaron (2016). "15% of American Adults Have Used Online Dating Sites or Mobile Dating Apps" en *PEW Research Center*. Washington. Consultado por última vez el 19 de agosto del 2017 en: <http://www.pewinternet.org/2016/02/11/15-percent-of-american-adults-have-used-online-dating-sites-or-mobile-dating-apps/>
- SMITH, Aaron & ANDERSON, Monica (2016). "5 facts about online dating" in *Pew Research*. Consultado por última vez en: mayo 21, 2017 en: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/02/29/5-facts-about-online-dating/>

- SUMTER, Sindy; VANDENBOSCH, Laura, y LIGTENBERG, Loes (2016). "Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application 'Tinder'" en *Telematics and Informatics*, febrero, número 34, 67-78. Elsevier.
- STRUBEL, Jessica & PETRIE, Trent (2017). "Love me Tinder: Body Image and Psychosocial Functioning Among Men and Women" en *Body Image*, no. 21, pp. 34-38. Elsevier.
- TIMMERMANS, Elisabeth & DE CALUWÉ, Elien. (2017). "Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS)" en *Computers in Human Behavior*, no. 70, pp. 341-350. ISSN: 0747-5632.
- TREJO DELARBRE, Raúl (2012). "Ciencias sociales ante el entorno digital. Para una sociología de Facebook" en *Democracia, conocimiento y cultura*, compilado por CASAS, Rosalba y CARTON DE GRAMMONT, Hubert. IIS UNAM y Bonilla Editores. México. Consultado en: <https://rtrejo.files.wordpress.com/2013/09/libro-iis-ciencias-sociales-y-entorno-digital-edicic3b3n-2012.pdf>
- TURKLE, Sherry (2015). *Reclaiming Conversation. The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Press. New York. Estados Unidos.
- TYSON, Gareth; PERTA, Vasile; HADDADI, Hamed & SETO, Michael (2016), "A first look at user activity on Tinder". Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <http://www.eecs.qmul.ac.uk/~tysong/files/Tinder.pdf>
- VERHOEFF, Nanna (2012). *Mobile Screens. The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam University Press. OAPEN. Amsterdam.
- VIRILIO, Paul (1997). *La velocidad de liberación*. Buenos Aires. Manantial.
- VIRILIO, Paul & LOTRINGER, Sylvere (2002). *Crepuscular Dawn*. Semiotext(e) Foreign Agent Series. Los Angeles, California.
- WAGNER, Wolfgang & HAYES, Nicky (2011). *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. FLORES, Fátima (Ed). Anthropos Editorial. España.

WARD, Jannelle. (2016a). "Swiping, Matching, Chatting. Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps" en HUMAN IT, 13.2, pp. 81-95. Universidad de Borås, Suecia.

WARD, Janelle (2016b). "What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app" en *Information, Communication and Society*. Publicado por Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group. ISSN: 1468-4462.

WINOCUR, Rosalía (2015). "La exhibición de la intimidad como estrategia de inclusión social entre los jóvenes y adolescentes" en *Entretextos*, año 7, no. 19, abril-julio. Universidad Iberoamericana León. México. Consultado en:  
<http://entretextos.leon.uia.mx/num/19/PDF/ENT19-2.pdf>

WINOCUR, Rosalía (2013). "Etnografías de intimidades multisituadas de la intimidad online y offline". *Revista de Ciencias Sociales (Segunda Época)*. Año 5, no.23. Universidad de Quilmes. Provincia de Buenos Aires. Julio. Pp. 7-27. Consultado en:  
<http://www.unq.edu.ar/catalogo/311-revista-de-ciencias-sociales-n-23.php>

WINOCUR, Rosalía (2012). "Sufrimiento y performance en las redes sociales". TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Dossier Espacios Urbanos y TIC: transformaciones recíprocas. No.93. Octubre/diciembre, pp. 79-86.

### **Referencias electrónicas y notas periodísticas digitales**

AGUILAR, Sergio (2016). "De la extrema libertad a la extrema vigilancia: ENTREVISTA con Naief Yehya" en *Medium*. Publicado el 16 de octubre. Consultado en:  
[https://medium.com/@sergio\\_jaa/de-la-extrema-libertad-a-la-extrema-vigilancia-entrevista-con-naief-yehya-caefabecb9e1](https://medium.com/@sergio_jaa/de-la-extrema-libertad-a-la-extrema-vigilancia-entrevista-con-naief-yehya-caefabecb9e1)

ALLEN, Holly & VARANAZI, Lakshmi (2016). "Gold, Silver, Bronze, Latex" en *Slate*. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en:

[http://www.slate.com/articles/sports/fivering\\_circus/2016/05/a\\_history\\_of\\_condoms\\_in\\_the\\_olympic\\_village\\_from\\_8\\_500\\_in\\_seoul\\_to\\_450\\_000.html](http://www.slate.com/articles/sports/fivering_circus/2016/05/a_history_of_condoms_in_the_olympic_village_from_8_500_in_seoul_to_450_000.html)

ANIMAL POLÍTICO (2016). “Protestas en las calles de Brasil a cinco días del inicio de los Juegos Olímpicos” en *Animal Político*. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <http://www.animalpolitico.com/2016/07/protestas-en-brasil-a-una-semana-del-inicio-de-los-juegos-olimpicos/>

ASOCIACIÓN DE INTERNET.MX (2017). “Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2017”. *Asociación de Internet.mx*. México. Consultado en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid>

AVILOV, Alexander (2018). “In the World Cup friendzone, Tinder rules” en *The Moscow Times*. Publicado el 13 de julio. Moskva News Agency. Rusia. Consultado en: <https://themoscowtimes.com/articles/in-the-world-cup-friend-zone-62218>

BANGSHOWBIZ (2017) “Charlize Theron on Dating App” en *MSN Entertainment*. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en: <http://www.msn.com/en-nz/entertainment/celebrity/charlize-theron-on-dating-app/ar-BBzLGzC>

BBC NEWS (2016). “Cracking Tinder’s Desirability Rating Code” en *ABC News*. Consultado por última vez el 1 de abril del 2017 en: <http://abcnews.go.com/Lifestyle/cracking-tinders-desirability-rating-code/story?id=36494021>

BBC MUNDO (2014). “El sexo tomas las redes en los juegos de Sochi” en *BBC Mundo*. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/02/140217\\_tecnologia\\_sochi\\_aplicacion\\_sexo\\_aa](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/02/140217_tecnologia_sochi_aplicacion_sexo_aa)

BBC MUNDO (2012). “2012 Londres: las ‘olimpiadas sexuales’ paralelas a los Juegos” en *BBC Mundo*. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en:

[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120727\\_juegos\\_olimpicos\\_londres\\_2012\\_olimpiadas\\_sexuales\\_jr.shtml](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/07/120727_juegos_olimpicos_londres_2012_olimpiadas_sexuales_jr.shtml)

BELLUZ, Julia (2017). “Tinder and Grindr don’t want to talk about their role in rising STDs” en *Vox*. Noviembre 13. Consultado en: <https://www.vox.com/science-and-health/2017/11/13/16620286/online-dating-stds-tinder-grindr>

BERMEJO, Diego (2017). “Éstas son las nuevas 37 identidades de género en Tinder explicadas una a una” en *El Mundo*. FCinco. 3 de febrero. Consultado por última vez el 1 de abril del 2017 en: <http://www.elmundo.es/f5/comparte/2017/02/03/586ce2c5ca4741d1778b4674.html>

BILTON, Nick (2014). “Tinder, the Fast-Growing Dating App, Taps an Age-Old Truth” en *The New York Times*, Disruptions, publicado el 29 de octubre. Consultado en: [https://www.nytimes.com/2014/10/30/fashion/tinder-the-fast-growing-dating-app-taps-an-age-old-truth.html?\\_r=3](https://www.nytimes.com/2014/10/30/fashion/tinder-the-fast-growing-dating-app-taps-an-age-old-truth.html?_r=3)

BUSINESS WIRE, 2007 sobre millones de dólares de páginas de citas

CARR, Austin (2016a) “What’s Really Going On Inside Tinder?” en *Fast Company*. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <https://www.fastcompany.com/3054904/is-controversial-tinder-ceo-sean-rad-ready-to-grow-up>

CARR, Austin (2016b) “I Found Out My Secret Internal Tinder Rating And Now I Wish I Hadn’t” en *Fast Company*. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <https://www.fastcompany.com/3054871/whats-your-tinder-score-inside-the-apps-internal-ranking-system>

CHILANGO (2016) “¿Qué es eso de Tinder social y cómo funciona?” en *Chilango*. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <http://www.chilango.com/general/que-es-eso-de-tinder-social-y-como-funciona/>

COHEN, Ben (2014). “Matchmaking App Tinder Sees Huge Spike in Sochi During Games” en *The Wall Street Journal*. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en:

<https://blogs.wsj.com/dailyfix/2014/02/13/matchmaking-app-tinder-sees-huge-spike-in-sochi-during-games/>

CROOK, Jordan (2017). "Tinder Select is a secret members-only version of the app" en *Tech Crunch*. Marzo 7. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: <https://techcrunch.com/2017/03/07/tinder-select-is-a-secret-members-only-version-of-the-app/>

CROOK, Jordan (2018). "Bumble CEO Whitney Wolfe Herd is coming to Disrupt SF" en *TechCrunch*, publicado el 6 de junio. Consultado en: <https://techcrunch.com/2018/06/06/bumble-ceo-whitney-wolfe-herd-is-coming-to-disrupt-sf/>

CROOK, Jordan & ESCHER, Anna (2015). "A Brief History of Tinder" en *Tech Crunch*". Consultado por última vez el 29 de marzo del 2017 en: <https://techcrunch.com/gallery/a-brief-history-of-tinder>

DALE, Edgar (Adaptado) (1969), *Audiovisual Methods in Teaching*. Nueva York. Dryden Press. Consultado en: [http://www.queensu.ca/teachingandlearning/modules/active/documents/Dales\\_Con\\_e\\_of\\_Experience\\_summary.pdf](http://www.queensu.ca/teachingandlearning/modules/active/documents/Dales_Con_e_of_Experience_summary.pdf)

DALY, Annie (2015). "The 20 best countries to Tinder" en *Yahoo!*. Marzo 4. Consultado por última vez el 5 de abril del 2017 en: <https://www.yahoo.com/style/the-20-best-countries-to-tinder-112662050462.html>

DATING SITES REVIEWS (2016). "Grindr Hooks Up With Chinese Gaming Company" en *Dating Sites Reviews*, publicado el 23 de febrero. Consultado en: <https://www.datingsitesreviews.com/article.php?story=grindr-hooks-up-with-chinese-gaming-company>

DATING SITES REVIEWS (2017). "Grindr Sold to Beijing Kunlun Tech" en *Dating Sites Reviews*, publicado el 26 de mayo. Consultado en:



<https://www.datingsitesreviews.com/article.php?story=grindr-sold-to-beijing-kunlun-tech>

DE GRAFF, Mia (2015). "I was trying to find the right person to marry': Match.com co-founder reveals the inspiration behind online dating site as it goes public" en *DailyMail.com*. Consultado en: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3324447/I-trying-right-person-marry-Match-com-founder-reveals-inspiration-online-dating-site-goes-public.html>

DEWEY, Caitlin (2015). "Absolutely everything science knows about how Tinder's changing the way we date" en *The Washington Post*. Agosto 13. The Intersect. Estados Unidos. Consultado en: [https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/08/13/absolutely-everything-science-knows-about-how-tinders-changing-the-way-we-date/?utm\\_term=.f6c74c342c64](https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/08/13/absolutely-everything-science-knows-about-how-tinders-changing-the-way-we-date/?utm_term=.f6c74c342c64)

DILLET, Romain (2014). "Happn Is a Dating App Powered By Real Life Interactions" en *TechCrunch*, publicado el 16 de julio. Consultado en: <https://techcrunch.com/2014/07/16/happn-is-a-dating-app-powered-by-real-life-interactions/>

DREDGE, Stuart (2015). "Research says 30% of Tinder users are married" en *Business Insider*, Consultado el 29 de mayo del 2018 en <http://www.businessinsider.com/a-lot-of-people-on-tinder-arent-actually-single-2015-5>.

