

SEXUALIDAD Y TINDER

Experiencias de los jóvenes bumangueses en el desarrollo de la sexualidad por medio de aplicaciones para citas

Camilo Vásquez Maldonado

Trabajo de Grado para optar al título de Trabajador Social

Directora

Johana Linares García

Trabajadora Social

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ciencias Humanas

Escuela de Trabajo Social

Bucaramanga

2023

Dedicatoria

A mi mamá, a mis hermanas y mi familia por apoyarme durante este recorrido, dándome ánimos para seguir adelante, anhelando este momento en mi vida.

A mis amigos de toda la vida por ser mi soporte emocional a lo largo de la carrera, por creer en mis capacidades y siempre brindarme su apoyo cuando lo necesité.

A mis compañeras y compañeros de estudio, por formar parte del proceso de formación, por sus orientaciones, tiempo y disposición.

A mis docentes por su labor, por haber forjado en mí a un profesional integral, por su dedicación y por siempre haberme enseñado desde el corazón.

Agradecimientos

A la Universidad Industrial de Santander, por haberme recibido y permitirme soñar con mi carrera profesional.

A mí directora de trabajo de grado, por su orientación, apoyo y motivación a lo largo del proceso, por sembrar en mí el gusto por la investigación social, por sus consejos y recomendaciones.

A cada uno de los docentes que formaron parte de mi crecimiento y desarrollo profesional, por el conocimiento brindado durante mi formación como Trabajador Social.

A mí mamá y mis hermanas, por su apoyo y motivación constante.

A mis amigos de toda la vida por acompañarme en el proceso.

A mis compañeras y compañeros de carrera, quienes hicieron el camino más gratificante.

A quienes un día estuvieron y hoy ya no están, y a las personas que llegaron a mi vida justo antes de culminar esta etapa.

A todas estas personas, ¡infinitas gracias!

Resumen

Título: experiencias de los jóvenes bumangueses en el desarrollo de la sexualidad por medio de aplicaciones para citas

Autor: Camilo Vásquez Maldonado

Palabras clave: Tinder, experiencia, sexualidad, imagen, interacción.

Descripción:

La presente investigación tiene como propósito principal analizar las experiencias de los jóvenes bumangueses en cuanto al desarrollo de la sexualidad por medio de Tinder, la cual, a causa del avance tecnológico, se ha constituido como una de las aplicaciones para citas preferidas por los adolescentes en el mundo. Este análisis se llevó a cabo bajo la aplicación del estudio de caso a 6 jóvenes residentes en Bucaramanga y se realiza en torno a tres ejes centrales que orienta los objetivos específicos de la investigación, los cuales son: la vivencia de la sexualidad dentro de la aplicación, la influencia de esta en la construcción de la imagen y los componentes presentes en la interacción al interior de la plataforma. A través del ejercicio se encontró que el modelo socioeconómico del capitalismo atraviesa las nuevas formas de relacionamiento e influencia la forma de vivir la sexualidad en cuanto a la explotación del cuerpo humano, entendiendo que es una plataforma que posibilita la conexión entre diferentes personas y brinda diferentes beneficios según los motivos de uso del usuario. A su vez, la construcción de una imagen acorde a los estándares estéticos, ha provocado una alteración en la manera que los internautas de Tinder se exhiben en el medio causando una dependencia hacia la App y un cambio en la autoestima del sujeto. Por otra parte, se identificó la mercantilización de las vínculos a través de estrategias empleadas para crear los espacios de interacción donde prima el mercado del sexo y las relaciones de intercambio.

Abstract

Title: experiences of young Bumangueses in the development of sexuality through dating applications

Author: Camilo Vásquez Maldonado

Keywords: Tinder, experience, sexuality, image, interaction.

Description:

The main purpose of this research is to analyze the experiences of young Bumangueses regarding the development of sexuality through Tinder, which, due to technological progress, has become one of the favorite dating applications for adolescents in the world. This analysis was carried out under the application of the case study to 6 young people living in Bucaramanga and is carried out around three central axes that guide the specific objectives of the research, which are: the experience of sexuality within the application, the influence of this in the construction of the image and the components present in the interaction within the platform. Through the exercise it was found that the socioeconomic model of capitalism crosses the new forms of relationship and influences the way of living sexuality in terms of the exploitation of the human body, understanding that it is a platform that enables the connection between different people and provides different benefits according to the reasons for use of the user. In turn, the construction of an image according to aesthetic standards, has caused an alteration in the way that Tinder Internet users are exhibited in the medium causing a dependence on the App and a change in the self-esteem of the subject. On the other hand, the commodification of links was identified through strategies used to create spaces of interaction where the sex market and exchange relations prevail.

Tabla de contenido

Planteamiento del problema.....	10
1. Objetivos.....	14
1.1 Objetivo general	14
1.2 Objetivos específicos	14
2. Justificación	14
3. Marco referencial	17
3.1 Estado del Arte	17
3.2 Referente teórico conceptual.....	22
4. Metodología	29
4.1 Conceptualización del enfoque: estudio de caso.....	29
4.2 Desarrollo del proceso metodológico	31
4.2.1 Fase preparatoria.....	32
4.2.2 Fase de trabajo de campo.....	35
4.2.3 Fase de análisis.....	36
4.2.4 Fase informativa	40
5. Hallazgos	40
5.1 La vivencia: <i>el significado de ser explotado</i>	41
5.2 La influencia de la aplicación en la construcción de la imagen: <i>un patrón estético</i>	49
5.3 Los componentes de la interacción: <i>formas de mercantilizar las relaciones personales</i>	57
6. Conclusiones	67
Referencias bibliográficas.....	71
Apéndices.....	78

Lista de figuras

Figura No. 1 Fases de la investigación cualitativa	31
Figura No. 2 Análisis inductivo del estudio de caso	37
Figura No. 3 Codificación de la información	38

Lista de tablas

Tabla No. 1 Insumo de técnicas e instrumentos.....36

Lista de apéndices

Apéndice A Cuadro categorial	78
Apéndice B Formato de diario de campo	81
Apéndice C Formato de entrevista semiestructurada	82
Apéndice D Técnica Fotopalabra	83
Apéndice E Consentimiento informado.....	84
Apéndice F Código de Jefferson	86
Apéndice G. Red semántica de la vivencia.....	87
Apéndice H. Red semántica de la influencia de la aplicación sobre la construcción de la imagen	87
Apéndice I. Red semántica de los componentes de la interacción.....	88

Planteamiento del problema

Durante el siglo XX, la masificación de las tecnologías cambió el modo e intensidad de las interacciones sociales y la comunicación en general (Olave, G. 2018), facilitando la conexión entre las personas y permitiendo que estas accedan a espacios cibernéticos como lo son las aplicaciones de citas (Giraldo, 2013).

El servicio online que ofrecen dichas Apps, las ha configurado como un nuevo espacio social que ha supuesto una revolución en la manera de buscar pareja y conectar con diferentes personas, gracias a la herramienta de geolocalización que posibilita el interactuar fácilmente desde los teléfonos celulares (Pineda, C, 2018). Su finalidad es ofrecer al sujeto una gama de oportunidades para hallar una conexión desde el amor romántico al placer sexual, cuyo atractivo radica en los encuentros esporádicos que permite. No obstante, es importante resaltar que cada una de las aplicaciones existentes, poseen una variación y enfoque específico según sus intereses y el público al que van dirigidas, siendo los jóvenes los principales usuarios de estas.

Introducirse en la dinámica de los aplicativos para citas conlleva a una serie de situaciones que posicionan al usuario como un objeto, donde es juzgado a partir de que lo que muestra y como se exhibe en este medio. Lo anterior ocurre en un mundo donde la tecnología impera sobre los cuerpos, haciéndolos trascender a espacios sometidos por los modos de vida dominantes, mientras se crean nuevas subjetividades, las cuales se encuentran atravesadas por el ámbito de la sexualidad, y se configuran mediante la unión de esta subjetividad junto a la sociedad, convirtiéndose así en un asunto social, político y moral cada vez más importante (Weeks, J. 1998).

En concordancia, Weeks, J (1998) la sexualidad es una construcción social que se comprende a través de las múltiples maneras, donde las emociones, deseos y relaciones se

SEXUALIDAD Y TINDER

configuran a partir del medio en el que se vive, reconociendo las diferentes categorías que se estructuran en torno a los comportamientos sexuales, aceptados a nivel temporal-espacial. En ese sentido, las concepciones de sexualidad se encuentran presentes en todo tipo de culturas, independientemente de las formas que adopte o como se desarrolle.

A partir de lo anterior, se entiende que el ejercicio de la sexualidad se ajusta a las distintas formas dependiendo del contexto temporal y espacial donde tenga lugar, por lo tanto, se teje una experiencia cargada de múltiples subjetividades que se halla permeada por la esfera de lo social y las corrientes predominantes como lo es el capitalismo. Es por esta razón que Thompson (1989) plantea que estas experiencias se encuentran inmersas en el principio de la producción capitalista, el cual se compone de estilos de vida construidos desde la opresión y la explotación, puesto que el autor concibe la *experiencia* como aquello que oscila entre las fuerzas de las relaciones de producción y el desarrollo y evolución de lucha de clase.

No obstante, las experiencias que toman lugar dentro Tinder pueden catalogarse como lo que Thompson (1989) denomina experiencias de explotación, las cuales se constituyen de prácticas, legitimidades y significaciones en cuanto al ejercicio de la sexualidad, que a su vez se hayan vinculadas a los medios de producción y situaciones aprendidas y resignificadas por las generaciones a lo largo de la historia; sin embargo, esta experiencia puede concebirse como una forma de conocimiento válida y efectiva dentro de determinados límites, ya que se conforma por las tradiciones y las vivencias sociohistóricas tras la industrialización. Por esta razón, es fundamental situar el análisis estas vivencias en el contexto en el que la experiencia tiene lugar (Cambiasso, M y Longo, J. 2013).

SEXUALIDAD Y TINDER

En la actualidad, la vivencia de la sexualidad se ha trasladado a otros escenarios propios de la virtualidad que van desde redes sociales como Instagram y aplicaciones para citas como Tinder, la cual se ha vuelto una de las Apps más famosas del mundo. De acuerdo con el sitio oficial de la misma, esta se determina como una aplicación para citas y encuentros casuales, donde se puede conversar con personas que tienen intereses en común y se han elegido de manera autónoma. Se estima que ha sido descargada alrededor de 400 millones de veces, dejando al menos 55 billones de matches, gracias a sus 6.6 millones de suscriptores en el orbe, de las cuales más del 50% son jóvenes cuyas edades se encuentran entre los 18 y los 25 años (Tinder, 2014).

A partir de una entrevista realizada por la revista Enter.co al director de negocios de Tinder en Latinoamérica, Andrea Iorio, se determinó el crecimiento de la aplicación en Colombia. En el país, existen alrededor de 8 millones de deslizados (swipes) y aproximadamente 500.000 mensajes diarios para personas que se gustan entre sí (matches), es así como el país suramericano se posiciona dentro de los 25 países que más utilizan la aplicación para citas, ocupando el cuarto lugar. (Luzardo, A. 2016).

Teniendo en cuenta lo anterior, bajo la lógica capitalista, las interacciones que entablan los usuarios de esta realidad virtual, se han visto influenciadas por la imagen personal y lo que se quiere mostrar con el propósito de atraer a más personas, como una manera de expresar su sexualidad, a través de diferentes aspectos como la identidad sexual; esto en función de la creación de perfiles donde se quiere enseñar una imagen ideal de sí mismo, siendo esta la tendencia de los usuarios en hacerse visibles dentro de un mercado sexual de relaciones (Olave, G. 2018).

Además, dentro de las aplicaciones para citas, en especial Tinder, el mercado sexual de relaciones y el deseo funciona bajo lo que Illouz (2007) llama capitalismo emocional; un momento

SEXUALIDAD Y TINDER

en la economía de mercado donde los usuarios basan sus experiencias de consumo no en la comercialización de objetos físicos, sino en la consecución, ordenamiento y dirección de sus emociones. En suma, Hakim (2012) denomina este emporio como: “*mercados modernos de emparejamiento en régimen de autoservicio*”, el cual consiste en que los usuarios ingresen voluntariamente en la aplicación, y estas los publiciten haciendo que el consumidor goce de la libertad en la sociedad de consumo: *elegir a demanda* (Pavoni, F. 2018).

Finalmente, pese al número de investigaciones que se han ejecutado, cabe resaltar la insuficiencia por parte de las Ciencias Sociales en abordar el fenómeno desde la perspectiva del modelo económico capitalista como elemento clave y mediador de las relaciones sociales; dando cuenta de experiencias que se tienen acerca del ejercicio de la sexualidad mediante las aplicaciones de citas. A razón de ello, resulta necesario abordar el tema a través de las vivencias de los usuarios de Tinder, la influencia de la imagen en la construcción de una identidad virtual y los tipos de interacción que se establecen al interior de Tinder.

Por tanto, la pregunta que moviliza esta investigación es: *¿Cuáles son las experiencias de sexualidad que poseen los jóvenes Bumangueses usuarios de aplicaciones para citas como Tinder?* Con el propósito de analizar aquellas vivencias individuales en relación con la sexualidad en estos escenarios virtuales.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Analizar las experiencias de sexualidad de los jóvenes bumangueses usuarios de la aplicación de citas Tinder.

1.2 Objetivos específicos

Describir las vivencias de los jóvenes bumangueses usuarios de Tinder en torno al ejercicio de la sexualidad.

Identificar la influencia de la aplicación de citas en la construcción de la imagen de los jóvenes bumangueses en el espacio virtual.

Explorar en los componentes de la interacción que tejen los jóvenes bumangueses al interior de la App de citas.

2. Justificación

Esta investigación aporta una visión local del ejercicio de sexualidad a través de aplicaciones para citas como Tinder en los jóvenes Bumangueses. En ese sentido, el estudio proporciona el análisis de las experiencias pertenecientes a los jóvenes Bumangueses acerca del uso de Apps para citas, desarrollando así un primer acercamiento a la dimensión sociocultural santandereana sobre la sexualidad, de la cual se profundiza en torno a temas que pueden llegar a ser tabú en la sociedad, como la configuración de categorías pertenecientes a la identidad virtual construida dentro de la aplicación y que influyen en la consolidación de las relaciones virtuales.

A su vez, el ejercicio investigativo explora en los tipos de interacción que se establecen en este escenario de las aplicaciones para citas y su manifestación en los medios virtuales, permitiendo

SEXUALIDAD Y TINDER

un panorama compuesto por las diversas lecturas de la realidad que hacen los sujetos, identificando los modos de vida y el desarrollo de patrones culturales que convergen en el mundo donde se manifiestan.

En lo que respecta a la metodología empleada para la investigación, los estudios de caso con enfoque cualitativo se caracteriza por abordar de manera intensiva una unidad específica de estudio, que puede hacer referencia a una persona, un grupo, una institución o una organización, del cual Yin (1994) señala que este método está basado en una investigación empírica, donde se estudia un fenómeno contemporáneo desde su propio contexto, siendo útil aplicarlo especialmente cuando los límites existentes entre el fenómeno y su entorno no son lo suficientemente evidentes. (Jiménez, V y Comet, C. 2016).

En ese sentido, la metodología mencionada permitió abordar de manera amplia diversas fuentes de información, a través de los distintos juegos del lenguaje; donde el estudio de caso posibilita un análisis de las diversas perspectivas que poseen los sujetos investigados, a partir de la recolección descriptiva de la información que se obtenga por medio de las técnicas y herramientas a utilizar. Este estudio contribuye a la producción científica que existe desde este método, teniendo en cuenta que el fenómeno en estudio es necesario de investigar a la luz de las necesidades del ser humano contemporáneo.

En cuanto al aporte práctico, estudiar la experiencias de los bumangueses entorno al objeto de estudio, permite conocer e identificar las vivencias que estos mismos tienen acerca del impacto de la tecnología en la sexualidad, teniendo en cuenta que este fenómeno nace en el siglo XXI bajo la incidencia del capitalismo, llegando a cambiar la dinámica relacional que se teje en la sociedad por medio de la mercantilización de las relaciones socio-afectivas, de la cual el abordar esta

SEXUALIDAD Y TINDER

cuestión posibilitará en tiempos futuros realizar estudios comparativos desde diversas disciplinas que evidencian la transformación ideológica de una cultura moderna a una cibernética.

A su vez, un acercamiento a la influencia de la imagen, permite entender cómo los bumangueses elaboran el sentido del yo, de acuerdo a las altas exigencias estéticas que se imponen en medios como Tinder, donde la imagen personal que se crea, juega un papel fundamental debido a su transformación en un producto de consumo inmerso en un ámbito social que presupone como condición una imagen ideal desde lo inalcanzable, por medio de la construcción de diversas relaciones, las cuales al ser categorizadas, posibilitarían aproximaciones a nuevos significados del amor y el sexo.

Por tanto, teniendo en cuenta la limitada producción de conocimiento divulgada en revistas indexadas en Colombia, en especial en Bucaramanga sobre la sexualidad y aplicaciones de citas, la presente investigación brinda conocimiento amplio acerca de la incidencia de este fenómeno y su impacto en la vida de los jóvenes bumangueses.

En síntesis, siendo el trabajo social una de las disciplinas que está comprometida con el estudio de las interacciones y relaciones sociales, la investigación resulta importante en medida en que permite comprender cómo estas mismas pueden tejerse desde escenarios virtuales en diversos grupos poblacionales, donde la construcción de subjetividades como el autoconcepto, los sentires y la relación que tiene con la tecnología, se convierten en las bases de análisis que permiten a un trabajador social inmiscuirse en estas dinámicas, que han tomado un lugar importante a niveles micro y macro, desde la identidad individual hasta la edificación y transformación de relaciones sociales.

3. Marco referencial

Abordar la temática de investigación conllevó a la realización de un Estado del Arte que diera cuenta de los resultados y aportes significativos de otras investigaciones sobre el mismo objeto de estudio, es decir, el análisis del conocimiento acumulado en áreas de las ciencias sociales, que para efectos del presente ejercicio investigativo fueron el campo de la Psicología y la Comunicación. Asimismo, en aras de comprender el fenómeno de la sexualidad en las aplicaciones para citas, se estableció un referente teórico conceptual que permitiera definir las categorías de análisis y su posterior interpretación.

3.1 Estado del Arte

Entender el fenómeno de la sexualidad en aplicaciones de citas en Bucaramanga, implicó realizar una revisión bibliográfica a partir de la búsqueda de información en bases de datos académicas-públicas, repositorios universitarios y revistas indexadas a partir de palabras clave como: sexualidad, aplicaciones para citas, Tinder, jóvenes, redes sociales, identidad, experiencia, vivencias e interacciones, entre otras. De esta manera, se revisaron alrededor de 45 documentos de tesis de grado y artículos de investigación, de los cuales 20 fueron seleccionados de acuerdo con su objeto de estudio y la relación existente con la temática que se pretende abordar; así, una vez organizada la información, se pudo establecer una tendencia en la producción científica en campos del conocimiento como la Psicología y la Comunicación.

Respecto a la identidad y escenarios sexuales, el campo de la psicología ha estudiado el problema desde una perspectiva mixta con investigaciones cualitativas y cuantitativas; donde el ejercicio de la sexualidad gira en torno al uso de redes sociales y aplicativos para citas, especialmente Tinder. Dentro de los documentos, se hace especial énfasis en los comportamientos,

SEXUALIDAD Y TINDER

interacciones y expectativas que tienen los jóvenes al momento de ser usuarios de estas aplicaciones. (González, X., Jerez, M., Pardo, F., y Ruíz, V. 2018; Ojeda, M., Del Rey, R., y Walrave, M. 2020; Gelpi, G., Pascoll, N., y Egorov, D. 2019; Gracia, M., Marco, M., Fernández, J. 1999; Cortés, A. Del Castillo, A y Hernández, Á. 2016; Guadarrama, E. 2020; Wu, O. 2019).

Para la recolección de información, el campo de la Psicología ha empleado entrevistas a profundidad, entrevistas semiestructuradas y cuestionarios como técnicas predominantes. Desde esta perspectiva, dicha área del conocimiento busca interpretar cómo se configuran las aplicaciones para citas en la construcción de la imagen personal, partiendo del autoconcepto definido como: una realidad tanto construida como moldeable a partir de las necesidades o circunstancias emanadas del ámbito personal, familiar y cultural, las cuales desempeñan un papel fundamental en la consolidación de los lazos afectivos y las relaciones interpersonales (Esnaola, I., Goñi, A., y Madariaga, J. 2008; Gracia, M. et al. 1999).

Existen algunos factores que se tienen en cuenta a la hora de construir el autoconcepto físico como la aceptación de la imagen corporal y la adaptación que puede demandarse desde el ambiente social a partir de las exigencias estéticas, es decir, se buscará la igualdad de atributos para alcanzar esa figura representativa de ser “físicamente suficiente” (Cardenal, 1999. Citado en Videra, G., y Reigal, G. 2013).

Por lo tanto, los resultados en las investigaciones del campo de la psicología dan cuenta que la mayoría de la población involucrada en los estudios, utilizan Tinder como un espacio para la interacción con otras personas, donde resaltan categorías como: *el uso que se le da a la aplicación* (encuentros sexuales casuales, ampliación del círculo social, búsqueda de relaciones socioafectivas, aburrimiento y soledad), *comportamientos e interacciones* (hombres con iniciativa

SEXUALIDAD Y TINDER

y creación de perfiles llamativos), *autoconcepto* (la manera en la que tanto hombres y mujeres se perciben así mismos, pues los hombres tienden a ser un poco más seguros y confiados con su personalidad y atributos físicos, mientras que las mujeres en su mayoría se describen como inseguras y desconfiadas al momento de los encuentros o iniciar las conversaciones).