EARTHY, Lydia (2017). "Profile: Jessica Carbino, 'Tinder sociologist'" en *Oxford Student*. Consultado en: <https://www.oxfordstudent.com/2017/02/07/profile-jessica-carbino-tinder-sociologist/>

EL MUNDO (2012a). "Más amor en Londres que en Pekín" en *El Mundo*. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: <http://www.elmundo.es/elmundodeporte/2012/06/01/masdeporte/1338548009.html>

EL PAÍS (2016a). “Zac Efron no liga ni en Tinder” en *El País*. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en: [http://elpais.com/elpais/2016/08/04/estilo/1470325773\\_734681.html](http://elpais.com/elpais/2016/08/04/estilo/1470325773_734681.html)

EL PAÍS (2016b) “Tinder se lleva el oro en Rio 2016” en *El País*. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: [http://elpais.com/elpais/2016/08/10/estilo/1470836827\\_764528.html](http://elpais.com/elpais/2016/08/10/estilo/1470836827_764528.html)

EL UNIVERSAL (2016). “México es el mercado número uno de Tinder en AL” en *El Universal*. Consultado por última vez el 5 de abril del 2017 en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2016/06/2/mexico-es-el-mercado-numero-uno-de-tinder-en-al>

EXCELSIOR (2017). “México, el país con más usuarios de Tinder en América Latina”. Sin autor. Publicado el 3 de marzo del 2017 en <http://www.excelsior.com.mx/hacker/2017/03/01/1149521>.

EVANS, Any (2017). “Tinder as a Methodological Tool. #EmergingDigitalPractices” en *Allegra Lab*. Consultado en: <http://allegralaboratory.net/tinder-as-a-methodological-tool/>

FOX BUSINESS (2010). “Timeline: How Match.com Got Where it is” en *Fox Business*. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en: <http://www.foxbusiness.com/features/2010/02/12/timeline-match-got.html>

FRANKEL, Todd (2015). "Whitney Wolfe, founder of dating app Bumble, has had quite a year. She just can't discuss parts of it" en *The Washington Post*, publicado el 2 de diciembre. Consultado en: <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2015/12/02/whitney-wolfe-founder-of-dating-app-bumble-has-had-quite-the-year-she-just-cant-discuss-parts-of-it/>

GELLES, David (2011). “Inside Match.com” en *Financial Times*. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en: <https://www.ft.com/content/f31cae04-b8ca-11e0-8206-00144feabdc0#axzz2wzPvAbHq>

GOMEZ LICON, Adriana & SAVARES, Mauricio (2016) “Rio 2016: Tinder usage soars as athletes engage in Olympic swiping” en *The Independent*. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <http://www.independent.co.uk/sport/olympics/rio-2016-tinder-sex-dating-olympic-athletes-usage-soars-village-a7184646.html>

GRIFFITHS, Sarah (2015). “Tinder rolls out the ‘SUPER LIKE’: Users can ‘swipe up’ to single out one person a day who they are especially keen on” en *Daily Mail*. Septiembre 10. Consultado por última vez el 1 de abril del 2017 en: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3229265/Tinder-rolls-SUPER-LIKE-Users-swipe-single-one-person-day-especially-keen-on.html>

HERN, Alex (2015). “Difference between emoji and emoticons explained” en *The Guardian*. Consultado en: <https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/06/difference-between-emoji-and-emoticons-explained>

IAB MÉXICO (2016). *Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2015*. Desarrollado por Millward Brown, patrocinado por Televisa.com. Ciudad de México. <http://www.iabmexico.com/estudios/consumo-medios-2016-infografia/> el 21 de noviembre del 2016.

KIMBALL, Spencer (2018). "Grindr defends sharing user HIV status with other companies" en *CNBC*, publicado el 2 de abril. Consultado en: <https://www.cNBC.com/2018/04/02/gay-dating-app-grindr-reportedly-shares-user-hiv-status-with-other-companies.html>

JAYSON, Sharon (2013). “Study: More than a third of new marriages start online” en *USA Today*. Publicado el 3 de junio. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <https://www.usatoday.com/story/news/nation/2013/06/03/online-dating-marriage/2377961/>

KAUFLIN, Jeff (2015). “How Match.com’s founder revolutionized the dating world – and walked away with just \$50,000” en *Business Insider*. Consultado por última vez el 31 de

marzo del 2017 en: <http://www.businessinsider.com/how-matchcom-was-founded-by-gary-kremen-2015-7>

KIM, Ryan (2005). "Hey, baby, want a date? / New mobile dating services allow people to browse profiles via cell phone and message potential matches – even on the spot" en *SFGATE*. Consultado el 2 de abril del 2017 en: <http://www.sfgate.com/business/article/Hey-baby-want-a-date-New-mobile-dating-2653653.php>

KOSOFF, Maya (2016). "You have a secret Tinder rating –but only the company can see what it is" en *Business Insider*, Tech Insider. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <http://www.businessinsider.com/secret-tinder-rating-system-called-elo-score-can-only-be-seen-by-company-2016-1>

KUSSIN, Zachary (2016). "Tinder's in-house sociologist helps users like herself find love" en *New York Post*. Diciembre 1. Living. Estados Unidos. Consultado en: <https://nypost.com/2016/12/01/tinders-in-house-sociologist-helps-users-like-herself-find-love/>

LUSINSKI, Natalia (2018). "Tinder Users Are Changing Their Locations To Match With Olympic Athletes In PyeongChang - And App Usage Is Skyrocketing" en *Bustle*, publicado el 12 de febrero. Consultado en: <https://www.bustle.com/p/tinder-users-are-changing-their-locations-to-match-with-olympic-athletes-in-pyeongchang-app-usage-is-skyrocketing-8198701>

MATCH (2018). "Members Statistics" en *Match Media Room*. Consultado por última vez el 3 de julio del 2018 en: <http://match.mediaroom.com/index.php?s=30442>

MÉNDEZ, Fran (2014). "Tinder: Las cifras de la app para conocer gente" en *Forbes*. 15 noviembre. Consultado por última vez el 5 de abril del 2017 en: <http://forbes.es/actualizacion/2528/tinder-las-cifras-de-la-app-para-conocer-gente%29>

NAUMAN, Zoe (2015). "I would not go with me on Tinder": Hilary Duff reveals she has had enough of dating app after making THAT music video setting up her profile on it" en *Daily Mail*. Consultado por última vez el 2 de febrero del 2017 en <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-3147934/I-not-Tinder-Hilary-Duff-reveals-dating-app-music-video-setting-up.html>

O'BRIEN, Chris (2003). "The Prisoner of Sex.com" en *Wired*. Publicado el 1 de agosto. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en <https://www.wired.com/2003/08/sex-com/>

O'BRIEN, Sara Ashley (2017). "Tinder's Sean Rad: App has made 250,000 transgender matches" en *CNN*. Tech. Marzo 11. Consultado por última vez el 31 de marzo del 2017 en: <http://money.cnn.com/2017/03/10/technology/sxsw-tinder-glaad/>

O'BRIEN, Sara Ashley (2016). "College students are Tindering for 'friends'" en *CNN Tech*. Febrero 12. Technology. Estados Unidos. Consultado en: <http://money.cnn.com/2016/02/12/technology/wayup-survey-dating-apps/>

O'CONNOR, Clare (2017). "Billion-Dollar Bumble: How Whitney Wolfe Herd Built America's Fastest-Growing Dating App" en *Forbes*, publicado el 14 de noviembre. Consultado en <https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2017/11/14/billion-dollar-bumble-how-whitney-wolfe-herd-built-americas-fastest-growing-dating-app/#5cfb379f248b>

OGURY (2017). "Dating App Study" en *Ogury*. Consultado en: [https://www.ogury.com/ogury\\_resources/dater-analysis-the-habits-of-dating-app-users-around-the-world/](https://www.ogury.com/ogury_resources/dater-analysis-the-habits-of-dating-app-users-around-the-world/)

O'REILLY, Tim (2005, 30 de septiembre) *What is Web 2.0*. Consultado en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> el 6 de agosto de 2017.

OSSORIO, Jesús (2015). "Y lo que surja" en *Cambio16*. Actualidad. 23 de octubre. Consultado por última vez el 27 de octubre del 2017 en: <https://www.cambio16.com/actualidad/amor-com-y-lo-que-surja/>

- PALESTINDER (2014). "We're yelling Tinder!" en *Tumblr*. Consultado por última vez el 31 de mayo del 2018 en <http://palestinder.tumblr.com/>
- PEIRÓN, Francesc (2012). "Un reportaje evidencia la alta actividad sexual en las villas olímpicas" en *La Vanguardia*. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: <http://www.lavanguardia.com/gente/20120720/54327805019/reportaje-evidencia-actividad-sexual-villas-olimpicas.html>
- PRINGLE, Ramona (2017). "Dating apps for the elite reinforce the worst aspects of human nature" en *CBC News*, Opinión. Consultado por última vez el 2 de abril del 2017 en: <http://www.cbc.ca/news/opinion/elite-dating-app-1.4033303>
- ROOF, Katie (2016). "Dating App Happn Reaches 10 Million Users, Adds Voice", en *TechCrunch*, publicado el 19 de enero. Consultado en: <https://techcrunch.com/2016/01/19/dating-app-happn-reaches-10-million-users-adds-voice/>
- ROWAN, David (2011). "How Badoo built a billion-pound social network... on sex" en *Wired*, publicado el 25 de abril. Consultado en: <https://www.wired.co.uk/article/sexual-network>
- RUSHTON, Katherine (2012). "Badoo - the matchmaker from Russia with love" en *The Telegraph*, publicado el 4 de marzo en Finance, Digital Media. Consultado en: <https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/digital-media/9122243/Badoo-the-matchmaker-from-Russia-with-love.html>
- RT NEWS (2018). "Russian dating app traffic surges as football World Cup fever rises" en RT News, junio 24, Rusia. Consultado en: <https://www.rt.com/business/430699-fans-tinder-badoo-dates-russia/>
- SALES, Nancy (2015). "Tinder and the Dawn of 'Dating Apocalypse'" en *Vanity Fair*, septiembre. Consultado en: <https://www.vanityfair.com/culture/2015/08/tinder-hook-up-culture-end-of-dating>

- SCHOUPS, Annelise (2016). "Why is Tinder called Tinder?" en *Rewind & Capture*. Consultado por última vez el 29 de marzo del 2017 en <http://www.rewindandcapture.com/why-is-tinder-called-tinder/>
- SCOLARI, Carlos (2011). "Las interfaces no desaparecen, se transforman" en *Hipermediaciones*. Consultado el 2 de abril del 2017 en: <https://hipermediaciones.com/2011/02/20/las-interfaces-no-desaparecen-se-transforman/>
- SHONTELL, Alyson (2014). "Hot Dating App Tinder Now Matches 10 Million People Per Day, Up From 5 Million In December" en *Business Insider*, Tech Insider. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <http://www.businessinsider.com/tinder-growth-explodes-after-sochi-2014-2>
- SMITH, Craig (2017). "45 Impressive Tinder Statistics (March 2017)" en *Digital Marketing Ramblings*. Marzo 7. Consultado por última vez el 5 de abril del 2017 en: <http://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/>
- SOLA, Katie (2017). "8 Things You Need To Know About Bumble for Valentine's Day" en *Forbes*, publicado el 13 de febrero. Consultado en: <https://www.forbes.com/sites/katiesola/2017/02/13/8-things-you-need-to-know-about-the-dating-app-bumble/#3e9b14ec5e99>
- SOLON, Olivia (2016). "Tinder taps its inner Vegas to predict swipe rights" en *The Wire*. 13 de octubre. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <https://www.wired.com/2016/10/tinder-taps-inner-vegas-guess-people-will-swipe-right/>
- STATISTA (2015). "Distribution of Tinder users worldwide as of 2nd quarter 2015, by age group" consultado por última vez el 21 de marzo del 2017 en: <https://www.statista.com/statistics/426066/tinder-age-distribution/>
- STEINMETZ, Katy (2016). "The Inside Story Behind Tinder's New Gender Options" en *Time*. Tech. Noviembre 15. Consultado por última vez el 4 de abril del 2017 en: <http://time.com/4568225/tinder-gender-feature-transgender/>

- TINDER (2015). “Conservando un Tinder real” en *Tinder*, marzo 11. Consultado en: <https://blog.gotinder.com/keeping-tinder-real/>
- TINDER (2016a). “Los empleos que reciben más deslizamientos a la derecha en Tinder” en *Tinder*. Consultado en: <https://blog.gotinder.com/tinders-most-right-swiped-jobs/>
- TINDER (2016b) “Lanzamiento de Tinder Social – Desplazando con tus amigos” en *Tinder*. Julio 21. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <http://blog.gotinder.com/launching-tinder-social-a-new-way-to-plan-your-night/>
- TINDER (2016c). “Sáltate la cola con Tinder boost” en *Tinder*. 27 de septiembre. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en: <http://blog.gotinder.com/skip-the-line-with-tinder-boost/>
- TINDER (2016d). “Presentamos más géneros en Tinder” en *Tinder*. 16 de noviembre. Consultado por última vez el 28 de mayo del 2018 en: <https://blog.gotinder.com/genders/>
- TINDER (2017a). “Presentamos Tinder Online: Desplaza desde cualquier sitio” en *Tinder*. Consultado el 28 de marzo del 2017 en: <http://blog.gotinder.com/introducing-tinder-online/>
- TINDER (2017b). “¡Abajo los selfies con tigres!” en *Tinder*. 28 de julio. Consultado en: <https://blog.gotinder.com/take-down-the-tiger-selfies/>
- TINDER (2017c). “Presentamos Super Likeable” en *Tinder*. 1 de diciembre. Consultado en: <https://blog.gotinder.com/introducing-super-likeable/>
- TINDER (2018). “Presentamos Picks: ahora en Tinder” en *Tinder*. 22 de junio. Consultado en: <https://blog.gotinder.com/introducing-picks-now-on-tinder/>
- VODAFONE (2016). “Neil Harbisson: músico, artista y primer ciborg reconocido legalmente por un gobierno” en *elFuturoesOne* de *Vodafone*. YouTube. Consultado por última vez el 29 de agosto del 2017 en: <https://www.youtube.com/watch?v=VV4eIrz0MNI>



WELCH, Chris (2017). “There’s a secret version of people for hot people and you can’t use it” en *The Verge*. 7 de marzo. Consultado por última vez el 3 de abril del 2017 en: <http://www.theverge.com/2017/3/7/14848286/tinder-select-exclusive-dating-app>

WILLIAMS, Rhiannon (2014) “Facebook’s 71 gender options come to UK” en *The Telegraph*. 27 de junio. Consultado por última vez el 4 de abril del 2017 en: <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/10930654/Facebooks-71-gender-options-come-to-UK-users.html>

WORLD WIDE WEB FOUNDATION (Sin Año). “History of the Web”. En *World Wide Web Foundation*. Consultado por última vez el 30 de marzo del 2017 en <http://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>

YARON, Oded (2017). “The West Bank is the Only Place in the World You Can’t Enter with Tinder’s Passport” en *Haaretz*. Abril 10. Israel News. Consultado en: <https://www.haaretz.com/israel-news/.premium-the-only-place-in-the-world-you-cant-go-with-tinder-s-passport-1.5459190>

## GLOSARIO

En este apartado se describen algunas de las palabras técnicas relacionadas con el uso de Tinder, así como otras aplicaciones y páginas que son mencionadas a lo largo de la tesis.

### Usos de Tinder

Like: También se le conoce como *swipe right* o deslizar hacia la derecha y se refiere a indicar que hay un interés por el otro usuario.

Super like: Cuando hay mucho interés por una persona y se desea llamar su atención, se puede enviar un super like al dar clic en su ícono o al deslizar hacia arriba en el perfil de una persona. Esto le hará saber que hay un interés por ella aun si no es mutuo. En un plan básico, se dispone de un super like por día.

Match: Cuando dos personas indican que tienen un interés común, ya sea que intercambien likes o super like, se genera una posibilidad de iniciar la conversación en el chat.

\* Match como resultado de la acción que se produce cuando dos personas indican que se atraen.

\* Apropiación del significado del match con la otra personan con la que se inició el interés. Esto puede motivar a que en el discurso se refiera a la otra persona como *su match*.

Super likeable/Picks: No se debe de confundir con el super like, aunque están relacionados. Se trata de una función que inició su fase de prueba en diciembre del 2017. Consiste en que Tinder, a partir de los algoritmos que registran el uso de la aplicación que hace cada persona, sugiere a cuatro usuarios que considera que tienen el perfil que está buscando; de ellos, podrá enviarle un super like a sólo uno. No se puede solicitar, sino que de manera aleatoria se ofrece la opción (Tinder, 2017c; 2018).

Loop: Una nueva característica que se incorpora a Tinder en 2018 y que permite utilizar loops o fragmentos muy cortos de video para darle una sensación de vida y movimiento a la fotografía.

Ghosting: Es una palabra que se utiliza para referirse a ser invisibilizados por la otra persona o a invisibilizar a alguien tras romper la comunicación y no devolver los mensajes.

### **Versiones de pago de Tinder**

Tinder Plus: La versión premium de Tinder es de paga y aumenta el número de super likes, así como likes ilimitados. Asimismo, ofrece las funciones de Pasaporte y Rewind descritas anteriormente.

Tinder Gold: Función disponible a partir de mediados de 2017. Es idéntico a la versión Plus, pero agrega una característica muy valiosa: muestra algunos de los perfiles de las personas que ya le han dado like al usuario, así que sabe de antemano si les devuelve el like, inmediatamente hará match y podrá conversar.

Tinder boost: Coloca al usuario como uno de los perfiles que serán vistos en los primeros lugares por quienes estén en la zona. Se tiene Tinder plus, dispone de uno por mes, pero si un usuario quiere más aunque no tenga Tinder plus, puede comprarlos (Tinder, 2016c).

Rewind: Permite regresar y ver el último perfil descartado una vez más en caso de que eliminarlo haya sido un error. Sólo con la versión Plus.

Pasaporte: El pasaporte de Tinder permite que un usuario virtualmente cambie su presencia a otra ciudad de otra parte del mundo, de manera que pueda interactuar con otras personas fuera de su círculo inmediato. Esta función suele ser utilizada para conocer personas de un lugar que se visitará próximamente. Su acceso es a partir de la versión Plus de Tinder.

## APÉNDICES

### Cuestionarios

Los cuestionarios son extensos y por cuestiones de pertinencia y espacio, no se utilizaron todos los resultados en el análisis detallado en esta tesis.

#### Primer cuestionario de la Ciudad de México

El texto introductorio fue similar en cada cuestionario adaptado a la población a la que se dirigía y a los objetivos del mismo. Por ejemplo, el del primer cuestionario fue el siguiente:

Mi nombre es Rodrigo Cardoso. Soy licenciado en Sociología por la UAM-X y maestrante en Comunicación por la UNAM. Actualmente estoy trabajando en una tesis sobre los usos y representaciones en Tinder, un tema cuya relevancia radica en los cambios que se están suscitando en los últimos años respecto a la comunicación, las interacciones mediadas y los elementos que convergen en la creación de perfiles e identidades.

Tu participación es anónima. No tienes obligación de contestar aquello que pueda incomodarte. La única información obligatoria es la edad, el sexo y la delegación. Resolverlo no te quitará más de 10 minutos y tal vez te generará reflexiones que no te habías planteado sobre tu uso de Tinder.

Te pido que leas las preguntas con atención y contestes con la verdad. Al final del cuestionario, da clic en “Finalizar”, por favor.

Los resultados serán compartidos a través de un blog en un futuro. Tomará tiempo, pero se hará. Si quieres participar en una etapa futura de la investigación (entrevistas mediadas por correo electrónico) y/o conocer los resultados, deja tu correo al final. Es opcional.

Gracias.

Este mensaje aparecía al inicio del cuestionario, pero desde antes, tanto en la descripción del perfil de Tinder, como en el mensaje de invitación en el chat, se les indicaba información similar, así como se les comentaba que si tenían alguna duda sobre la investigación o el cuestionario, con gusto sería atendida.

El primer cuestionario responde al objetivo de crear una base de datos sobre la cual se pueda desarrollar el resto de la investigación. Las preguntas son las siguientes.

1. Selecciona en qué delegación vives

2. Indica tu rango de edad
  - a. 18-20
  - b. 21-24
  - c. 25-28
  - d. 29-31
3. ¿Hombre o mujer?
4. Indica tu orientación sexual
  - a. Heterosexual
  - b. Homosexual
  - c. Bisexual
  - d. Asexual [que fue retirada debido a que fueron pocos quienes se identificaron de esta manera]
5. Indica si en este momento estudias y/o trabajas o ninguna de las dos
6. Indica si has utilizado alguna de las siguientes aplicaciones y páginas para conocer o conversar con otras personas [Happn, Grindr, Wapa, Ashley Madison, Match.com, Hinge, OkCupid]
7. ¿Consideras que se puede encontrar a una pareja formal a través de Tinder?
8. Uso de likes y super likes
  - a. ¿Con qué frecuencia das like a otra persona en Tinder?
  - b. ¿Con qué frecuencia das super like a otra persona en Tinder?
9. ¿En qué medida tu perfil de Tinder es una representación 'real' de ti?
  - a. Las fotografías que seleccioné reflejan mis intereses o pasatiempos
  - b. Las fotografías que utilizo son actuales
  - c. Mi apariencia física es similar a la que reflejan las fotografías que escogí
  - d. La descripción de mi perfil refleja mi personalidad real
  - e. En mi descripción reflejo con claridad qué es lo que busco en Tinder
  - f. La información de mi perfil es verdadera
10. ¿Qué características tienen las fotos de tu perfil? Puedes repetir respuesta en "Foto principal" y en "Otras fotos"
  - a. Utilizo filtros o edición para mejorar la foto
  - b. Uso selfie
  - c. Hago alguna pose / 'duck face'
  - d. Aparezco sonriendo
  - e. Mis ojos están descubiertos y visibles (no usas lentes oscuros, por ejemplo)
  - f. Aparezco con amigos
  - g. El escenario de mi foto remite a algún viaje
  - h. Aparezco con mi mascota o algún animal
  - i. Me encuentro en una fiesta, bar o antro
  - j. Estoy fumando o bebiendo
  - k. La foto me la tomé en mi universidad o lugar donde trabajo

- l. Muestro el abdomen, torso o pecho total o parcialmente descubierto
  - m. Me encuentro dentro o fuera de un coche
11. Describe de manera breve qué dice tu perfil actual de Tinder [pregunta abierta]
12. ¿En qué elementos te fijas para determinar si te interesa la otra persona?
- a. Apariencia física
  - b. Profesión
  - c. Universidad o estudios
  - d. Vive cerca de tu (a menos de 6 kilómetros)
  - e. Que comparta intereses / 'me gusta' de Facebook
  - f. Que tenga una descripción sobre quién es o qué busca
  - g. Que muestre muchas fotografías
  - h. Compatibilidad en Spotify
  - i. Sonríe en su foto de perfil
  - j. Tiene muchos amigos en común contigo
  - k. Que sea de mi edad o menor
  - l. Que sea mayor de edad que yo (por 3 o más años)
13. Indica a quiénes buscas en Tinder [las opciones eran hombres, mujeres y no me interesa; se podían elegir varios]
- a. Amigos
  - b. Pareja potencial
  - c. Pareja casual
  - d. Conversar
14. Ordena las características en las que te fijas para determinar si la otra persona te interesa o no
- a. Aparece con amigos
  - b. Busca una relación formal
  - c. Busca una relación sexual sin compromiso
  - d. Comparte muchos gustos de Facebook contigo
  - e. Se puede observar su cuerpo completo
  - f. Sonríe en su foto principal
  - g. Sus fotos hacen referencia a algún interés o pasatiempo que tú también tienes
  - h. Tiene cuatro o más fotos
  - i. Tiene una descripción e indica quién es y qué busca
15. Señala qué tanto te identificas con los siguientes motivos sobre tu uso de Tinder. Considera que el mínimo es 1 y el máximo 10.
- a. Me interesa una relación formal de pareja
  - b. Busco sexo sin compromiso
  - c. Me interesa Tinder porque me facilita conversar con desconocidos
  - d. Me gusta hacer match y sentirme reconocido/a

- e. Busco hacer nuevos amigos
  - f. Quiero aprender de otras personas
  - g. Por recomendaciones [al final se descartó para el análisis de la tesis]
16. ¿A cuántas personas conociste presencialmente después de haber hecho match con ellas en Tinder?
17. ¿La persona con la que tuviste una cita presencial era como te la imaginabas?
- a. Físicamente
  - b. Personalidad
  - c. La información que daba en su perfil
18. ¿Consideras que hubieras tenido una cita con tus matches de Tinder si les hubieras conocido en otro lugar fuera de la aplicación?
19. Si has tenido citas con tus parejas de Tinder y si así lo deseas, comparte tu experiencia.
- a. ¿Cuál fue la mejor experiencia?
  - b. ¿Cuál fue la peor experiencia?
20. Generalidades sobre Tinder
- a. ¿Crees que Tinder está cambiando el compromiso que podemos tener en relaciones de pareja formales?
  - b. ¿Consideras que es fácil tener una cita a través de Tinder?
  - c. ¿Has mentido u ocultado a otras personas acerca de que utilizas Tinder?
21. Si deseas continuar participando en esta investigación, deja tu correo en esta casilla y me comunicaré para darte los detalles.