En síntesis, se evidencia una alteración en la identidad y en la imagen personal de los usuarios debido a las expectativas y altas exigencias estéticas; que son resultado del modo de operar de la ideología dominante que se preocupa por crear estereotipos alrededor de un grupo Rueda, J. (2020), causando un efecto psicológico en el autoestima de la persona que hace uso de estos medios virtuales, tal como lo han mencionado Acosta & Hernández (2004) citado en (Salcedo, I. 2016) la autoestima puede verse influenciada de manera positiva y negativa por el comportamiento de terceros. La presión social por alcanzar el físico perfecto parece no tener límites, así la capacidad para influir en los demás y para gestionar las relaciones en pro del beneficio personal también viene determinada en gran medida por la apariencia física (Albrecht, 2006 citado en Llovet, C & Ventisca, M. 2014).

Por otro lado, desde el campo de la Comunicación, se aborda el problema a partir de las redes sociales y los distintos procesos comunicativos que de allí emanan. En esta área del conocimiento se ha intentado analizar el impacto que tienen estas plataformas virtuales en el desarrollo de la sexualidad, además del uso comunicativo que los jóvenes les otorgan a ciertas aplicaciones a partir de las experiencias y la construcción de las relaciones sociales al momento de hacer uso de una aplicación que permita la interacción entre diferentes personas (Cherres, E. 2016; Almansa, A; Fonseca, O y Castillo, A. 2013 y Díaz, G. 2020).

SEXUALIDAD Y TINDER

Las metodologías más comunes fueron las mixtas y las cualitativas, en las cuales se implementaron técnicas basadas en la realización de entrevistas semiestructuradas, grupos focales y cuestionarios. En afinidad, el principal hallazgo se centra en concebir a las redes sociales como un medio para consultar y conectar con los jóvenes cuando se trata de temas íntimos, ya que estas representan un canal de comunicación efectivo, sin embargo, la información suministrada no llega a ser de carácter confiable en la mayoría de los casos.

De igual manera, se encontró en los estudios que existe una tendencia a establecer relaciones de tipo comercial donde el cuerpo es el principal objeto, por esta razón, la atracción hacia las personas siempre ha sido de carácter visual, desde los halagos que los usuarios enuncian hacia otros como parte de la tarea que Tinder ha facilitado, teniendo como principal objetivo conocer e interactuar con un sentido complaciente hacia otras personas (Lamas, A y Serrano, G. 2014), de las cuales la mayoría niega la posibilidad de encontrar y construir una relación formal, ya que lo que principalmente se busca son relaciones informales e interacciones carentes de vínculos afectivos.

En ese sentido, se demuestra cómo la imagen puede repercutir en la interacción que se teje al interior de las redes sociales, a partir de la creación de perfiles, donde se observa una tendencia a estar en la red, con el fin de interactuar con personas cercanas y desconocidas. Las fotos de perfil son de suma importancia a la hora de crear un “perfil llamativo” o “perfil ideal”, en su mayoría, los usuarios prefieren posar solos y sonreír en sus fotos para lucir interesantes, atractivos y auténticos; lo cual denota un gran tiempo invertido en la producción de las imágenes de sí mismos (Almansa, A. et al. 2013) Además se hace con el propósito que los perfiles capten la atención de las personas, posibilitando un encuentro fuera de la virtualidad (Cortés, A. et al. 2016); en relación

SEXUALIDAD Y TINDER

con esta idea se demuestra que lo positivo y seductor son dos elementos de los cuales se hace uso para obtener likes y matches (Linne, J., Fernández, P. 2019)

Para resumir, de acuerdo con los estudios abordados, se encuentra una fuerte tendencia a investigar el problema desde campos propios de las ciencias sociales, siendo la psicología el área en el que mayor número de investigaciones se han llevado a cabo. En consonancia, dentro de las investigaciones se ha evidenciado una preferencia a implementar metodologías cualitativas, por medio de técnicas predilectas como la entrevista para la recolección de datos.

En cuanto al análisis del problema de investigación, se hallan múltiples inclinaciones, entre ellas se observa como objetivos predominantes, el analizar, describir e interpretar la temática de interés, focalizada en grupos poblacionales como los adolescentes y grupos universitarios, teniendo en cuenta que estos son quienes hacen mayor uso de la redes sociales como vivencia de su sexualidad, donde se suele centrar principalmente en la distinción por sexo según las vivencias de hombres y mujeres, lo cual permite evidenciar la importancia de una ampliación en el abordaje del tema con grupos de acuerdo a su orientación sexual.

Respecto a la visión que se le ha otorgado al estudio de la vivencia de la sexualidad, en cuanto al uso de las redes sociales y aplicaciones para citas, se parte del interaccionismo simbólico como teoría para comprender temas basados en los motivos de uso que llevan a las personas a contar sus experiencias, así como, el estudio acerca de la influencia de la imagen personal al momento de entablar interacciones con los demás por medio de la virtualidad, destacándose el sexting como subtema emergente que hace parte de las conductas sexuales recurrentes.

Finalmente, teniendo en cuenta que existe un desarrollo incipiente en las categorías como la vivencia de la sexualidad, la influencia de la imagen y los tipos de interacciones; es importante

SEXUALIDAD Y TINDER

resaltar la necesidad de estudiar la temática expuesta, a partir de un análisis de las distintas experiencias de los jóvenes de Bucaramanga usuarios de Tinder.

3.2 Referente teórico conceptual

El presente estudio profundiza en el fenómeno del ejercicio de la sexualidad a través de aplicaciones para citas, se han encontrado tres (3) elementos que permean esta dinámica de las experiencias de sexualidad como lo son: la vivencia del ejercicio de sexualidad, la influencia de la imagen y los tipos de interacción que se establecen al interior de Tinder. Por lo anterior, esta investigación gira en torno a mencionados aspectos, como principales categorías de análisis.

La *experiencia* entendida desde autores como Thompson (1989) son experiencias de explotación debido a que se han visto constituidas a partir de prácticas y significaciones evocadas del ejercicio de la sexualidad; por esta razón, el autor plantea que, tras la industrialización, las vivencias de las personas han estado sujetas a las grandes estructuras y relaciones de producción en las que el hombre nace, o en las que decide entrar de manera voluntaria, como por ejemplo, las redes sociales y las Apps para citas.

Estas aplicaciones se han establecido como un nuevo escenario social que ha incitado a la transformación en la manera de buscar pareja y comunicarse con diferentes individuos; gracias al instrumento de geolocalización que permite conectar e interactuar fácilmente desde los móviles. Dentro de ellas la interacción posee diferentes fines (Jiménez, J. 2017) pero se comparte la intención de conocer a mayor profundidad al sujeto para poder compartir un sinnúmero de experiencias.

Desde el ejercicio de la sexualidad, las experiencias deben concebirse como una forma de conocimiento válida y enriquecedora porque se encuentran cargadas de tradiciones y vivencias

SEXUALIDAD Y TINDER

sociohistóricas que han sido negadas a lo largo de la historia. No obstante, la experiencia de los usuarios que hacen parte de este escenario virtual y se hallan sometidos a la influencia de estos procesos de sumisión, son capaz de ilustrar algunos de sus aspectos esenciales; por esta razón, debe estudiarse el desarrollo de los acontecimientos desde la perspectiva de quienes los han vivido (Sorgentini, H. 2000).

La *sexualidad* ha sido objeto de diversos estudios a lo largo del tiempo, pues representa una dimensión vital del ser humano. En la actualidad se manifiesta en escenarios virtuales teniendo una gran incidencia en las aplicaciones de citas; por lo cual resulta importante realizar un acercamiento hacia la comprensión de esta misma, a través de perspectivas teóricas que determinen el impacto que ejerce sobre la cultura, teniendo en cuenta que en ella se entrelazan los discursos y las subjetividades.

Para el ejercicio de este estudio, se abordan teorías propias de las Ciencias Sociales que conciben la sexualidad como una construcción social y mecanismo de poder que constriñe el comportamiento humano por medio de los planteamientos de Jeffrey Weeks y Marcuse. En ese orden de ideas, la sexualidad puede comprenderse como una serie de “*creencias, relaciones e identidades históricamente conformadas y socialmente construidas*” (Weeks, J. 1998 p. 81), es decir, está determinada por el entorno social en el cual se desarrollan los individuos, generando atribuciones y particularidades en el cuerpo.

En consonancia, Marcuse (1972) manifiesta la revisión de conceptos clásicos como el de sexualidad, a propósito de las formas que ha tomado el capitalismo en la vida de las personas. El autor plantea que: “los tabúes sobre las relaciones sexuales pre y extramaritales se han relajado considerablemente (...) Así, nos enfrentamos a que la liberación de la sexualidad provee de una

SEXUALIDAD Y TINDER

base instintiva al poder represivo y agresivo de una sociedad opulenta.” (Marcuse, H. 1965/1970). Este planteamiento nos acerca a considerar que, en las aplicaciones para citas, la sexualidad se reduce específicamente al placer genital por la denigración coercitiva que conlleva la utilización de la sexualidad en vista a un poder capitalista.

En lo que respecta a las *vivencias*, Thompson (1989) plantea que estas surgen o suceden porque las personas se encuentran en relaciones que sean productivamente determinantes y que por lo tanto compartan experiencias en común, es decir, que hayan identificado sus intereses u objetivos y puedan valorar situaciones en formas de clase. En ese sentido, es correcto afirmar que la vivencia siempre va a estar determinada por la experiencia, que ocasionalmente puede ser compartida por más personas, es decir, la vivencia no sería posible de explicar sin tener como punto de referencia una experiencia.

Usualmente, incorporarse en el mundo de las aplicaciones para citas se motiva a partir de la *influencia* de los medios que Prensky (2001) identifica, pues en consecuencia de la exposición tecnológica y su creciente avance, posibilita permear todas las esferas de la vida social. En consonancia, Angulo (2022) plantea la evolución en los procesos de *adaptabilidad*, lo cual hace referencia a la necesidad de conectar y consolidar relaciones a partir de los cambios en el tejido social, provocados por corrientes hegemónicas como lo es el capitalismo.

Conectado a lo anterior, Bourdieu (1988) afirma que cualquier relación social que se establezca se halla atravesada por el recurso capital, lo cual quiere decir que el usuario de Tinder reconoce y percibe su posición dentro de la plataforma, identificando las *ventajas* obtenidas del medio desde la satisfacción o la intencionalidad por la que hace uso de este. No obstante, estas nuevas formas de relacionamiento puede representar *desventajas* como lo menciona Caldevilla

SEXUALIDAD Y TINDER

(2010) en cuanto a la privacidad, exponerse a los imaginarios de las personas que no hacen uso de este tipo de redes y el no percibir más allá de una cuenta digital probablemente alejada de la realidad.

La mecanización de Tinder, conlleva a un sentimiento de vacío y *aburrimiento* debido a la falta de interacción confluyente derivada de los mismos temas de conversación, comportamientos hostiles y valoraciones estéticas absurdas. De esta manera, en sus manuscritos Marx (1993/2001) explica cómo el régimen capitalista propone medios de consumo con la máscara de pasatiempo, haciendo que los individuos se inserten en relaciones de producción cuyo objeto es la ganancia, pues nada que resulte beneficioso puede encasillarse entre lo productivo; por esta razón, en el caso de los navegantes de las aplicaciones para citas, el no encontrar beneficio sobre su participación en la plataforma, ocasiona la pérdida del interés en cuanto a lo que se encuentra en el medio.