Gracias

## Segundo cuestionario de la Ciudad de México

El objetivo de este segundo cuestionario era incorporar preguntas con mayor pertinencia en relación con la intención para conocer el sentido de la mediación tecnológica, de las representaciones sociales y del estigma en Tinder.

- 1. Género
  - a. Hombre
  - b. Mujer
  - c. Hombre trans
  - d. Mujer trans
- 2. Orientación sexual
  - a. Heterosexual

- b. Homosexual
  - c. Bisexual
  - d. Ninguna de estas opciones me representa
3. Edad
    - a. 18-20 años
    - b. 21-24 años
    - c. 25-28 años
    - d. 29-31 años
  4. Delegación donde vives actualmente
  5. Estado de relación
    - a. Soltero/a
    - b. Novio/a
    - c. Comprometido/a
    - d. Casado/a
    - e. Divorciado/a
    - f. Viudo/a
    - g. En unión libre
  6. Nivel de estudios alcanzado o que actualmente cursas
    - a. Primaria
    - b. Secundaria
    - c. Bachillerato
    - d. Licenciatura
    - e. Posgrado
    - f. Carrera técnica
  7. ¿Cuánto tiempo llevas utilizando Tinder? [con opciones desde menos de un mes hasta más de 2 años]
  8. ¿Cuántos matches tienes actualmente?
  9. ¿Con cuántos matches sueles conversar a la vez?
  10. ¿Crees que la mayoría de los usuarios de Tinder busca tener sexo sin compromiso?
  11. ¿Con qué frecuencia tus matches de Tinder te escriben con la intención de tener sexo sin compromiso?
  12. Independientemente de tu situación, ¿consideras que está bien tener sexo sin compromiso con personas que se conocen en Tinder?
  13. ¿Qué pareja crees que tiene mejores posibilidades de ser feliz?
  14. Cada vez más personas se conocen a través de Tinder. ¿Crees que el uso de esta aplicación y la facilidad de conocer personas está cambiando el compromiso que se tiene en una relación formal de pareja aun cuando ésta no sea necesariamente a través de Tinder? [Las respuestas estaban desarrolladas para provocar reacciones]
    - a. Sí. Como es tan fácil conocer personas, el compromiso en una relación es menor porque se puede cambiar de pareja.



- b. No. El compromiso en una relación no se ve afectado por la existencia de aplicaciones y páginas para citas.
15. Si tuvieras que asignar una calificación a tu perfil del 1 al 10 según qué tan atractivo es (no sólo tu apariencia, sino tu perfil en su conjunto: información personal, fotos elegidas y descripción), ¿qué ‘calificación’ le asignarías?
16. Suponiendo que esta calificación existiera, ¿cómo sería la que tienen tus matches en relación con la tuya? (Por ejemplo, si yo digo que soy un 7 y busco un 8, entonces la de mis matches sería “mayor”)
17. Indica en qué grado has percibido algún tipo de violencia, discriminación o agresividad en Tinder. Considera que 10 es “muy común” y que 1 es “nunca”.
- Al chatear conmigo, he percibido violencia y agresividad en la manera de dirigirse hacia mí
  - Al chatear conmigo, me han presionado para actuar contra mi voluntad
  - Al conocer a alguien en persona, se ha comportado con violencia
  - Al conocer a alguien en persona, me ha presionado para actuar contra mi voluntad
  - He percibido discriminación en la descripción de los perfiles y el tipo de gente que buscan
  - Alguna vez he intentado presionar a alguien para que actúe contra su voluntad
  - Alguna vez he sido violento/a en la manera en la que me dirijo hacia la otra persona
18. Si has utilizado Tinder fuera de la ciudad donde vives, ya sea en un viaje de trabajo, de vacaciones u otro, ¿ha cambiado el uso que haces de la aplicación? Si es así, marca las casillas que reflejen ese cambio. Puedes seleccionar más de una.
- Utilizo Tinder con mayor frecuencia cuando viajo
  - Lo utilizo para conocer más sobre el lugar al que viajé
  - Busco tener relaciones con mayor frecuencia que en la ciudad donde vivo
  - Casi no utilizo Tinder cuando viajo por motivos de trabajo o académicos
  - Casi no utilizo Tinder cuando viajo por vacaciones o motivos personales
19. ¿Te resulta más fácil comunicarte con desconocidos (pensando en potenciales parejas) cara a cara o a través del teléfono móvil / Tinder?
- Es más fácil para mí cuando la interacción es cara a cara
  - Me siento más cómodo/a cuando es a través del teléfono / Tinder
  - No me parece que haya una diferencia significativa
20. En Tinder me comporto de manera distinta de como lo hago fuera de la aplicación
21. ¿A quiénes has ocultado tu uso de Tinder? (Puedes elegir más de una respuesta)
- Nunca lo he ocultado
  - A mi familia
  - A mis amigos
  - A mi pareja
22. Si lo has ocultado, explica brevemente por qué motivo lo hiciste [pregunta abierta]
23. ¿Por qué usas Tinder? Indica del 1 al 10 qué tan importantes son los siguientes motivos para ti considerando que 10 es “muy importante”

- a. Es más fácil conversar a través del teléfono móvil, sean llamadas o chat
  - b. Estoy buscando una pareja formal
  - c. Estoy buscando sexo sin compromiso
  - d. Quiero conocer personas y hacer amigos
  - e. Quiero olvidar a mi anterior pareja
  - f. Me hace sentir bien hacer match con otras personas
  - g. Me permite conocer personas de mi orientación sexual
24. Imagina este escenario: dentro de algunos meses o años te casas con tu pareja que conociste en Tinder. ¿Harías público a las personas más cercanas (amigos, familia, colegas) que se conocieron a través de Tinder?
25. ¿Consideras que has cambiado como persona a partir de tu uso de Tinder?
26. Menciona tres características que te gustaría que tuviera tu la persona ideal con la que hagas match [pregunta abierta]
27. ¿Qué características de tu perfil crees que interesen más a los otros usuarios? [pregunta abierta]
28. ¿Cómo recibiste la invitación para participar en este cuestionario?
29. Anota tu correo electrónico si te gustaría que te envíe los resultados finales y/o un link para consultar la tesis cuando esté terminada
30. ¿Algo que quisieras agregar sobre el uso de Tinder?
31. Si tienes algún comentario sobre el cuestionario o la investigación en curso, será muy apreciado

Gracias

## **Cuestionario de Madrid**

Este cuestionario se hizo tras la incorporación parcial del primer cuestionario de la Ciudad de México y el segundo cuestionario completo. Asimismo, se hicieron ajustes para adaptarlo a la población de usuarios de Madrid, España.

1. Género
  - a. Hombre
  - b. Mujer
  - c. Hombre trans
  - d. Mujer trans
2. Orientación sexual
  - a. Heterosexual
  - b. Homosexual

- c. Bisexual
  - d. Ninguna de estas opciones me representa
3. Edad
- a. 18-20 años
  - b. 21-24 años
  - c. 25-28 años
  - d. 29-31 años
4. ¿En qué región de España vives actualmente? [las opciones eran Madrid, Andalucía, Cataluña y “Otra”, aunque todos los cuestionarios se aplicaron desde Madrid]
5. ¿Cuánto tiempo llevas viviendo en la ciudad desde donde contestas? [las opciones de respuesta van desde menos de 3 meses hasta más de 5 años]
6. Si tu primera nacionalidad no es la española, indica cuál es. Si es española, puedes dejarlo en blanco.
7. Estado de relación
- a. Soltero/a
  - b. Novio/a
  - c. Comprometido/a
  - d. Casado/a
  - e. Divorciado/a
  - f. Viudo/a
  - g. En unión libre
8. Nivel de estudios alcanzado o que actualmente cursas
- a. Primaria
  - b. Secundaria
  - c. Bachillerato
  - d. Licenciatura
  - e. Posgrado
  - f. Carrera técnica
9. ¿Estudias o trabajas? Puedes elegir ambas o ninguna si es el caso.
10. ¿Has utilizado otras apps para ligar o conocer personas? Si es así, indica cuáles. Si deseas explicar por qué utilizaste esas aplicaciones, puedes hacerlo [pregunta abierta]
11. Uso de likes y super likes
- a. ¿Con qué frecuencia das likes a otra persona en Tinder?
  - b. ¿Con qué frecuencia das super likes a otra persona en Tinder?
12. ¿En qué grado tu perfil es una representación “real” de ti? Si no tienes fotos o descripción, déjalo en blanco
- a. Las fotografías que utilizo son actuales
  - b. La descripción de mi perfil refleja mi personalidad

- c. La información de mi perfil es verdadera
13. ¿Qué características tienen las fotos de tu perfil de Tinder? Puedes elegir más de una casilla por respuesta
- a. Utilizo filtros o edición en la foto
  - b. Selfie
  - c. Hago alguna pose o “duck face”
  - d. Mis ojos están descubiertos
  - e. Aparezco con amigos
  - f. Mi foto remite a algún viaje
  - g. Me encuentro en una fiesta, bar o antro /disco
  - h. Aparezco con mi mascota o algún animal
  - i. Estoy fumando o bebiendo
  - j. Aparezco con el torso, abdomen descubierta /sin camiseta
  - k. Mientras hago ejercicio
14. Indica a quiénes buscas en Tinder y con qué fin. Puedes elegir más de una respuesta [Los mismos del primer cuestionario]
15. ¿En qué elementos te fijas para determinar si te interesa la otra persona? [Los mismos del primer cuestionario]
16. ¿Cuánto tiempo llevas utilizando Tinder?
17. ¿Cuántos matches tienes actualmente?
18. ¿Con cuántos matches sueles conversar a la vez?
19. Si has utilizado Tinder fuera de la ciudad donde vives, ya sea en un viaje de trabajo, de vacaciones u otro, ¿ha cambiado el uso que haces de la aplicación? Si es así, marca las casillas que reflejen ese cambio. Puedes seleccionar más de una.
20. ¿Crees que se puede tener una pareja formal con alguien a quien conociste en Tinder?
21. ¿Crees que la mayoría de los usuarios de Tinder busca tener sexo sin compromiso?
22. ¿Con qué frecuencia tus matches de Tinder te escriben con la intención de tener sexo sin compromiso?
23. Independientemente de tu situación, ¿consideras que está bien tener sexo sin compromiso con personas que se conocen en Tinder?
24. ¿Qué pareja crees que tiene mejores posibilidades de ser feliz?
25. Cada vez más personas se conocen a través de Tinder. ¿Crees que el uso de esta aplicación y la facilidad de conocer personas está cambiando el compromiso que se tiene en una relación formal de pareja aun cuando ésta no sea necesariamente a través de Tinder? [Las respuestas propuestas son las mismas del segundo cuestionario de la Ciudad de México]
26. Si tuvieras que asignar una calificación a tu perfil del 1 al 10 según qué tan atractivo es (no sólo tu apariencia, sino tu perfil en su conjunto: información personal, fotos elegidas y descripción), ¿qué ‘calificación’ le asignarías?