En razón a lo descrito anteriormente y para efectos del presente estudio, la vivencia entonces puede ser pensada a través del significado que tiene una experiencia para los usuarios de Tinder, entendiendo que la presión determinante ejercida por el modo en el que opera la aplicación, no puede explicarse fielmente sin hacer referencia a una experiencia vivida desde estas relaciones de producción, entre opresores y oprimidos, además de los conflictos de intereses o como los llama Wood, E. (1983), luchas inherentes relacionadas con la mercantilización y explotación.

Actualmente, en cuanto a los componentes de la interacción establecidos al interior de estos escenarios cibernéticos como Tinder, la “*mercantilización*” de las relaciones interpersonales se convirtió en un fenómeno recurrente entre los jóvenes, puesto que la idea del amor romántico ha desaparecido en la conformación de relaciones de pareja, tal cual como lo identifica Giddens

SEXUALIDAD Y TINDER

(1998), viéndose como consecuencia la aparición de vínculos forjados en torno a un “amor confluyente” que nace de las grietas del primero.

En consonancia, Jónasdóttir, A. (2014) rescata esta idea al manifestar que el amor como poder, es entenderlo como potencia, pues en las sociedades actuales, el capital se ha vuelto dependiente del poder del amor en función de servir de manera directa o indirecta al crecimiento económico que cada día sigue avanzando. En ese orden de ideas, puede afirmarse que los tipos de interacción vinculados al “amor” que las aplicaciones para citas venden, es una fuerza política basada en las relaciones de intercambio que se generan en los jóvenes a causa de una sociedad capitalista.

Hochschild (2008) concibe lo anterior como un tipo de mercantilismo afectivo, cuyo objeto es saciar los nuevos tipos de relacionamiento derivados de las plataformas virtuales, en los cuales aún se conserva una expectativa tradicionalista en la creencia de quien debe tener la iniciativa de propiciar estos espacios; sin embargo, en la población sexualmente diversa resalta una variante, debido a que no existe un patrón establecido acerca de quién debe otorgar el tan conocido y temeroso “primer paso”.

En cuanto a los mecanismos empleados para iniciar los primeros acercamientos, los nativos digitales de Tinder recurren a intercambiar material sexual explícito con la intención de acercarse, coquetear o simplemente interactuar (Van Ouytsel, Van Gool, Walrave, Ponnet y Peters. 2016). Son muchos los factores que demandan los usuarios de las aplicaciones para citas en función de ejercer su sociabilidad, por lo tanto, se requieren competencias comunicativas como lo menciona Serrano (2004), pues en consonancia, Montero (2008) sostiene que el éxito en la plataforma dependerá del desarrollo efectivo de estas habilidades.

SEXUALIDAD Y TINDER

Como medio relevante para entablar interacciones a través de Tinder, la imagen y su influencia en las dinámicas relacionales del ser humano, atraviesan a la persona, la sociedad y la cultura como forma imperante de comunicación (Flores, T. 2002). Por tanto, teniendo en cuenta el rol de la imagen como centro de la cultura visual, esta genera experiencias de tipo sensorial, afectiva y perceptiva tal como lo expresa Palumbo, M (2019):

Es desde estas interpretaciones que la imagen de una persona, cara a cara o virtual, puede transfigurarla/a como un sujeto eróticamente deseable y provocar que haya sociabilidad. Estas interpretaciones están atravesadas por valores y criterios que provienen del habitus de clase de las personas (p.17).

Al tratarse de un medio que se mueve por medio de la cultura visual, existen diferentes efectos psicológicos en sus usuarios como la alteración de la **autoestima**, donde la parte física y afectiva se ve influenciada por el comportamiento de terceros (Acosta y Hernández, 2004). Tal como lo expresan Haeussler y Milicic (1995), estas dimensiones están asociadas a la satisfacción que una persona pueda sentir hacia su cuerpo y la aprobación que reciba por parte de otro sujeto al momento de consolidar cualquier tipo de interacción o relación; por esta razón, pueden crearse comportamiento adictivos y dependientes a causa de los reforzadores positivos o negativos (Echeburúa y Corral, 2010).

En ese sentido, es notorio el moldeamiento de la imagen a raíz de los criterios e intereses de los demás, en tanto se asumen conductas alejadas de la realidad (Cornejo y Lourdes, 2011), lo que conlleva al surgimiento de una **dualidad en la imagen** como lo establece Groys (2014) entre lo que un usuario de Tinder exterioriza en su perfil de Tinder y lo que esta es en su esencia. Lo anterior se debe a la incontrolada necesidad de venderse a sí mismos de manera estratégica y deseable ante los ojos de los demás sujetos en la plataforma (LehFebvre, 2017).

SEXUALIDAD Y TINDER

La estrategia de volverse consumible por el público de Tinder refuerza los valores de clase dominantes en la sociedad (Sautu, 2016), se trata entonces de lo que Lipovetsky (2002) llama la *hiper inversión del yo*, la cual, bajo el hedonismo, busca establecerse en un estatus social para terminar formando un carácter narcisista de la personalidad.

Con base en la anterior estimación, se infiere que la imagen dentro de los aplicativos para citas, media el proceso de interacción al causar deseo o interés a partir de lo que las personas consideran como atractivo o agradable para la vista. Esta idea se refuerza con el planteamiento de Hakim (2012) quien introduce el concepto del *capital erótico*, el cual hace alusión a un conjunto abstracto de características como la belleza, atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales, entre otras; básicamente se trata de una amalgama de aspectos físicos y sociales por los cuales hombres y mujeres resultan atractivos o no.

Dentro de Tinder, el capital erótico se manifiesta en que tan guapo/a te ves de acuerdo con estas exigencias estéticas, por lo cual, los usuarios inmiscuidos en esta realidad virtual se preocupan por mostrar una imagen que llene las expectativas de la sociedad y así, entrar a concursar para ser elegido en este mercado de relaciones, donde el éxito depende del capital enseñado a través de las fotos e imágenes colgadas en cada uno de los perfiles.

En síntesis, la sexualidad se ha abordado teóricamente desde diferentes cosmovisiones, donde cada cultura construye su propia definición del fenómeno, obedeciendo a aspectos como la imagen personal y los diferentes tipos de interacciones o relaciones que se tejen al interior de escenarios virtuales, los cuales son atravesados por modelos económicos imperantes como lo es el capitalismo, en el cual el ámbito de lo socioafectivo se mercantiliza, haciendo del fenómeno un objeto de estudio relevante debido a su trascendencia y recientes transformaciones en el mismo.

4. Metodología

La sexualidad como una dimensión inherente al ser humano y trascendente a espacios sociales como la virtualidad, implica ser abordada desde un estudio de caso con enfoque cualitativo, el cual posibilitará un análisis de las diversas perspectivas que poseen los sujetos investigados, para ello es necesario abordar el proceso de investigación en diferentes fases como: preparatoria, trabajo de campo, analítica e informativa.

Inicialmente este tipo de investigación cualitativa acoge diversas concepciones, las cuales brindan importancia a las experiencias, representaciones, formas culturales y expresiones de los sujetos y colectividades del contexto; ubicándose dentro del paradigma interpretativo hermenéutico como un camino para comprender los fenómenos sociales como la sexualidad desde las vivencias, las interacciones y la importancia de la imagen que aparecen en torno a la misma, en síntesis, este enfoque hermenéutico nos ofrece la posibilidad de llevar a cabo una interpretación y comprensión de la realidad social y sus manifestaciones (Ruedas, M., Ríos, M., y Nieves, F. 2009).

4.1 Conceptualización del enfoque: estudio de caso

Es pertinente comprender el estudio de caso a partir del pensamiento de Yin (1994) quien lo concibe como una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto. El estudio de caso con enfoque cualitativo aborda de manera intensiva una unidad específica de estudio, la cual puede hacer referencia a una persona, un grupo, una institución o una organización. (Jiménez, V y Comet, C. 2016).

Según Cebreiro y Fernández (2004) mediante este método, se puede recoger distintos tipos de información cualitativa de carácter descriptivo expresada a través del discurso, enfocándose en

SEXUALIDAD Y TINDER

incidentes clave; haciéndose uso de diversas técnicas tales como: las entrevistas, documentos, notas de campo, observaciones, entre otras.

Por esta razón, la metodología mencionada permite abordar el objeto de estudio propuesto, desde diferentes categorías reflejadas en el significado atribuido al fenómeno, a través del lenguaje que expresan los jóvenes de Bucaramanga, tomando a cada uno de los actores del estudio como unidad específica de análisis, desde la recolección descriptiva de la información que se obtenga con la ayuda de las técnicas y herramientas a utilizar.

En relación con la metodología de la investigación cualitativa, existen algunos criterios para evaluar el rigor metodológico de los estudios, entre ellos se encuentra el criterio de transferibilidad o aplicabilidad, el cual, según Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) consiste en la posibilidad de trasladar los resultados de la investigación a poblaciones diferentes a la inicial, es decir, transferir los resultados a otro contexto similar y lograr comprender el fenómeno estudiado de una manera más completa. Gracias a este criterio de rigor, fenómenos de carácter global como la virtualización y mercantilización de las relaciones sociales pueden estudiarse desde distintos lugares o contextos con el ánimo de obtener un panorama más amplio acerca de la vivencia de la sexualidad mediante aplicativos para citas.

Es por lo anterior que la investigación y el anterior criterio de rigor, guardan estrecha relación y es de mucha utilidad en cuanto a la transferencia temática a otros lugares, contextos y/o poblaciones. (Mendizábal, N. 2006), permitiendo comprender de mejor forma los resultados, variables o similitudes que nazcan que posibles futuras investigaciones.

4.2 Desarrollo del proceso metodológico

En el proceso de investigación, el diseño constituye un elemento articulador de los componentes de esta misma, para el caso de la investigación con enfoque cualitativo, este diseño mayoritariamente se caracteriza por ser flexible, ya que busca crear conceptos, hipótesis, modelos y/o teorías partiendo de datos empíricos. (Mendizábal, N. 2006). No obstante, esta flexibilidad alude a las posibles modificaciones en el cuerpo de la investigación debido al surgimiento de nuevas situaciones o cuestiones relacionadas con la dinamicidad de la realidad objeto de estudio, donde comúnmente, estos cambios se adjudican a los objetivos y preguntas, o incluso en las técnicas para la recolección de la información.

Respecto a desarrollo del proceso metodológico, se ha adoptado la propuesta de Rodríguez, Flores y Jiménez (1999), la cual consta de cuatro (4) fases, cada una con tareas específicas (Ver figura No. 1). Dentro de estas fases se encuentran: la fase preparatoria, la fase de trabajo de campo, la fase de análisis y la fase informativa.

Figura No. 1

Fases de la investigación cualitativa



SEXUALIDAD Y TINDER

Nota: la figura muestra el proceso metodológico, enumerando cada una de las fases en orden de ejecución. Adaptado de: Rodríguez, G., Flores, G., & Jiménez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*.