27. Suponiendo que esta calificación existiera, ¿cómo sería la que tienen tus matches en relación con la tuya? (Por ejemplo, si yo digo que soy un 7 y busco un 8, entonces la de mis matches sería “mayor”)
28. Indica en qué grado has percibido algún tipo de violencia, discriminación o agresividad en Tinder. Considera que 10 es “muy común” y que 1 es “nunca”.
- Al chatear conmigo, he percibido violencia y agresividad en la manera de dirigirse hacia mí
  - Al chatear conmigo, me han presionado para actuar contra mi voluntad
  - Al conocer a alguien en persona, se ha comportado con violencia
  - Al conocer a alguien en persona, me ha presionado para actuar contra mi voluntad
  - He percibido discriminación en la descripción de los perfiles y el tipo de gente que buscan
  - Alguna vez he intentado presionar a alguien para que actúe contra su voluntad
  - Alguna vez he sido violento/a en la manera en la que me dirijo hacia la otra persona
29. ¿Te resulta más fácil comunicarte con desconocidos (pensando en potenciales parejas) cara a cara o a través del teléfono móvil / Tinder?
- Es más fácil para mí cuando la interacción es cara a cara
  - Me siento más cómodo/a cuando es a través del teléfono / Tinder
  - No me parece que haya una diferencia significativa
30. En Tinder me comporto de manera distinta de como lo hago fuera de la aplicación
31. ¿A quiénes has ocultado tu uso de Tinder? (Puedes elegir más de una respuesta)
- Nunca lo he ocultado
  - A mi familia
  - A mis amigos
  - A mi pareja
32. Si lo has ocultado, explica brevemente por qué motivo lo hiciste [pregunta abierta]
33. ¿Por qué usas Tinder? Indica del 1 al 10 qué tan importantes son los siguientes motivos para ti considerando que 10 es “muy importante”
- Es más fácil conversar a través del teléfono móvil, sean llamadas o chat
  - Estoy buscando una pareja formal
  - Estoy buscando sexo sin compromiso
  - Quiero conocer personas y hacer amigos
  - Quiero olvidar a mi anterior pareja
  - Me hace sentir bien hacer match con otras personas
  - Me permite conocer personas de mi orientación sexual
34. ¿A cuántos de tus matches has conocido de manera presencial en una cita?
35. Si has conocido a alguien fuera de Tinder, ¿era esta persona como la imaginabas? Si no has conocido a nadie, déjalo en blanco.

- a. Apariencia
  - b. Personalidad
  - c. Información personal
36. Imagina este escenario: dentro de algunos meses o años te casas con tu pareja que conociste en Tinder. ¿Harías público a las personas más cercanas (amigos, familia, colegas) que se conocieron a través de Tinder?
37. Si has tenido citas con otras personas de Tinder y si así lo deseas, comparte tus experiencias
- a. Mejor experiencia
  - b. Peor experiencia
38. ¿Consideras que que Tinder te ha cambiado como persona desde que comenzaste a utilizarlo?
39. Menciona tres características que te gustaría que tuviera tu la persona ideal con la que hagas match [pregunta abierta]
40. ¿Qué características de tu perfil crees que interesen más a los otros usuarios? [pregunta abierta]
41. ¿Cómo recibiste la invitación para participar en este cuestionario?
42. Anota tu correo electrónico si te gustaría que te envíe los resultados finales y/o un link para consultar la tesis cuando esté terminada
43. Si vives en Madrid, deja tu correo electrónico si estuvieras interesado/a en participar en una entrevista presencial o mediada por correo electrónico en los próximos meses (diciembre o enero probablemente)
44. ¿Algo que quisieras agregar sobre el uso de Tinder?
45. Si tienes algún comentario sobre el cuestionario o la investigación en curso, será muy apreciado

Gracias

## **Cuestionario para exusuarios de Tinder en la Ciudad de México**

Los exusuarios de Tinder son aquellas personas que descargaron la aplicación, crearon una cuenta y empezaron a utilizarla, pero la eliminaron definitivamente en un periodo inferior al mes de su uso. Las opciones de respuesta de las preguntas comunes con los anteriores resultados se omiten para no que no sea reiterativo.

- 1. Género
- 2. Orientación sexual
- 3. Edad
- 4. Indica cuál es tu nivel de estudios completado o que actualmente cursas
- 5. ¿Estudias o trabajas?

6. Estado de relación actual
7. En tu opinión, ¿qué es Tinder? ¿qué opinión tienes sobre la aplicación? [pregunta abierta]
8. ¿Hace cuánto tiempo conociste Tinder?
9. ¿Consideras que es posible iniciar una relación formal de pareja con una persona que se conoce en Tinder?
10. Indica del 1 al 10 qué tan importante fueron para ti las siguientes motivaciones para descargar y utilizar Tinder. Considera que 1 es “nada importante” y 10 “muy importante”.
  - a. Hacer amigos y conocer nuevas personas
  - b. La facilidad para conversar con desconocidos/as
  - c. Buscar una pareja formal
  - d. Buscar sexo sin compromiso
  - e. La satisfacción de saber que le atraigo a otras personas
  - f. Conocer personas de la misma orientación sexual
11. ¿De qué manera te resulta más fácil conversar con desconocidos/as (potenciales parejas)?
  - a. En una conversación cara a cara
  - b. En una conversación mediada por algún chat en el teléfono (Tinder, WhatsApp, etc.)
  - c. No me parece que haya una diferencia significativa
12. ¿Qué pareja crees que tiene mejores posibilidades de ser feliz?
  - a. Una pareja que tuvo su primer encuentro cara a cara e iniciaron una relación
  - b. Una pareja que se conoció a través de Tinder
  - c. No creo que haya diferencia por la manera en la que se conocieron
13. Cada vez más personas se conocen a través de Tinder y aplicaciones similares. ¿Crees que el uso de esta aplicación y la facilidad de conocer personas está afectando la estabilidad de las relaciones de parejas?
  - a. Sí. El compromiso en una relación es menor debido a que es más sencillo conocer gente e iniciar una nueva relación
  - b. No. El compromiso en una relación no se ve afectado por la presencia de Tinder o aplicaciones similares
  - c. No estoy de acuerdo con ninguna de estas afirmaciones
14. Recuerda cuando creaste tu perfil de Tinder y elegiste qué fotografías y descripción agregarías a tu perfil. ¿Qué tan atractivo consideras que era tu perfil? Considera que 1 es “poco atractivo” y 10 “muy atractivo”.
15. ¿Cómo te sentiste cuando hiciste tu primer match?
  - a. Indiferente
  - b. Una sensación agradable por saber que le atraigo a la otra persona
  - c. Emoción y nervios porque no sabía cómo comenzar a conversar con esa persona
16. ¿Con qué frecuencia hacías match con otras personas en Tinder?

17. Indica en qué grado estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Considera que 1 es nada y 10 es mucho.
- Eliminé Tinder porque me daba vergüenza utilizarlo
  - Eliminé Tinder porque no quería que algún conocido/a me reconociera
  - Tinder es una buena opción para conocer personas
  - Tinder es para gente que sólo busca sexo
  - Tinder es para gente con baja autoestima o con problemas para relacionarse
  - Mi familia y/o amigos reprobarían que utilice Tinder
  - Los usuarios de Tinder tienden a mentir sobre sí mismos
  - Creo que conocer personas a través de Tinder puede ser peligroso
  - Tuve malas experiencias al conocer o conversar con otras personas en Tinder
18. ¿Has utilizado alguna página u otra aplicación para citas?
19. A partir de que utilizaste Tinder, ¿cambió tu percepción sobre la aplicación?
20. ¿Te gustaría volver a utilizar Tinder?
21. Si deseas conocer los resultados, por favor deja tu correo electrónico y te enviaré un link para consultar la versión final de la tesis una vez que esté publicada.

### **Cuestionario para no-usuarios de Tinder en la Ciudad de México**

Este cuestionario es casi idéntico al que se aplicó a los exusuarios de Tinder y también está basado en los cuestionarios para usuarios activos de la Ciudad de México y Madrid con la intención de poder hacer una comparación. La diferencia es que se adaptó la redacción para dirigirse a quienes nunca lo han utilizado e indagar el motivo por el que no lo han hecho y sobre qué conocen acerca de Tinder.

- Género
- Orientación sexual
- Edad
- Indica cuál es tu nivel de estudios completado o que actualmente cursas
- ¿Estudias o trabajas?
- Estado de relación actual
- En tu opinión, ¿qué es Tinder? ¿qué opinión tienes sobre la aplicación? [pregunta abierta]
- ¿Hace cuánto tiempo conociste Tinder?
- ¿Consideras que es posible iniciar una relación formal de pareja con una persona que se conoce en Tinder?



10. En caso de que conozcas a alguna persona cercana a ti que utilice Tinder, ¿qué opinión tienes de sus experiencias? Si no sabes de nadie, déjalo en blanco.
11. ¿Consideras que es posible iniciar una relación formal de pareja con una persona que se conoce en Tinder?
12. ¿Cuál crees que sea la principal motivación para utilizar Tinder? Marca del 1 al 10 en cada motivación de uso considerando que 1 es “nada importante” y 10 “muy importante”.
  - a. Hacer amigos y conocer nuevas personas
  - b. La facilidad para conversar con desconocidos/as
  - c. Buscar una pareja formal
  - d. Buscar sexo sin compromiso
  - e. La satisfacción de saber que le atraigo a otras personas
  - f. Conocer personas de la misma orientación sexual
13. ¿Qué pareja crees que tiene mejores posibilidades de ser feliz?
  - a. Una pareja que tuvo su primer encuentro cara a cara e iniciaron una relación
  - b. Una pareja que se conoció a través de Tinder
  - c. No creo que haya diferencia por la manera en la que se conocieron
14. Cada vez más personas se conocen a través de Tinder y aplicaciones similares. ¿Crees que el uso de esta aplicación y la facilidad de conocer personas está afectando la estabilidad de las relaciones de parejas?
  - a. Sí. El compromiso en una relación es menor debido a que es más sencillo conocer gente e iniciar una nueva relación
  - b. No. El compromiso en una relación no se ve afectado por la presencia de Tinder o aplicaciones similares
  - c. No estoy de acuerdo con ninguna de estas afirmaciones
15. ¿De qué manera te resulta más fácil conversar con desconocidos/as (potenciales parejas)?
  - a. En una conversación cara a cara
  - b. En una conversación mediada por algún chat en el teléfono
  - c. No me parece que haya una diferencia significativa
16. Imagina que creas un perfil en Tinder. Eliges las 6 fotos que más te gustan y una descripción que te agrade y que refleje un poco sobre ti. ¿Qué tan atractivo crees que sería tu perfil? Considera que 1 es “poco atractivo” y 10 “muy atractivo”.
17. Supongamos que sí creaste tu perfil y empezaste a utilizar Tinder. ¿Cómo crees que te sentirías al tener tu primer match (cuando tú y otra persona indican que se gustan)?
  - a. Indiferente
  - b. Una sensación agradable por saber que le atraigo a la otra persona
  - c. Emoción y nervios porque no sabía cómo comenzar a conversar con esa persona
18. Indica en qué grado estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Considera que 1 es nada y 10 es mucho.

- a. He querido descargar y utilizar Tinder, pero me ha dado vergüenza hacerlo
  - b. No utilizo Tinder porque no quiero que algún conocido/a me encuentre ahí
  - c. Tinder es una buena opción para conocer personas
  - d. Tinder es para gente que sólo busca sexo
  - e. Tinder es para gente con baja autoestima o con problemas para relacionarse
  - f. Mi familia y/o amigos reprobarían que utilice Tinder
  - g. Si no tuviera pareja, utilizaría Tinder
  - h. Creo que conocer personas a través de Tinder puede ser peligroso
  - i. Me han contado malas experiencias en la aplicación
19. Aunque no hayas usado Tinder, ¿has utilizado alguna página u otra aplicación para citas?
20. Desde que conociste Tinder, ¿cambió tu percepción sobre la aplicación?
21. ¿Por qué motivo no te ha interesado utilizar Tinder? [pregunta abierta]
22. Si deseas conocer los resultados, por favor deja tu correo electrónico y te enviaré un link para consultar la versión final de la tesis una vez que esté publicada.

## **Guía de entrevista**

Se utilizó tanto para la entrevista presencial como la mediada por correo electrónico. En ambos casos actuó como su nombre lo sugiere, como una guía. En el caso de las entrevistas presenciales, las preguntas se aplicaron con la intención de guiar el diálogo con los entrevistados, pero eran flexibles; no se preguntaban a modo de cuestionario, sino que se integraban en la conversación, así como se agregaron nuevas de acuerdo con las características de cada entrevista. Por otra parte, en el caso de las entrevistas mediadas por correo electrónico, en un primer momento se les indicaba que tendría una duración de cinco correos y que en cada uno se agregarían algunas preguntas para guiar sus respuestas, pero no era obligatorio que las contestaran todas. Asimismo, a partir del primer correo, las preguntas correspondientes a las siguientes fases no se planteaban de manera literal, sino que se adaptaban de acuerdo con las respuestas que los propios usuarios iban dando de manera que se intentó crear un diálogo digital, aun si ocurría en tiempos distintos. Las preguntas no se aplicaron todas en cada entrevista, ni tampoco se hicieron todas de manera literal, sino que se adaptaban a cada situación.

La guía de entrevista está estructurada de la siguiente manera.