4.2.1 Fase preparatoria

Compuesta por un momento de reflexión y uno de diseño, aportó a la investigación la problematización de cuya realidad fue objeto de interés para el desarrollo del estudio. Como se ha hecho mención con anterioridad, a partir del siglo XX, la masificación de las tecnologías intensificó y cambió las formas de comunicación e interacción social, es a partir de la virtualización de la vida social que la sexualidad emerge fuertemente dentro de un escenario virtual como lo son las aplicaciones para citas, suponiendo un cambio en la forma de buscar una pareja y conectar con personas a nuestro alrededor.

Son las aplicaciones para citas el puente para la interacción y la comunicación, pero, es fundamental resaltar el papel que tienen diferentes aspectos como la vivencia al interior de Apps como Tinder, la influencia de la aplicación en la construcción de la imagen personal y el tipo de interacciones que se tejen al interior de esta realidad virtual. Tales aspectos bajo la perspectiva de varios autores, se encuentran permeados por el modelo socioeconómico del capitalismo, donde las relaciones sociales pasan a ser un elemento más del mercado y trascienden a una consecuencia más del consumo, una importante característica del modelo capitalista.

A propósito de la problematización de la realidad objeto de estudio, fue imprescindible realizar una revisión en la tendencia de producción de conocimiento acerca del tema central, por ello, se realizó una gestión documental y revisión bibliográfica que posibilitó fundamentar teóricamente el fenómeno estudiado, a su vez permitiendo la selección de las categorías de análisis,

SEXUALIDAD Y TINDER

mediante el cuadro categorial (Ver Apéndice A) que posteriormente fundamentaron el diseño de la investigación.

Para efectos de la presente investigación, las categorías de análisis seleccionadas de manera preliminar fueron:

- **Vivencia:** alude a las valoraciones subjetivas que realizan los usuarios de Tinder en relación con lo experimentado al interior del medio virtual.
- **Componentes de la interacción:** hace alusión a los elementos presentes en el proceso de interacción empleados al momento de establecer acercamientos, teniendo en cuenta patrones de comportamiento que configuran la diversidad de vínculos en la aplicación.
- **Influencia de la aplicación en la construcción de la imagen:** se entiende a partir de la manera en la que estos escenarios virtuales interfieren en la construcción de una imagen que sea atractiva para la sociedad y cumpla con las exigencias estéticas de las aplicaciones para citas.

A su vez, dentro de la tarea del diseño, se procedió a la construcción de los instrumentos y las técnicas de recolección de datos, como: el diario de campo (Apéndice B), la entrevista semiestructurada (Apéndice C) y la técnica “Foto palabra” (Apéndice D). Estas técnicas e instrumentos fueron pensados específicamente para poder interpretar, comprender y analizar el fenómeno a estudiar.

Por otro lado, en la fase preparatoria fue primordial establecer los criterios para la selección de la población participante dentro del estudio:

SEXUALIDAD Y TINDER

- Ser mayor de edad, teniendo en cuenta que la política pública de Tinder admite en su plataforma personas que tengan la mayoría de edad.
- Estar en el rango de edad de los 18 a los 25 años, en función de delimitar la población y que compartan características de generacionales.
- Hacer uso o haber hecho uso de alguna aplicación para citas, esto con la intención haber tenido o tener la experiencia en este escenario virtual.
- Haber entablado cualquier tipo de interacción con otras personas por medio de la aplicación, esto a propósito de poder compartir la experiencia.
- Ser residente de Bucaramanga o su área metropolitana, esto a favor de delimitar la investigación a un contexto local.

En ese sentido, se determina que es muestreo predilecto para la selección de la población es el muestreo a conveniencia. Este se caracteriza en la selección arbitraria de las unidades de muestra siempre y cuando cumplan con los criterios expuestos anteriormente. (Navarrete, J. 2000). Las unidades de muestra se eligen de acuerdo con su disponibilidad para la participación en el estudio, es por esta razón que el tipo de muestreo expuesto resulta adecuado para el caso del presente estudio.

La investigación se caracteriza primordialmente por la búsqueda del saber científico, el cual debe estar acompañado de los valores éticos en función de proteger los derechos fundamentales de la población participante, por tal motivo, se dispuso de un consentimiento informado (Apéndice E) a propósito de valorar la autonomía de los participantes en cuanto a la decisión libre de participar o no en el estudio. En este consentimiento, se exponen algunos aspectos fundamentales como el

SEXUALIDAD Y TINDER

objetivo de la investigación, procedimientos, riesgos y beneficios, manejos de datos y confidencialidad, entre otros.

Finalmente, con el objeto de enmarcar la investigación dentro de los valores éticos propios del Trabajo Social, se tomó como referente el Código de Ética de los trabajadores sociales en Colombia, creado por el Consejo Nacional de Trabajo Social mediante la ley 53 de 1977 y el decreto No. 2833 de 1981.

4.2.2 Fase de trabajo de campo

Esta consistió en el acceso al campo de investigación, donde se hicieron uso de diferentes técnicas para el acercamiento a la población que se tiene como objeto de estudio. De acuerdo con los criterios para la selección de la población, se estableció un tipo de informante ideal, seleccionando a partir de estos a seis (6) usuarios de la aplicación para citas, Tinder.

Los informantes han sido contactados a través de las redes primarias y secundarias del investigador, por medio de una lista de referidos, empleando el medio virtual como escenario para la realización de las entrevistas y la efectividad de la permanencia dentro del campo. En un primer acercamiento se socializó a los participantes de la investigación, el propósito y los alcances del estudio, con el fin de conocer si la investigación era de su interés y de igual forma si existía una motivación para participar en la misma, siendo así, se procedió a leer y firmar junto a los participantes el consentimiento informado.

A partir del primer acercamiento, se llega a un acuerdo con los participantes en el establecimiento de los horarios para llevar a cabo las sesiones de entrevista. Un segundo momento dentro de la fase, consistió en la recolección de los datos a través de técnicas como la entrevista semiestructurada a profundidad y la técnica “Fotopalabra”, de las cuales se tomaron notas en el

SEXUALIDAD Y TINDER

diario de campo durante el desarrollo de estas. Este diario de campo está acompañado de la videograbación de las entrevistas que se realizaron mediante la plataforma Zoom y los acuerdos establecidos en el consentimiento informado. En la siguiente tabla (Ver Tabla No. 1), se puede apreciar un resumen de las técnicas e instrumentos empleados en la investigación.

Tabla No. 1

Insumo de técnicas e instrumentos

No.	Instrumento de recolección	Código	Cantidad	Tipo
1	Entrevista semiestructurada	ESE	6	Vídeo
2	Diario de campo	DC	6	Escrito
3	Fotopalabra	FP	6	Vídeo

Nota: la tabla enumera cada una de las técnicas o instrumentos de recolección empleados en la fase de trabajo de campo, se diferencian a partir del código establecido.

En cuanto a la permanencia dentro del campo, se destacó el interés de los participantes en conocer cómo se iba adelantando la investigación; se mantuvo una comunicación constante sobre los adelantos del proyecto y a su vez, se profundizó en aspectos de gran importancia para la comprensión del discurso de los sujetos frente al objeto de estudio. Finalmente, al momento de la salida del campo, se dio un cierre con un agradecimiento por parte del investigador hacia los participantes por su colaboración; se agendó un encuentro final para la socialización de los resultados, una vez sea revisado y validado por el par académico.

4.2.3 Fase de análisis

SEXUALIDAD Y TINDER

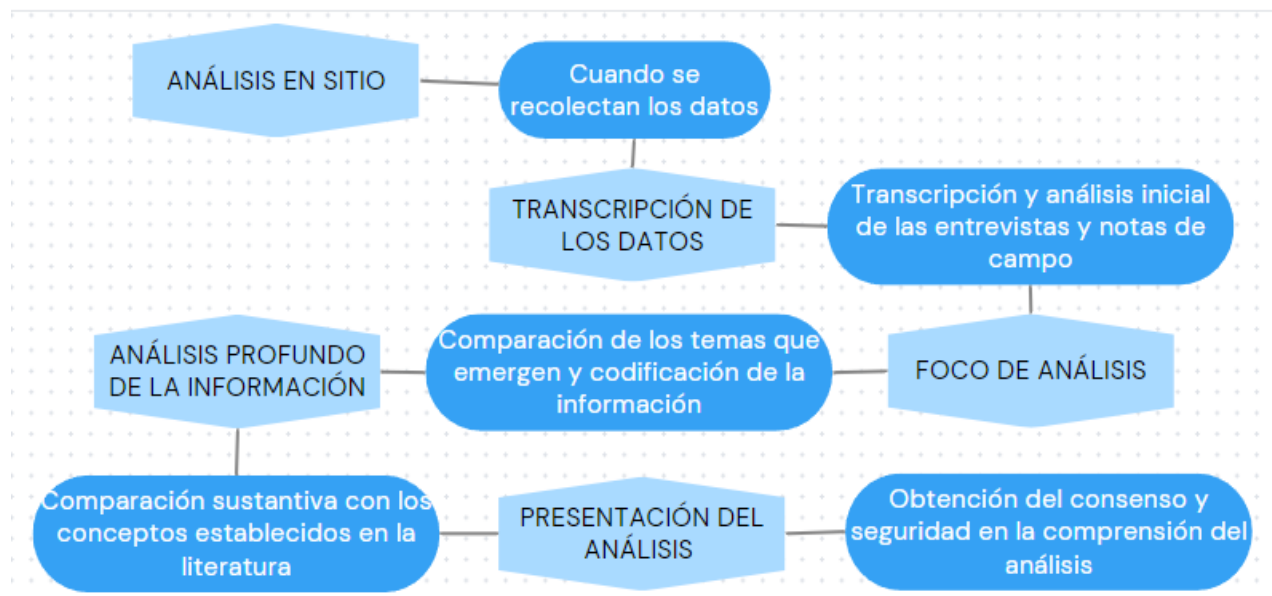
La fase analítica comprendió las tareas realizadas para procesar el análisis de la información recolectada en la fase de trabajo de campo, cabe resaltar que esta fase varía según el método elegido para el procesamiento de los datos. Para el caso de esta investigación, como se mencionó anteriormente, el método elegido fue el estudio de caso de manera inductiva-descriptiva, para el que (Shaw, 1999) de manera general, propone las siguientes tareas de análisis:

- **Principio de triangulación:** parte de la obtención de datos de varias fuentes.
- **Transcripción de los datos:** transcripción de las entrevistas y demás técnicas.
- **Análisis global:** constante comparación de los datos obtenidos con la literatura.
- **Análisis profundo:** comparación sustantiva de los resultados con los conceptos de la literatura, es decir, identificación de los conceptos de la teoría relacionados a las categorías de análisis.

En consonancia, Shaw (1999) de manera específica profundiza en las actividades de análisis previamente mencionadas e identifica cinco (5) momentos esenciales en la tarea analítica (Ver Figura No. 2)

Figura No. 2

Análisis inductivo del estudio de caso



Nota: la figura contiene las 5 actividades propuestas por el autor para llevar a cabo la tarea de análisis en el estudio de caso. Adaptado de Shaw (1999) *Una guía para el proceso de investigación cualitativa: evidencia de un pequeño Estudio Firme. Investigación de mercado cualitativa. Revista Internacional*, 2(2), 59-70.

- **Análisis en sitio:** corresponde a la organización de la información recolectada (Ver Figura No. 3) a través de la codificación de las técnicas y la población participante con base en su rol, sexo y edad.

Figura No. 3

Codificación de la información

AC1_H_19_ESE	
AC1	Refiere al Actor Clave, seguido del número consecutivo en la aplicación de los instrumentos. Van desde el 1 hasta el 6
H o M	Refiere al sexo del actor clave. Puede ser H de (Hombre) o M de (Mujer) .

19	Alude a la edad en número del participante.
ESE	Corresponde al tipo de instrumento teniendo en cuenta la tabla de insumos.

- **Transcripción de los datos:** hace alusión al proceso de transcribir la información recolectada en las entrevistas o aplicación de instrumentos en la fase de acceso al campo. Lo anterior con el fin de familiarizarse con la información obtenida, permitiendo una mejor visualización de esta, para posteriormente ser categorizada a partir de las subcategorías de análisis.

En la transcripción de entrevistas se tuvo en cuenta el código de Jefferson (Apéndice F) como insumo importante al momento de agregar mayor especificidad al relato de los participantes. Este código permitió tener en cuenta elementos como silencios, subidas de tono, emociones, reacciones, palabras locales, entre otros; a su vez, se identificaron las voces del investigador como las de los participantes en función de alcanzar una transcripción fiel al relato y garantizar la confidencialidad de los datos.

- **Foco de análisis:** durante este momento, la tarea se centró en las dimensiones identificadas a través de la comparación constante con las variables extraídas del marco teórico para determinar cuáles eran las similitudes y diferencias entre lo hallado y la literatura existente. En ese sentido, luego de haber organizado y codificado la información, se procedió a la categorización de los datos obtenidos a partir de las categorías deductivas del estudio (vivencia, influencia de la aplicación en la construcción de la imagen y tipo de interacción) de las cuales surgieron las categorías emergentes a raíz de la aplicación de los instrumentos y técnicas de recolección de la información.

SEXUALIDAD Y TINDER

- **Análisis profundo de la información:** en este momento, la tarea se centró en interpretar las relaciones encontradas entre las categorías emergentes y determinando por qué esta relación permite la comprensión del estudio. Por esta razón, se estableció la relación entre las categorías deductivas y emergentes, no como parte de un proceso de codificación axial, sino con la intención de organizar la estructura para la escritura del texto.

Luego de este momento, se procedió a realizar la interpretación de los datos, mediante la triangulación de los insumos recolectados en campo, los referentes teórico-conceptuales y la perspectiva del investigador.

- **Presentación del análisis al grupo de investigadores:** una vez interpretada la información, el investigador se reevaluó la comprensión del fenómeno y se asegura de que las interpretaciones realizadas sean las adecuadas para este estudio.

4.2.4 Fase informativa

Esta última fase consistió en la elaboración escrita del informe que da cuenta del estudio en su totalidad, presentando los elementos de la investigación, haciendo énfasis en los hallazgos y resultados para realizar la respectiva exposición del estudio. De esta manera, la tarea se centró en la producción escrita del informe, teniendo en cuenta la finalidad de esta fase y los parámetros de evaluación dispuestos por el par académico para la aprobación de este.

5. Hallazgos

La vivencia de la sexualidad por medio de las aplicaciones para citas se ha visto influenciada por la virtualización y mercantilización de las relaciones sociales, cobrando en la actualidad un sentido significativo en cuanto a la ampliación de los círculos sociales que

SEXUALIDAD Y TINDER

comprenden diversos mecanismos de acercamiento e interacción; siendo este fenómeno reconocido por los usuarios de estas aplicaciones como Tinder. Por tanto, la investigación se centra en el estudio de las diferentes vivencias, la influencia de la aplicación frente a la construcción de la imagen personal y los tipos de interacción tejidas al interior de Tinder.

El análisis realizado en Bucaramanga acerca de la vivencia de la sexualidad por medio de Tinder, implicó indagar en las experiencias de los jóvenes usuarios de esta aplicación. Esta búsqueda contó con la participación de seis (6) jóvenes bumanguenses, cuatro (4) son hombres homosexuales y dos (2) mujeres heterosexuales con edades entre 18 y 25 años, quienes residen en viviendas pertenecientes a los estratos socioeconómicos: 2, 3 y 4. La mitad de ellos son estudiantes universitarios y la otra mitad se encuentra laborando. Los actores clave del estudio son residentes del área metropolitana de Bucaramanga.

5.1 La vivencia: *el significado de ser explotado.*

Las vivencias de los usuarios de Tinder fueron analizadas bajo la concepción y valoraciones subjetivas que tienen estos mismos acerca de lo que significa estar en la aplicación. Se destaca la influencia ejercida por las personas en el entorno de los usuarios sobre la motivación para descargar la aplicación y crearse un perfil, seguido de las desventajas que conlleva inmiscuirse en la dinámica de las aplicaciones para citas, entendiendo a las primeras como los beneficios obtenidos de encontrarse en el escenario virtual, y a las segundas como consecuencia de los procesos de adaptación al medio y experiencias de explotación derivadas del uso constante o parcial de Tinder (Ver Apéndice G).

Realizar un análisis al discurso de los internautas de aplicaciones como Tinder permitió evidenciar una fuerza coercitiva social presente en las formas inmiscuirse en el mundo de las Apps

SEXUALIDAD Y TINDER

para citas y se trata de la **influencia**, generalmente ejercida por los pares quienes incitan a los usuarios a explorar los medios virtuales donde es posible conocer a una persona con la que puedan poseer intereses compartidos, ya sean experiencias, gustos, deseos sexuales e incluso relaciones afectivas.

“...mis amigas mayores ya lo estaban utilizando y pues yo dije, pues yo quiero probar también. Y quería conocer gente. Específicamente hombres claramente que tuviéramos experiencias en común.” AC2_H_21_ESE. Línea 34-36

“...no, pues no fue tanto así, en mi caso, yo veía como todos mis amigos solteros estaban utilizando la aplicación y me dio curiosidad, pues veía que ellos se la pasaban bien ahí, conseguían pareja, salían, culeaban y pues yo (,) dije, mmm esto, pues yo también quiero.” AC5_H_22_ESE. Línea 45-48

“...una de mis compañeras de universidad me la recomendó, me dijo que me podía divertir, así como pa’ (-) quitarme el aburrimiento, pero jum, para todos no es lo mismo.” AC6_M_23_ESE. Línea 67-68

Esta influencia se encuentra asociada con la necesidad actual que tienen los jóvenes de relacionarse en la era de la tecnología, pues, desde el pensamiento de Prensky (2001) se entiende a partir de la exposición tan abrupta que los jóvenes han tenido a la tecnología en los últimos años, puesto que han tenido que aprender a socializar, interactuar y relacionarse a partir del uso impuesto de las redes sociales y plataformas virtuales como las aplicaciones para citas. En ese sentido, se entiende que la influencia ejercida sobre el entorno de los usuarios de Tinder para hacer uso de la aplicación, se debe al consumo excesivo de los medios digitales como mecanismo capitalizador de las interacciones sociales.

La vivencia de los usuarios al interior de estos escenarios virtuales de socialización, se ha convertido en un espacio de **explotación** del cuerpo humano, al momento de manifestarse la petición de sexo casual. Rechazar esta invitación, se convierte en motivo para denigrar a la persona

SEXUALIDAD Y TINDER

que no está dispuesta a acceder al encuentro, generando así un conflicto de intereses al no materializarse la relación de intercambio.

“...bueno un par de veces y en las 3 ocasiones, sucedió. Ehhh,, (,) conocí a un chico, empezamos a hablar y en su momento no obtuvieron lo que estaban esperando de mi parte, entonces pasaron de ser aparentemente gentiles a hacer unas personas completamente groseras. Usaron palabras soeces hacia mí, calificándome de una forma con la que definitivamente no me identifiqué, y simplemente por el hecho de que no quise acceder a tener sexo ocasional con ellos.” AC3_H_24_ESE. Línea 675-679

“...siento yo que no debería ser de esta manera, pues normalmente la mayoría de las personas con las que he interactuado siente que por estar ahí tienen derecho a hablarle a uno como se les dé la gana y que uno está buscando solo tener sexo. Considero que es algo que se ha normalizado bastante por la cultura de objetivar el cuerpo de los demás pensando únicamente como puedo obtener un beneficio de la otra persona.” AC1_H_19_ESE. Línea 468-472

Estas relaciones interpersonales basadas en el intercambio de beneficios, pueden entenderse desde Thompson (1989) quien estima que las situaciones constituidas exclusivamente desde el significado de la sexualidad y tras los rezagos del periodo de la industrialización, hacen que los individuos estén sujetos a relaciones de producción e intercambio, vivenciadas desde los estantes dinámicos por los que opera Tinder. Es parte de la influencia social y del contexto donde se desarrollan estos vínculos, el aumento de estos tipos de relacionamiento donde se encuentra la relación entre opresor (quien emite el comportamiento hostil) y oprimido (quien recibe la acción) en el ámbito de la sexualidad.

Bajo la lógica capitalista, los usuarios de esta red social se han visto obligados a llevar procesos de *adaptación* propios de estas relaciones de intercambio, debido al auge significativo del desarrollo tecnológico en las últimas décadas. Tinder como herramienta de conexión personal y humana, propende por un espacio donde los usuarios obtengan el beneficio de relacionarse, estar en tendencia y conocer gente a través de la aplicación.

SEXUALIDAD Y TINDER

“...pero después uno siente como la necesidad de volverla a instalar porque la conoce, se ha adaptado uno ya a la aplicación y vuelve a ser chévere estar en ella, ver que personas nuevas hay y todo eso, porque uno siempre ve a los mismos gurres de siempre.”
AC1_H_19_ESE. Línea 589-591.

“...es más que depender de la aplicación, pues yo lo veo más como formas de poder conocer gente, y también entra a jugar que pues debemos adaptarnos a las nuevas tecnologías ¿no?”
AC6_M_23_ESE. Línea 543-545

“...una persona no puede propender aislarse de estas cosas, siento que es complejo no estar actualizado a las cosas que se encuentran en tendencia, es como jugar con lo que se encuentra en auge, lo que todos usan y pues uno se va adaptando ya...”
AC5_H_22_ESE. Línea 673-675

La adaptación a estos escenarios virtuales puede describirse a partir de lo que plantea Angulo (2022) cuando habla sobre los procesos de adaptabilidad al medio y al tejido social, pues el capitalismo ha causado que todo tipo de relaciones, sobre todo las interpersonales, se vean atravesadas por la visión de oferta y demanda, o pérdida y ganancia. Actualmente, a causa de los avances tecnológicos, se ha reflexionado sobre la exigencia a adaptarse a la satisfacción de necesidades materiales o inmateriales que comprenden la búsqueda de la realización personal a partir de lo que el medio le ofrece a la persona.