### **1. Introducción:**

- Edad
- Escolaridad
- Estado de relación
- Orientación sexual
- Dónde vive (Delegación en CDMX / Dónde nació y cuánto tiempo lleva viviendo en Madrid)
- Trabaja

## 2. Inicio en Tinder

- Cuéntame un poco sobre cómo conociste Tinder.
- ¿Cuánto tiempo llevas utilizando la aplicación?
- ¿Cómo fueron los primeros días utilizando la aplicación? ¿Habías usado alguna parecida? ¿Cómo te sentías al interactuar con tantos perfiles? Cuéntame sobre tu experiencia.
- ¿Sigues usando Tinder? ¿Has interrumpido tu uso?

Si sí, ¿para qué y con qué frecuencia?

Si no, ¿por qué?

## 3. Descripción de su perfil y uso – Motivaciones de uso y autorreflexión.

- Imagina que eres otra persona que encuentra tu perfil en Tinder. ¿Qué es lo que ven?
- ¿Tu perfil -fotografías y descripción- cuenta alguna historia?
- Te mencionaré algunos motivos de uso de Tinder que son comunes, si te sientes identificado por alguno de ellos, dime; si crees que hay otros, también indicámelos.

Buscar amigos

Buscar pareja

Buscar sexo sin compromiso

Buscar personas de la misma orientación sexual

Buscar olvidar a tu anterior pareja

Buscar aprender de otros

Me hace sentir bien tener *matches*/reconocimiento

Facilidad de la comunicación mediada

## 4. Un día en Tinder

- Plátame, ¿cómo es un día en Tinder? ¿En qué elementos del perfil del otro usuario te fijas? ¿A quiénes le das like y por qué? ¿Cómo es la conversación con las personas con las que hiciste match?
- ¿Con cuántos conversas al mismo tiempo?
- ¿Te has planteado que probablemente tus matches conversan con otras personas mientras que lo hacen contigo? ¿Cómo te sientes al respecto?
- ¿Qué edad busca que tengan y por qué? ¿Lejos o cerca?
- ¿Quién suele iniciar la conversación? ¿Cómo suelen ser los chats?
- ¿Alguna vez has percibido violencia o discriminación de parte de las otras personas?
- En tu opinión, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de conocer a alguien a través de Tinder? (comunicación mediada, personas que no se encuentran en un mismo espacio físico inmediato, saber que hay interés mutuo, etc.)

- ¿Ha usado Tinder estando de viaje? ¿En dónde? ¿Has notado alguna diferencia en tu uso o en el de las otras personas?

## **5. Estigma y autoestigma**

- ¿Alguna vez has ocultado tu uso de Tinder?
- ¿Por qué lo has hecho? ¿A quiénes?
- ¿Consideras que has actuado de manera distinta o has sentido incomodidad por lo que otros hayan dicho o puedan pensar sobre tu uso de Tinder?
- ¿Le dices a tus amigos? ¿Cuál es el rol de tus amigos en tu uso de Tinder?
- ¿Qué crees que puedan pensar tus padres acerca de tu uso de Tinder?

## **6. Expectativas y percepciones**

- ¿Consideras que hay una mayor apertura respecto a la sexualidad por aplicaciones como Tinder?
- Compromiso: ¿Crees que el compromiso o la estabilidad en una relación de pareja esté cambiando por aplicaciones como Tinder que facilitan conocer a muchas personas? ¿Cambia para ti?
- ¿Crees que cambia el uso de Tinder de acuerdo con la edad?
- Máscaras en Tinder. Cuando ves perfiles de otras personas, ¿crees que son perfiles auténticos o exagerados? ¿Hay perfiles falsos? ¿Hay algunas características en los perfiles de las otras personas que te ayuden a juzgar si te interesa o no? ¿Cómo es tu perfil en este aspecto? ¿Por qué?
- ¿Alguna vez has actuado de manera distinta por percibir inseguridad en la relación con los otros usuarios?

## **7. De lo digital a lo presencial**

- ¿Consideras que las personas se comportan de manera distinta debido a que lo hacen desde un teléfono móvil y no cara a cara?
- ¿Y tú? ¿Te comportas de manera distinta cuando lo haces desde el teléfono móvil? ¿Cuando lo haces desde Tinder?
- ¿Cómo es tu perfil en Tinder en relación con tu personalidad real/presencial? ¿Hay algo que hayas omitido o exagerado? ¿Por qué motivo?
- ¿Crees que has cambiado desde que comenzaste a utilizar Tinder? No dentro de Tinder, sino fuera, en situaciones ajenas. Por ejemplo, ¿tu percepción sobre conocer personas? ¿la manera de relacionarte que pueda parecer más cómoda al ser mediada? etcétera

## **8. Más allá de Tinder: las citas**

- ¿A cuántas personas has conocido en Tinder y después de manera presencial?
- ¿Cuánto tiempo suele pasar antes de que se conozcan?
- Cuéntame un poco sobre las que consideres como tu mejor y peor experiencia al conocer otros usuarios de Tinder.
- ¿Era la otra persona como te la imaginabas?
- ¿Sentiste que alguna vez actuaste de manera distinta con alguna persona cuando el trato fue presencial respecto a cuando conversaban a través del chat?
- ¿Crees que hubieran tenido una cita si se conocían fuera de Tinder? ¿Se hubieran conocido?

- Desde tu primer encuentro/cita con otro usuario de Tinder hasta ahora (si es que ha tenido más), ¿has notado si ha cambiado tu actitud y percepción respecto al uso y usuarios de Tinder?

**9. Ejercicio.** Te describiré algunos perfiles de Tinder generales para que imagines como si los estuvieras viendo en la aplicación. Se trata de personas que tienen las características que tú buscas respecto a orientación sexual, edad, distancia y género. Dime 1 o 2 que te parezcan atractivos y 1 o 2 a los que no les darías like a partir de estos datos.

## **PERFILES**

Persona cargando a un cachorro  
Persona foto en Torre Eiffel  
Persona fumando / bebiendo en una fiesta  
Selfie con lentes oscuros  
Sin sonreír  
Aparece con dos amigos/as más  
Haciendo ejercicio en el gimnasio  
Leyendo un libro en un parque  
Posando en bikini/traje de baño en la playa  
Foto de cuerpo completo en el espejo

## **10. Cambios**

¿Cómo podrías describir las diferentes etapas en tu uso de Tinder? ¿Ha sido diferente o se ha mantenido similar?  
¿Consideras que has cambiado como usuario a partir de que empezaste a utilizar Tinder? ¿Como persona?  
¿Crees que los cambios son a partir de tu uso de Tinder o por factores externos?

**11. ¿Hay algo más sobre lo que te gustaría que platiquemos que te parezca importante?**

## **Experiencias de los usuarios**

Las citas que se presentan a continuación son expuestas de manera literal, esto es, una copia de la redacción literal que hicieron los usuarios que respondieron al cuestionario. Si hay alguna palabra difícil de entender, entre corchetes se agregó lo que quiso decir. Estas respuestas fueron obtenidas a partir del primer cuestionario de la Ciudad de México y del cuestionario de Madrid. La respuesta era opcional y no tenía límite de extensión. Únicamente se les pidió que compartieran algunas de sus mejores y peores experiencias en citas con otros usuarios de Tinder.

## Mejores citas con parejas de Tinder

### Encontrar una pareja

#### a) Ciudad de México

- Tuve una relación de 2 años con una persona que conocí ahí.
- Conocí a un hombre que compartía muchos de mis intereses, era caballeroso, discutimos sobre muchos temas relevantes y profundos. Además nos gustamos físicamente y a ambos nos gustó que insitabamos nuestro intelecto. Empezamos a salir después de eso.
- Hice un gran amigo, llevamos saliendo tres meses y todo fluye fabuloso!
- Hacerme su novio de más de un año.
- El amor de mi vida
- Conocí a mi pareja actual en Tinder y tenemos ya un año de conocernos presencialmente, luego de algunas semanas de haber platicado en la aplicación y posteriormente en WhatsApp
- Mi ex novio fue un match en Tinder, tuvimos una relación muy bonita.
- Nos hicimos novios por dos años
- Un novio con una relación formal de 1 año 4 meses
- Llevamos 11 citas y la pasamos genial. Pinta para una relación oficial
- Conocí a una persona nos conectamos súper bien y fuimos novios durante 2 años
- Tuve un novio y de tinder y ha sido de las mejores personas que he conocido en mi vida
- Mi cita se convirtió en mi novio durante 8 meses

#### b) Madrid

- He tenido una relación de 2 años y medio con una mujer que conocí a través de una app de citas.
- Estoy entablando una buena relación amistosa con un chico de Tinder
- Con mi actual novio
- Acabamos siendo pareja
- Fue mi pareja durante dos años
- Mi ex, mucha afinidad física e intelectualmente

### Relación casual en un ambiente de respeto y confianza

#### a) Ciudad de México

- Conocí a un chico francés guapísimo, esa había sido una de las peores semanas del año y aunque no había dormido nada dije, vamos a verlo! Bueno, tuve una de las mejores noches con el mejor sexo de mi vida! con un chavo y se porto muy lindo me lleve a cenar fuimos a un antro y despues fuimos a su depa y la pasamos incre aunque ambos supimos que nadamas era por esa noche ya que su ineteres es por las mujeres pues conmigo solo era cosa de una bueno noche ;)
- Chica guapa, sexo casual. Sólo nos vimos una vez porque era muy molesta su conversación.
- Salimos a un lugar original, la pasamos muy bien y platicamos de temas variados para terminar en una de las mejores experiencias sexuales de mi vida, pareciera que nos hubieramos conocido de años
- Cuándo tuvimos una increíble química por chat y en persona no tanto pero teníamos muchas ganas de estar juntos desde los 7 meses que hablamos por chat y cuándo nos vimos lo hicimos estuvimos juntos me refiero a la relación sexual
- Relación casual que derivó en semi-formal....

- Fuimos al cine, después a un bar, nos dimos unos besos, ambas seguimos platicando en su depa, hubo más besos, al siguiente día me fui y seguimos saliendo en ocasiones, somos amigas y estamos juntas cuando lo queremos

b) Madrid

- Hubo mucha compatibilidad, estuvimos un par de meses viéndonos en ocasiones, teníamos sexo sin compromiso pero con respeto y confianza. Finalmente, aunque no avanzó ahora somos amigos
- Feeling en el sexo, sin compromiso y cerca de casa.
- Tuve relación de amistad con sexo durante varios meses con un chico, de manera muy sana y estuve muy feliz.
- He conocido a un chico. Es muy agradable. En la primera cita solo estuvimos charlando. En la segunda mantuvimos relaciones sexuales. En la tercera también. Seguiremos quedando ya que somos afines tanto personal como sexualmente. Considero que he tenido suerte ya que no es el "típico chico de Tinder". No es un musculitos ni mucho menos.

## Compatibilidad y confianza

a) Ciudad de México

- Platicamos sobre gustos en común, reímos mucho, y solo estuvimos caminando, se fueron las horas rapidísimo
- He tenido una cita, y la verdad me divertí mucho. Caminar sobre reforma e ir al cine, y después caminar un poco más. Buena charla, y quedamos en salir de nuevo.
- Fui a la ópera por primera vez
- Profunda conexión de gustos
- La latina fue sumamente buena tanto que le haré mucha confianza al momento, y prácticamente esa cita cambio mi vida!
- Un chico muy caballeroso
- Sólo han sido 2 con la misma persona, la verdad todo salió muy bien, el chico es una persona normal y parece buscar lo mismo que yo, no fue el típico galán que solo quiere sexo y lo maquillo siendo muy lindo y atento al principio. Con él he estado hablando por whatsapp y es tan lindo en vivo como en mensaje, me da mucha confianza.
- Un chico muy interesante apasionado con la conservación del ambiente
- Una de las personas más increíbles, inteligentes, madura y una gran vicio de su vida y superación personal
- Aprender y conocer cosas nuevas, hacer excelentes amigos

b) Madrid

- Salimos a cenar y logramos mantener la conversación viva en todo momento. Influye el hecho de que el nivel cultural era muy similar y habían intereses en común. Seguimos conociéndonos durante algunas semanas e incluso mantuvimos relaciones sexuales. Finalmente no funcionó como relación pero fue una experiencia agradable.
- Conoci una chica con la que conecte desde el minuto uno
- Conocí a un gran amigo mío gracias a Tinder por los gustos de su descripción.
- Haber conocido a una de las personas con las que mejor me entiendo actualmente. Quedamos con mucha frecuencia, a pesar de no tener una relación formalizada.
- Conocer a personas con las que poder compartir momentos apasionantes; desde mejores amigos a parejas.