En la operatividad de Tinder, esta adaptación parte de la sensación de gusto por la plataforma y los provechos obtenidos a partir de esta, es decir, la vivencia como resultado del uso de la aplicación, se vuelve adaptable ante los ojos del usuario en razón a la satisfacción que obtiene del medio, desconociendo que compromete su valor humano al inmiscuirse en esta dinámica de explotación.

Es de esta manera y como se ha descrito anteriormente que la adaptación, la explotación y la posibilidad de intercambiar bienes, se encuentran directamente relacionadas con los beneficios que los internautas le atribuyen a las “Love Apps”. Los usuarios estiman que estas sí pueden ofrecer un beneficio para sus usuarios siempre y cuando se conozcan los motivos de uso y las

SEXUALIDAD Y TINDER

necesidades que esperan satisfacer al interior de la plataforma. Entre estos *beneficios* se encuentran el poder encontrar pareja, hacer amigos, conectar con gente de otras partes, reforzar habilidades comunicativas e incluso reflexionar en torno a los gustos e interés propios.

“...a ver qué más, la aplicación es buena porque pues ahí conocí a mi primer y único novio, entonces digamos que de cierto modo sí es un buen lugar de tal vez que ha estado relegado a este tipo de relaciones.” AC2_H_21_ESE. Línea 564-566

“...Yo creo que sí. Porque, pues la aplicación va de cierto modo también con un proceso de aprendizaje muy interior en cuanto a descubrir: ¿Qué es lo que me gusta? ¿qué es lo que no? ¿Qué tipo de hombres me atraen? entonces, como que si me permitió tener un proceso entre la aplicación y que me doy cuenta de que es lo que me gusta, que es lo que ya no me gusta.” AC2_H_21_ESE. Línea 492-494

“...Quise explorar un poco el hecho de conocer personas y pues creo que Tinder era como la opción más normal que podía cómo usar en el momento. Entonces sí, así fue. Fue el tema de interactuar con personas, dado que hace tiempo estaba muy dedicado solo a mi trabajo.” AC3_H_24_ESE. Línea 522-524

“...las personas pueden tener su propio criterio y pueden sentir que sí tiene algún beneficio, por ejemplo, cuando las personas tienen problemas para comunicarse de forma verbal o de relacionarse personalmente con alguien, creería que puede ser un beneficio para las personas y para romper un poco el hielo, empezar a poder conversar normal con alguien, poder hablar, eh, cuando no tienen la de pronto la habilidad o la característica de poder hacerlo verbalmente o de tener un contacto personal con alguien, entonces sí, pero es subjetivo, a mí en temas de beneficios no puede hablar de beneficios porque no tengo ninguno.” AC3_H_24_ESE. Línea 767-772

Para Bourdieu (1988), las relaciones sociales que se establezcan en cualquier ámbito, traen consigo el recurso del capital social, es decir, que pueda representar una red de beneficios para quienes son partícipes en esta estructura social. En ese orden de ideas, percibiendo a Tinder como un espacio social donde se construyen vínculos de cualquier índole; generalmente estos beneficios serán subjetivos teniendo en cuenta el rol que cada usuario ocupa en la dinámica de la aplicación.

“puede ser que dentro de la aplicación puedas conocer una persona no solo para entablar relaciones sentimentales, relación de pareja, sino de relaciones de amistad también en algún momento, si en algún momento abrí la aplicación fue para eso, no estaba buscando tener una relación sentimental, sino relacionarme, conocer gente, soy una persona muy

SEXUALIDAD Y TINDER

sociable y creo que esa sería la ventaja como de poder explorar y conocer gente.”
AC3_H_24_ESE. Línea 421-425

“...pues para mí las ventajas son como te decía poder socializar con personas y que de cierta forma te quita el aburrimiento porque al menos vas a gastar tiempo buscando tus mejores fotos y colgándolas, poniendo la descripción de tu perfil y esas vainas...”
AC1_H_19_ESE. Línea 245-246

Es así como a partir de lo planteado por Bourdieu (1988) podría afirmarse que el usuario de Tinder, percibe los beneficios de la App a partir de la dinámica del consumo humano a gran escala, es decir, no se trata de una ventaja objetiva y exclusiva para todos los nativos digitales, pues, el provecho obtenido se configura de manera individual a partir del motivo por el cual se utiliza la plataforma.

En contraste a lo anteriormente expuesto, la vivencia del ejercicio de la sexualidad a través de Tinder se constituye de igual forma por las **desventajas** que de manera subjetiva los usuarios han resaltado en el discurso abrazador de la experiencia tanto individual como compartida con los demás sujetos al interior de la dinámica. Estas percepciones sobre inconveniencias derivadas del uso de la aplicación se hallan relacionadas con el no conocer realmente a los demás usuarios, es decir, identificar una imagen errónea y los prejuicios que las personas no usuarias de Tinder tienen sobre los sujetos que sí hacen parte de la comunidad; a su vez, existe una tendencia a definir las desventajas a partir de la superficialidad presente en la operación de la App.

“...ya si hablamos de desventajas mmm puedes encontrarte con personas totalmente desagradables o incluso es no saber con qué persona te encontrarás, nunca vas a saber si estás hablando (,) con una persona normal o con un psicópata, o pues...ay otra desventaja es que te puedes devolver muy dependiente a todo lo que la aplicación causa en ti, ya sean cosas buenas o malas.” **AC1_H_19_ESE. Línea 497-501**

“...cómo me siento de cierto modo, siempre expuesto siempre a la espera del que dirán. Pero pues, pues lo que pasa también es que tengo un problema con eso, en cuanto a la superficialidad.” **AC2_H_21_ESE. Línea 367-368**

SEXUALIDAD Y TINDER

“...las desventajas son muchas para mí, eh. Primero, no a mí no me gusta catalogar ni que me cataloguen por una imagen. Inicialmente, inclusive con un tiempo de estar conversando con alguien, lo único que ofrece Tinder en temas visuales son imágenes y fotos, siento que sí se despersonaliza a los seres humanos, en una aplicación de estas, se vuelve casi como si no tuviéramos ni alma, ni sentimientos ni nada, solamente es como si fuéramos una máquina.”

AC3_H_24_ESE. Línea 545-549

“...y las desventajas también para mí es que la gente cae mucho en esa influencia de poder dar un concepto o un criterio de alguien únicamente por las imágenes o fotos que en realidad al final tienden a no mostrar mucho la realidad de las personas, entonces creo que sí tiene muchas desventajas la aplicación.”

AC6_M_23_ESE. Línea 564-567

Lo enunciado por los navegantes de Tinder se fundamenta a través de lo planteado por Caldevilla (2010) quien manifiesta que el surgimiento de estas nuevas formas de conexión e interacción representan una amenaza a la privacidad e intimidad de los usuarios al no percibir más allá de un perfil digital y posiblemente distorsionado; siendo una gran desventaja del uso de este tipo de redes de comunicación, la falsificación de la identidad y el individualismo representativo en la sociabilidad en las redes sociales y aplicaciones para citas. Se trata de una *percepción normalizada* acerca del no saber que podría hallarse dentro de la plataforma, además de la descalificación personal por los *prejuicios* a primera vista sobre los perfiles de los demás usuarios, lo cual termina por mecanizar la dinámica en la que fluyen las diferentes vivencias.

En consonancia, la prolongada mecanización de la operatividad de Tinder, es una de las principales causas de la sensación de *aburrimiento* en la vivencia obtenida mediante la App, pues los navegantes de la plataforma manifiestan sentirse esporádicamente hastiados de lo que encuentran en el medio, aludiendo a la falta de novedades, encontrar a las mismas personas y tener las mismas conversaciones; sin embargo, el sentimiento va más allá de eliminar la aplicación, pues en su mayoría vuelven a instalarla pasados los días o semanas.

SEXUALIDAD Y TINDER

“...sí la he dejado de utilizar, pero como por semanas, porque a veces me aburro y la desinstalo del celular, pero no elimino la cuenta porque yo sé que después la voy a volver a instalar.” AC5_H_22_ESE. Línea 345-347

“...pues sí me parece algo común incluso con mis amigos es algo que todos hacemos, como que un día estamos chill (-) en la app, pero nos aburrimos y es como “ahs, la voy a eliminar”.” AC2_H_21_ESE. Línea 401-402

“...realmente en su mayoría ha sido positiva, he podido hacer varios amigos, conocer gente y tener conversaciones con gente muy agradable; sin embargo, como te digo, la aplicación a veces aburre, de ver siempre a las mismas personas, que son las que están buscando sexo, o piensan que la aplicación es únicamente para eso.” AC1_H_19_ESE. Línea 344-347

“...pues ahora que lo pienso sí he pasado por momentos incómodos, pero no como para tener la idea de dejar de utilizar la aplicación, como te digo es más por aburrimiento y eso que la dejo de utilizar y vuelvo a descargarla.” AC4_M_22_ESE. Línea 376-377

“...dado que la usado en 3 ocasiones y de forma intermitente, la verdad, la experiencia entre una y otra con 3 de diferencia, la verdad no ha sido diferente. Ha sido la misma. La experiencia no es para mí, no es nada novedosa. Eh siento que después de 3 años lo que se llega a encontrar en temas de personas sigue siendo igual, las mismas preguntas, los mismos temas, o sea no fue nada novedoso, por tal motivo, la use como una semana y decidí volver a dejar de usarla.” AC3_H_24_ESE. Línea 457-461

El aburrimiento es un sentimiento profundamente relacionado con la corriente capitalista y Marx (1993/2001) en sus manuscritos, nos regala la idea acerca de cómo el capitalismo crea nuevos objetos de consumo y los hace pasar como pasatiempos, que, para el caso serían las aplicaciones para citas; no obstante, el autor tiende a alimentar que la máxima moral del sistema capitalista es la ganancia, puesto que las acciones que resulten inútiles o no generen algún tipo de bien, no podría calificarse como productivas. En ese sentido, podría decirse que el aburrimiento vivenciado por los usuarios de Tinder se debe a la tendencia de consumo desenfrenado, que hace de los internautas una pieza clave para la productividad individual en la aplicación, es decir, cuando el sujeto adentrado en la dinámica, no obtiene de esta lo que espera, tiende a sentirse vacío y opta por descartar lo que hace, aunque vuelva a recaer en el círculo de consumo y vuelva a la aplicación con otras intenciones, teniendo en cuenta que estas varían según el usuario o el tiempo.

SEXUALIDAD Y TINDER

A manera de conclusión, las valoraciones subjetivas que realizan los usuarios de Tinder en relación con su vivencia al interior del medio virtual, recaen principalmente en los beneficios que se obtiene a partir del uso de la aplicación, donde resaltan la posibilidad de interactuar con diferentes personas y el establecimiento de vínculos en razón a los intereses individuales, permitiendo al individuo adaptarse a las nuevas formas de comunicación e interacción a través de la influencia social. No obstante, en el proceso pueden desarrollarse situaciones que ponen en duda el querer seguir en la aplicación como el sentimiento de aburrimiento y la explotación del cuerpo, derivadas de la cultural hegemónica del capitalismo.