## Mediación: De lo digital a lo presencial

### a) Ciudad de México

- La facilidad de relacionarse después de hablar por mensajes
- Sólo he conocido a un chico, y me agradó. Acepté citarme con él porque antes habíamos coincidido en un Congreso, entonces sabía que era real y de cierta manera "seguro" salir con él
- Con un chico haitiano, fue algo casual pero siempre había querido estar con un chico de color
- He conocido a gente de otros países
- A la única persona que conocí es ahora mi agente de seguros
- Conocer otra cultura
- Salimos y fue algo divertido conocer a una persona físicamente.
- Un chico francés con el que salí en San Francisco en vacaciones.
- Conocer a un colombiano, a la fecha seguimos hablando por FaceTime, el en Colombia y yo en México
- alguien muy guapo, agradable y respetuoso
- Conocí a una persona con la que salí casi un año, seguramente sí la aplicación hubiera sido difícil que nos encontráramos.
- Me gusto mucho porque era muy parecido a su perfil y en cuanto a sus conversaciones era la misma persona
- Darme cuenta que es más interesante de lo que pensé
- Conocí a un chico un año mayor que yo, al platicar por tinder nos agregamos a WhatsApp y la plática fluyó, quedamos de vernos un día, el paso por mi a mi escuela en su carro, ya habíamos hablado bastante y comprobado que éramos reales, ese día fuimos a comer a un restaurante, el de porto muy caballeroso en todo momento, platicamos de muchas cosas familiares íntimas, de nuestros gustos y nos somos tan bien que después de comer fuimos a una reunión de mis amigos en donde a ellos les cayó muy bien, terminamos bebiendo y platicando con todos, al final el de tubo que ir y nos despedimos de un buen beso, quedamos de vernos después y estuvo muy bien el día me la pasé muy bien y en ningún momento me sentí acosada,
- Ha habido varias muy buenas: una es con una mujer de Puebla, con la que sigo saliendo tal vez ya en un plan mas formal. Otra por ejemplo, en Verona, conocí a una mujer que me invito a conocer la ciudad, cenar, platicar y compartir, incluso de antemano me ofreció en donde quedarme y me expuso desde un inicio que ella se quedaria en otro lado, y así fue.
- La chava con la que salgo actualmente, en lo personal para mi es difícil tener tiempo para salir con alguien debido a que trabajo de 7am hasta 11pm eso dificulta mucho mi interacción con mas personas y en mi caso a sido buena opcion tinder
- Conocí a un francés que estaba por poco tiempo en México y buscaba amigos con quien cenar, platicar, viajar, etc. Nos volvimos buenos amigos.
- Mis mejores experiencias han sido con extranjeros, por lo regular si ellos no lo dicen directamente, no buscan sexo.
- Conocer a alguien que no habría conocido de otra forma

### b) Madrid

- El chico era mejor que su perfil, muy guapo, amable, e interesante
- He tenido relaciones buenas y conocido a personas que merecían la pena, y no hubiese conocido de otra forma.
- Conocí a un chico con el que mantuve una relación pero el se volvió a su país y la distancia hizo complicado seguir con l relación
- He conocido hace un mes a un amigo de Tinder, de cuando en cuando salimos a pasear o al cine, el chico es muy respetuoso y una gran compañía



- En Francia. Un amor de verano de 3 meses. Muy intenso.

## Amistades

### a) Ciudad de México

- Hice varios amigos con los que me frecuento regularmente.
- Relación de amistad después del romance
- Pasamos platicando horas, riéndonos y volvimos a salir. Actualmente somos amigas.
- He logrado amistades a partir de la app, aún cuando la persona era de fuera de la ciudad , llevamos más de un año hablando y ya nos conocimos.
- Un chico que se hizo muy importante para mí, siempre ha estado ahí para mí
- Nos hicimos mejores amigos
- Salí 2 meses con una mujer y 2 meses con un hombre. Ella me rompió el corazón luego se hizo amiga, el me rompió el corazón
- Conocer a mi actual mejor amigo y confidente.
- Hacerme amiga de 4 años de uno de ellos
- Sentí que a alguien le interesaba saber sobre mi vida

### b) Madrid

- He conocido a personas muy agradables, que tendría como amigos, pero nada más. Y lamentablemente no compartíamos el mismo punto de vista.
- Salir a tomar un café, compartir paseos...
- La mejor cita de mi vida ha sido con alguien que conocí en tinder.
- charlado durante horas, he tenido la oportunidad de conocer a personas fuera de mi círculo y me han tratado siempre
- con mucho respeto y educación, y con casi todos he seguido manteniendo contacto.
- Incluso en las citas en las que no hemos congeniado del todo, solo nos hemos visto una tarde pero he pasado un rato agradable y he podido entablar una conversación con alguien interesante del que he aprendido algo. Por lo tanto, incluso mi "peor" experiencia ha sido positiva

## **Peores citas con parejas de Tinder**

### La apariencia, personalidad y/o información de la persona no eran congruentes con su perfil

#### a) Ciudad de México

- Las fotos eran muy diferentes a como era en realidad
- A mi ex lo conocí en Tinder y era bisexual, nunca me dijo. Estaba comprometido con una chica
- Personas que no se parecían en vivo a sus fotos. Que eran completamente diferentes físicamente
- me lo pase platicando con ella semanas, hasta que decidí que era buena idea salir y conocerle. - Intercambiamos teléfonos y quedamos de vernos en un sitio novedoso. Cuando llegué y la vi, no se parecía para nada. Las fotos que usó eran pasadas, y su edad era diferente. Aparte, me encontré a mi ex con unas amigas del colegio. Fueron las dos horas más incómodas de mi vida.
- La persona no era como se mostraba en la app.
- Nada que ver con las fotos súper filtros
- Que en una cita no concuerda la personalidad de la persona

- Que en mi cita llegó alguien que no era el de las fotos.
- Que no era nada parecido a lo que se veía en la foto
- Una niña que me mintió sobre su edad y era más pequeña y después se obsesionó un poco conmigo
- Una vez acepte conocer a alguien que resultó que ni siquiera se parecía a su perfil, fue bastante incómodo porque no era la misma persona ni en sus conversaciones
- Mentir acerca de su status en la relación ya que estaba en una relación de años formalmente casado con hijos sin haberlo dicho antes
- Sólo una vez me tocó el desastre que si era el de las fotos pero su voz era muy chillona y era más bajo de lo que pensé, su personalidad ya no me llamaba la atención
- Que fuera casado y con hijos
- Un hombre que no era el de las fotos. Salí huyendo.
- Alguien que decía que medía 1.80 y yo era más alto que él y mido 1.72, tenía actitudes que no me gustan (arrastrar los pies al caminar)
- Con una chava con la que pase a hablar por WhatsApp durante unos días y quedamos de vernos para coger después de un periodo de sexting, incluso me mandó fotos sexys pero resulta que se construyó un personaje de ella misma alrededor de 4 años antes (de ahí sus fotos, también decía que tenía como 4 años menos de los que en verdad tenía), hasta que llegó en persona con un nivel de obesidad bastante alto. Me había caído bien, y cumplí con el plan, pero no me gustó el engaño, ni que sacara un cigarro porque dejó apestando y luego echó un desodorante que dejó peor las cosas. Por esas cosas decidí no verla más. mujer nada parecida con la foto y aburrida
- La persona nunca dijo que buscaba sexo casual sino hasta que salimos ¡evidentemente me fui a los 5 minutos!
- Tenía novio y casi hubo madrazos
- Rucos que dicen tener 28
- La chica no era ni tantito la misma que en la app
- Uno que confesó tener esposa e hijos.
- Un vato con el que hablé muchísimo en Tinder y en vivo era super flat.
- Cuando en la cita no teníamos la misma química como cuando chateábamos
- Un idiota que disimuló me invitó a comer, lo único que quería era ganar likes y promocionar su restaurante vegetariano (horrible por cierto, está en la narvarte [Colonia / barrio de la Ciudad de México], no vayan)
- La peor fue la primera, un tipo que en sus fotos se veía más joven y con 10 kilos menos. En la aplicación parecía una persona y en la realidad fue totalmente un fracaso. Me desagradó su insistencia por besarme, así que decidí irme y nunca volverle a hablar.

#### b) Madrid

- Solo en uno de los casos la persona era menos atractiva de lo que parecía, aunque aún así platicamos muy bien
- Gente que engañaban en apariencia
- Una persona cuya apariencia era distinta a las de las fotos que me invitó a subir a su piso a hacer cosas que le dije claro que no iba a hacer. El siguió insistiendo y así tuve que salir corriendo. Menos mal que no nos intercambiamos los teléfonos.
- Sentir que toda su descripción era mentira, no concienciar en persona en nada.
- La persona no se parecía en nada a la de la fotografía.
- El físico encajaba con el perfil, pero la personalidad no. Fue un momento bastante incómodo, acabamos manteniendo relaciones, pero fue todo un poco raro.
- La gente que pone fotos donde parecen una cosa y luego en persona son feos, muy feos.
- Quedé con un chico cuyas fotos eran más bien falsas, aún así decidí darle una oportunidad y me quedé. Nunca en mi vida pasé tanta vergüenza ajena, una falta de modales absoluta.

## Incompatibilidad e incomodidad

### a) Ciudad de México

- Vino de otra ciudad para poder conocernos pero era muy intenso e hizo drama (lloro) cuando le dije que no quería una relación en la primera cita.
- Con una persona que solo hablaba de si mismo, presumiendo sus logros, y no participaba en una plática
- Cita con ex compañera de primaria, muy aburrida y ya no buscaba algo formal
- El tamaño de alguien, era más chaparrito que yo
- Horrible platica, momentos incómodos y nada que ver con las fotos
- Salí con un chico con el que había mucha química pero se hizo una idea errónea de mi juzgandome sin saber toda las variables, haciendo llorar. Nunca más volví a salir con él. Después se disculpó.
- Poco conversador en la segunda cita, propuesta de matrimonio
- Tipos nefastos que solo buscan sexo casual
- Me propuso matrimonio en la primera cita, que pedo, no?
- que me cobrara una coca light al dividir la cuenta / Resultó casado y con hijo, según esto solo buscaba conocer gente
- Un chico más intenso que yo
- Alguna cita con un muchachillo que ya decía amarme desde la primera vez
- Un tipo que luego luego quería coger, lo dije que iba al baño y me fui.
- Hice match con una chica que comenzó a confiarme muchas cosas de su vida. Conforme fuimos platicando a lo largo de una semana, primero en la app y luego en WhatsApp, preguntó si nos podíamos conocer presencialmente, a lo que le aclaré que yo tenía pareja y sólo me interesaba una amistad. Acto seguido comenzó a criticarme y a atacarme por la forma en que llevaba mi relación y me tachó de mentiroso. Nunca entendí su reclamo si en mi perfil aclaro que solo me interesa una amistad.
- Era un teto muy tonto, no tenía nada interesante para hablar, fui al centro.
- Conocer a alguien que era cero platicado en persona
- Me enamoré de alguien con quien tuve contacto por mas de tres meses y en cuanto nos conocimos en vivo dejó de buscarme de repente
- Creer que podría funcionar una relación con alguien más experimentado.
- Ella era más alta que yo y se puso a "casi" llorar al platicame de sus hijos.
- Conocí a alguien que pensó que por hablar semanas por tinder ya existía la posibilidad de todo entre nosotros
- Que me batearan.
- Romper el hielo

### b) Madrid

- No estaba interesada pero aún así estuvimos 4 horas y media por ahí :/
- No he tenido ninguna mala experiencia. Lo peor que me ha pasado es que, a la hora de quedar en persona, no haya conectado con la otra persona como esperaba. Pero es algo que siempre puede ocurrir.
- Un chico con el que a los 5 minutos no tenía d de qué hablar
- No he tenido malas experiencias, lo peor es que no haya habido feeling y no hayamos vuelto a hablar.
- Con varios de ellos quedar y no sentirme cómoda. Desear que se termine.
- Silencios incómodos, no fluía
- Ir con altas expectativas despues de semanas hablando y no encontrar ese feeling
- Íbamos a cenar , no le gusté en persona , y termino siendo una caña rápida , y en lo que llegaba a casa me quitó el match
- El chico era muy tímido, y yo lo soy también, por lo que casi ni hablamos. Fue bastante incómodo.
- Gente que te conoce y luego pasa de ti enseguida.

## Agresividad y coerción

### a) Ciudad de México

- Hombres medios intensos que en la date te quieren abrazar o besar y son desconocidos o no sé un poco pesados
- Salí de manera regular con una persona y esta se volvió un poco intensa y me incomodo mucho.
- Un drogadicto que estaba intenso y casi me viola
- Nos vimos para tener sexo casual pero no quería ponerse condón y tuve que huir
- Presión sexual, exigía tener relaciones sexuales afirmando que para eso existía la aplicacion
- La otra persona quería sexo.
- Personas celosas, posesivas y se quejan de todo
- Comentarios agresivos de una persona a la que rechace cuando sugirió sexo
- Un tipo me pidió dinero prestado
- Una vez una chico se fue porque "estaba mucho en mi teléfono". Cosa que no. Aunque él lo tomó así.
- Una chica llamada Brenda, solo queria dinero.
- Un ingeniero en sistemas que se quedó con cosas mías
- Que tenia novio y no me lo dijo, hasta después de habernos acostado
- Groseros que sólo quieren nudes
- un aparente intento de delito
- Un wey que solo quería sexo pero mintió al respecto
- Un italiano machista misogino
- Un tipo que estaba loco, se sentía modelo, empresario, psicólogo y fisicoculturista y era todo lo contrario. Me dio mucho miedo
- . Que se aventara literal sobre mi para besarme fue muy estresante
- tuve una cita con un chico y al principio fue muy amable pero despues el queria ir a otro lugar y no me dejaba bajarme de su coche ,le gritaba para que me dejara y sie [me] dejo en algun lugar de la ciudad solita y asustada me dijo nefasta
- Me llevo con engaños a su departamento
- En cuanto me subí al auto de mi cita quiso manosearme y besarme
- Un tipo que enloqueció y me acosaba en el trabajo y me seguía a dónde fuera, tuve que cambiar de teléfono

### b) Madrid

- Chico que era borde, tiquismiquis y raro en el momento de buscar in bar, no.tuvimos nada en comun. Luego cuando le dije por chat despues qué no me sentía como había chispa me mando mensajes maleducados y le bloquee.
- Ilusión por pensar que podía cambiar mi monotonía al conocer a esta persona, y de la noche a la mañana no supe más de él.
- Presión y palabras violentas por no querer sexting
- Que me dejen de hablar sin previo aviso y me bloqueen y se queden con un libro que le dejé a la chica.
- Salir de copas con un chico, que te invite a casa, tener sexo y echarte de su casa al finalizar el encuentro.
- Con un tío que era un poco violento sexualmente
- Estuve en casa de un chico, cenando, charlando... y como no quise tener sexo con él me echó de su casa de muy malas maneras a las tantas de la mañana
- La única negativa fue con un chaval que al principio me pareció muy buenecillo. La segunda vez que quedamos me presionó mucho para mantener relaciones, pero me negué y lo acepto. Despues de la segunda cita comenzó a ser muy insistente hasta tal punto que pensé que se estaba obsesionando, también empecé a notar que a todo le daba la vuelta para hacerme sentir mal y empecé a ver otra personalidad muy

altiva y manipuladora. Era muy inteligente y al final siempre conseguía persuadirme. Después de una humillación corte el contacto con él y nunca he vuelto a saber nada.

- me han acosado y seguido en contra de mi voluntad
- Sólo ha existido un caso donde la personalidad de la otra persona me resultó molesta y agresiva.

## **Motivos por los que ocultaron su uso de Tinder**

Esta pregunta se aplicó en el segundo cuestionario de la Ciudad de México y en el cuestionario de Madrid. Era abierta, libre de extensión y opcional.

### En la Ciudad de México (62 respuestas)

#### Vergüenza

- Tabú
- Por pena.
- que oso, pero pues me da igual, esta divertido ver perfiles bien raros, o lo que son capaces de decirte. la mayoría de las veces hago screenshot en forma de burla a comentarios por las frases de terror o la manera de ligar ( sin responderles jamás). o screenshot a fotos verdaderamente fatales
- Pena
- Porque iba saliendo de una relación tóxica y Tinder me permitía recuperar la confianza en mí y las personas dado que la interacción face to face me resultaba bastante complicado y que oso que tu familia o amigos sepan que recurras a una aplicación.
- Porque me da vergüenza que piensen que estoy buscando pareja.

#### Intimidad

- Es un relación libre, pero más vale prevenir.
- Porque no se quieren enterar de nada que tenga que ver con mis relaciones amorosas, ni cómo conozco a la gente.
- No tengo la confianza con mi familia para contarles
- no quiero confrontar prejuicios ni explicar sobre mis motivos.
- Algunos no saben que soy homosexual
- Lo he ocultado debido a mi orientación sexual (bisexual), ya que ellos no están muy de acuerdo con mis gustos sexuales y prefiero evitar un conflicto familiar.

#### Está mal visto conocer personas por Internet

- En específico a mi mamá ya que aunque soy muy cuidadosa con las personas que salgo, ella se sentiría muy nerviosa al saber que salgo con alguien que conozco en redes sociales y más si es Tinder.
- Es complicado ir contra el prejuicio que tienen las apps de ligue y prefiero omitirlo
- No les agradaría conocer gente por un chat, se preocuparan.
- Tienen prejuicios con respecto a qué tan seguro es utilizar este tipo de aplicaciones y conocer gente por Internet.
- Porque podrían considerar que es algo peligroso o malo usar este tipo de aplicaciones. Y lo es, pero sólo si no se toman las debidas precauciones.
- Por prejuicio acerca de conocer extraños por medio de una aplicación y la percepción acerca de éste hecho en particular.
- Por qué mis papas no creen que sea seguro conocer gente por internet

- Mi familia cree que el conocer a gente por medio de internet o aplicaciones podría resultar peligroso, puesto que no sabes con quien hablas realmente.
- Por los problemas de inseguridad que genera conocer a extraños de esa forma. Pero de todas formas suelo decirle a algún amigo donde estoy y con quien.
- Estigma cultural sobre conocer personas por internet
- Porque no me gustaría que piensen que tengo que no soy capaz de conocer á alguien sin utilizar la tecnología

#### Por su representación social no lo aceptarían

- Un concepto que las generaciones mayores no entienden
- ME DA PENA QUE MIS CONOCIDOS SEPAN QUE USO LA APLICACIÓN, ES COMO UN GUSTO CULPOSO, YA QUE MUCHOS SABEMOS QUE DE LA APLICACIÓN ESCASAS VECES SE OBTIENEN BUENOS RESULTADOS
- Por cuestiones de conservadurismo familiar
- no se ve bien entre una generación mas adulta
- Por pena a que piensen que estoy desesperada
- Tienen a emitir un juicio sobre el tipo de personas que está en tinder (peligrosas )
- No quiero se preste a malas interpretaciones
- Porque teníamos una relación y sabía que podría provocar una ruptura por andar jugando con Tinder ya que realmente quería probarlo y ver si funcionaba
- No creo que mi familia lo entienda, mi pareja (cuando la tenía) podría pensar que le quería ser infiel.
- Porque considero que es "peligroso" conocer a gente de ahí, nunca sabes si hay algún psicopata.
- Evitar el sermón sobre los riesgos de contactar con gente desconocida
- Porque, aunque no usaba la App para ligar, mi novio podía pensar que sí lo hacía.
- Son muy tradicionales
- Mis padres lo ven mal, como si no tomará en serio las relaciones
- Basicamente por respeto hacia mi familia, ya que dentro de lo que se me ha inculcado no es lo mas apropiado lo que realizaba en Tinder
- Solamente a familiares grandes (edad) debido a que creo pensarán que está mal
- Por evitar preguntas incómodas
- No quiero verme como una fracasada y/o urgida respecto a las relaciones amorosas.
- Por motivos de seguridad.
- Porque prefiero que mis papás no sepan, ya que se podrían preocupar por mi seguridad al estar en contacto con desconocidos
- Porque son demasiado protectores y conservadores, su educación es mas a la antigua y lo ven mal
- mi familia espera una relación tradicional
- Lo ven como una forma desesperada de conocer personas
- Por que regularmente se piensa que esta aplicación se utiliza para buscar tener relaciones sexuales sin compromiso, y yo no lo ocupo para eso, si no para conocer a personas con las que posiblemente pueda tener una relación seria

#### En Madrid (66 respuestas)

##### Vergüenza

- Por vergüenza (3)
- Por vergüenza, pensar que no está bien... un sinfín de cosas.
- Porque me da vergüenza
- Por vergüenza y motivos familiares.
- Me da vergüenza
- A mis amigos, probablemente por vergüenza

- Vergüenza
- Por timidez a que me juzguen
- Vergüenza
- Vergüenza o falta de lealtad.

### Intimidad

- Porque no suelo hablar de mi vida sentimental con ellos.
- Nunca he ocultado nada ya que no considero que deba dar explicaciones. Realmente el teléfono es mío y sólo yo sé qué hay en él.
- No me gusta tratar estos aspectos con mi familia
- Porque no creo que mi familia tenga que saber eso
- Aunque no quedo con nadie ahora mismo no quiero que piense que lo hago
- No lo oculto. Pero tampoco lo digo y nadie me ha preguntado
- No es que lo haya ocultado, simplemente no se lo he dicho a mis padres porque no lo creo necesario. No creo si quiera que sepan lo que es. Mi hermana si que sabe que tengo Tinder.
- Porque es personal, y nadie sabe que soy gay.
- Porque mis padres no saben mi orientación sexual, miedo al rechazo.
- Es privado
- A mí familia porqués no suelo comentarle mis vida sentimental o sexual hasta que no es definitivo.
- Empecé a utilizar Tinder por aburrimiento. No creo que encontraré pareja en Tinder y no quiero decirselo a mis amigos.
- No quiero que sepan mis affairs
- Mantengo mi vida amorosa y sexual al margen de mi familia
- No me agrada pensar que lo saben. Si surge con amigos puedo comentarlo pero habitualmente no hablamos de ello.
- Porque no creo que sea necesario que mi familia sepa lo que hago en mi vida tan personal
- No hablo de mis relaciones con mi familia
- Mi familia no tiene que saberlo
- Mi familia no sabe que soy gay
- Aun no saben mi orientación
- No considero que a mi familia le interese de qué manera me las ingenio para buscar pareja, ya sea a través de apps o acudiendo a citas a ciegas organizadas por amigos. Es información irrelevante
- Mi familia no sabe que soy gay
- Porque no comparto mi vida privada con mi familia.

### Mal visto conocer a alguien por Internet

- Sobre todo es a mis padres, porque ellos no conciben la idea de conocer a alguien por internet.
- Mi familia tiene un desconocimiento y miedo de internet
- Mi madre no ve bien el uso de estas app
- Desconocen este tipo de aplicaciones y no les interesa conocerlas. En otras palabras, no ven correcto el avance y poder de las relaciones sociales en el mundo actual.
- Mis padres y familiares de cierta edad no entenderían que tenga y use una app para conocer pareja, se preocuparían y lo pasarían mal, por lo que no se lo contaría.
- Porque quizás no lo entenderían
- Tampoco ha surgido el tema ni es algo que mis padres comprendan lo que es
- No lo iban a entender
- No quiero que piensen que busco amistades y relaciones por internet
- Mis padres no lo entenderían
- No lo he ocultado pero hammock sé lo he contado a mis Padres o abuelos. No entienden qué hoy en día es normal conocer a gente a través de aplicaciones.

- En mi familia no está bien visto que se usen este tipo de App.
- Mi familia no está completamente cómoda con que conozca a chicos de este modo.
- Por el concepto que tienen de las citas por internet

Por su representación no lo entenderían

- Simplemente no saben pero lo ocultaría si llegarán a preguntar por la brecha generacional. No lo entenderían y juzgarían.
- No me gustan las bromas
- Por la mala fama que tiene
- Creo que hay un estigma con la generación mayor que tinder se usa para buscar sexo y hacer cosas que no les gustarían a mi padres, por ejemplo. Y también tenerlo en mi móvil es algo tan casual que para mí no siquiera vale mencionarlo.
- No se si lo aceptarían.
- Porque pensarían que busco únicamente sexo.
- Porque no entienden esta forma de conocer gente ya que la consideran peligrosa
- Para evitar dar explicaciones
- No quiero dar explicaciones ni aguantar sus prejuicios
- No creo que los adultos lo entiendan.
- Mi familia es muy conservadora con respecto a esos temas.
- No creo que sea necesario informar a mi familia sobre cómo busco pareja. Además dependiendo de lo conservadora que sea puede estar mal visto el uso de aplicaciones con estos fines.