5.2 La influencia de la aplicación en la construcción de la imagen: *un patrón estético.*

La influencia que ejerce la aplicación sobre la forma en la que los usuarios construyen su imagen, se analizó a partir de los patrones y exigencias estéticas inmersas dentro del capitalismo. Se evidencia algunas alteraciones que repercuten en el grado de autoestima de manera positiva y negativa; estos aspectos se encuentran asociados al dualismo icónico que parte de lo que la persona muestra (imagen virtual) y lo que esta realmente es (imagen de cristal). En ese orden de ideas, la apariencia se relaciona estrechamente con los elementos inmersos en una foto llamativa, concebida desde los aspectos físicos como rostro y cuerpo, maximizando los estereotipos estéticos impuestos por la sociedad. Además, dentro de estos aspectos influye la demostración implícita o explícita del capital cultural y económico que posee una persona usuaria de Tinder (Ver Apéndice H).

La imagen virtual que expresan los usuarios de Tinder, es el mecanismo elegido para alcanzar la aceptación social y por ende, el aumento de la autoestima en estos espacios digitales donde las personas son valoradas con base en lo que aportan y los demás perciben físicamente; lo anterior, puede generar algunos efectos en la *autoestima* de los usuarios que para el caso de Tinder, esperar ser apreciado por otra persona a través de la validación física, puede generar malestar

SEXUALIDAD Y TINDER

respecto a cómo se perciben así mismos y cómo esperan ser percibidos por los demás; esto, con el propósito de hallar aceptación social en la plataforma, guiándose por lo que las personas deciden exhibir en sus perfiles. En casos extremos, como se mencionará más adelante, esta necesidad de aprobación social, puede desencadenar una dependencia hacia la aplicación y hacia lo que esta permite; tanto en la posición que da como usuario y el sentimiento propio de aceptación.

"...en ese tiempo me sentía como más, con la autoestima más alta, pero era eso como de que estaba más valorado por alguien más que por mí mismo" AC2_H_21_ESE Línea 86-87.

"...lo empecé a buscar como por un momento de cómo algo que donde me sintiera aceptado, como donde eh, algo que me podría subir el autoestima, sí como que en ese momento yo sentía que al comienzo de que utilizaba la aplicación yo sentía que tenía el autoestima muy alta o algo así, o sea me sentía muy bien, pero ese me sentía muy bien era respecto a lo que otras pensaban de mí" AC2_H_21_ESE Línea 532-536.

"...sí hay muchas personas que se afectan al no recibir la aceptación que se busca en Tinder, porque para mí de verdad cuando se utiliza Tinder es para eso, para como saciar esa aceptación que uno desea tener de las demás personas. Entonces yo diría que sí está un poquito mal esa aplicación" AC4_M_22_ESE Línea 934-937.

"...yo me esfuerzo por tomarme fotos y tener fotos lindas y producidas en mi perfil, porque quiero que me vean bien, quiero que vean que soy atractivo y es porque en esa aplicación la mayoría de los perfiles tienen fotos lindas, porque saben cómo se mueven las personas en este medio y es porque simplemente te ves lindo en una foto y ya." AC5_H_22_ESE. Línea 635-639

"...incluso a veces me siento demasiado bien cuando los manes me hacen cumplidos y eso, pues realmente me considero una persona atractiva físicamente entonces, pues hago match con muchos manes y me hablan y siempre me dicen que soy lindo, entonces de alguna manera siempre está ayudándome con mi autoestima, pero también uno a veces se vuelve muy dependiente de lo que las personas allí dicen de uno ya sea algo malo o bueno...y pues sí, es eso." AC1_H_19_ESE. Línea 587-591

"...pero algo que sí ha causado en mí es la constante comparación con los demás y a veces sí es un poco torturante preguntarse por qué los demás sí y yo no, por qué no puedo tener un cuerpo lindo o hegemónico, entonces sí la ha influenciado, pero en términos comparativos hacia los demás." AC6_M_23_ESE. Línea 734-737

SEXUALIDAD Y TINDER

La autoestima bajo el régimen que facilitan las aplicaciones para citas como Tinder, puede concebirse a partir de las dimensiones que plantean Haeussler y Milicic (1995) entre las cuales destacan la dimensión física y la afectiva. De esta manera, la parte física se encuentra relacionada con el cuerpo en cuanto a la aceptación y satisfacción que se tenga sobre este, y a su vez, la dimensión afectiva alude a la aprobación que se espera recibir cuando se consolida algún tipo de vínculo, por ello, Acosta y Hernández (2004) señalan que la autoestima se ve influenciada de manera positiva y negativa por el comportamiento de terceros.

En ese orden de ideas, la necesidad por sentirse aceptado puede crear conductas de adicción y dependencia controladas por reforzadores en primera instancia positivos, generados por el placer y la satisfacción, pero cuando se trasciende a la necesidad y alivio de malestares emocionales, los reforzadores pasan a ser negativos (Echeburúa y Corral, 2010). No obstante, en la lógica del capitalismo, las clases dominantes son quienes históricamente han controlado las ideas, valores y representaciones socialmente aceptables, influyendo simbólicamente en la construcción de una imagen favorable a los ojos de los demás sujetos y desconociendo la reproducción e influencia de las relaciones de poder y explotación.

Principalmente la imagen que construyen los internautas de las aplicaciones para citas, comprende una dualidad entre los factores que anteriormente se mencionaron: ***la imagen de cristal y la imagen virtual***. Dentro de su relato, los usuarios explican que prefieren no exhibirse de manera auténtica hacia los demás cuando se están efectuando los primeros acercamientos, por ello, eligen ocultar u omitir ciertos aspectos de su personalidad que no consideran llamativos ante la percepción de los demás usuarios en relación con las demandas de imágenes estereotipadas, cuyo interés es la aceptación y atracción; a pesar de ello, se resalta el valor otorgado a la espontaneidad y el nivel de realidad con el que las personas se muestran en este medio.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...me gusta que sea muy transparente o sea que no sea de hablar muy, que uno vea como que, y por qué me está hablando así, tal vez de una manera superficial, como de pronto a querer mostrar algo que no es o simplemente para querer llamar la atención, comportarse o hablar de cierta manera, entonces no." AC2_H_21_ESE Línea 371-373.

"...siento que puede ser complicado enseñarle quien uno es realmente a otra persona por la aplicación, como que es mejor reservarse un poco y poner en juego lo que la otra persona quiere ver en uno, por supuesto, siempre y cuando haya atracción, si no pa' qué (-)." AC4_M_22_ESE. Línea 411-413

"...uno a veces quiere aparentar o como que realmente a uno le gustó algo, entonces uno como que dice, "ush, no" porque pues tampoco voy a ser tan yo." AC5_H_22_ESE Línea 355-358.

Es evidente la forma en la que los sujetos buscan moldear su personalidad o como se exhiben en el medio para encajar bajo los intereses de otro, llegando a asumir prácticas o gustos ajenos a su verdadero yo, lo cual simula un cambio en el actuar, tal cual lo expresan Cornejo y Lourdes (2011). Los usuarios divergen en su construcción pública del yo mediante una interacción virtual atravesada por el proceso implícito de hallar intereses y sentimientos que puedan compartirse y de esta manera, crear lazos de confianza o intimidad.

Esta autoconstrucción se encuentra relacionada con la mencionada dualidad entre lo que la persona decide enseñar de sí misma y lo que realmente la compone en su ser, o lo que también puede conocerse según Groys (2014) como *imagen de cristal*, entendiéndola como aquella imagen transparente que permite ver más allá de lo enseñado en una foto de perfil y *la imagen virtual* que alude a lo que el usuario de manera voluntaria exterioriza cumpliendo con los patrones estéticos fijados de forma imponente y dominante. Lo anterior conlleva a la consolidación de vínculos inestables basados en la idealización prometedora y característica del capitalismo, más no en la realidad propia de los sujetos, debido a que no existe un equilibrio entre lo que la persona enseña y es realmente.

SEXUALIDAD Y TINDER

Es por lo anterior, que los usuarios se preocupan por crear un perfil basado en los requerimientos necesarios para capturar la atención de los demás sujetos en la plataforma. De esta manera, la elección de fotos para colgar, constituye un proceso temido y complejo los ojos de los navegantes, debido a que las fotografías elegidas deben poseer un calificativo alto en la escala de lo “estéticamente agradable”, es decir, deben ser *fotos llamativas* que implícitamente generen pensamientos o sensaciones positivas hacia la apariencia física de la persona que termina por configurar la aceptación del yo. En algunas ocasiones, las fotos surgen de manera espontánea y no requiere un proceso largo de producción, ni de múltiples disparos fotográficos, pues simplemente se requiere suscitar y proyectar aquello que podría agradarle a los demás.

"yo subo mi mejor foto, entonces la foto en la que yo sienta que me veo mejor, y qué me guste más" AC2_H_21_ESE. Línea 138-139.

"No, no ((risas)) mis fotos si son en mi casa, porque a pesar de que yo soy muy fotogénico y eso, pero no sé, o sea, como que me tomo una foto frente al espejo, esa me gustó, la subo y ya ((risas))" AC6_M_23_ESE. Línea 1875-1877

"...es una foto en la que te veías bien, que se te vea la cara, ojalá se vea todo tu cuerpo, es decir, que sea un foto de cuerpo completo...mmm, ah bueno, algo importante también es que la foto no tenga mucha edición, o sea pueden editarse las fotos siempre y cuando no parezcas irreal o incluso otra persona, también, es fundamental que la foto haya sido tomada en un espacio lindo y agradable, algo que llame la atención, puede ser en un paisaje lindo, un restaurante o en la calle, no importa mientras los colores y cosas se articulen todo puede salir bien." AC1_H_19_ESE. Línea 1222-1228

"...sí siento que deben subirse fotos en donde enseñes lo mejor que tienes, entonces pues algunas personas pueden también interpretar la aplicación como un medio virtual a través del cual pueden conseguirse citas o encuentros sexuales casuales, entonces no siento que sea algo de la aplicación como tal sino algo propio de las personas que hacen uso de Tinder." AC5_H_22_ESE. Línea 945-949

La belleza, la representación social, el espacio y la composición de la imagen, corresponden a elementos decisivos del discurso de atracción, que se encuentran implícitos al momento de darle like a una persona, pues desde la dinámica que ofrece Tinder, la persona es calificada o valorada por las imágenes o fotografías que sube a su perfil. Hakim (2012)

SEXUALIDAD Y TINDER

complementaría esta idea al mencionar que los usuarios acuden a cierta impresión positiva de las personas de acuerdo con la ropa, cabello, accesorios y actitudes a propósito de ganarse un puesto en el mercado. Los usuarios tienen en mente cuáles son los atractivos físicos que captan la atención y saben qué parte de su cuerpo denota mayor atracción. Por eso, en concordancia con LeFebvre (2017), los usuarios emplean estas metodologías para “venderse a sí mismos” a través de una imagen ideal que resulte atrayente desde lo eróticamente deseable, ellos desde este mecanismo se impulsan con facilidad, puesto que la idea es resaltar dentro del mercado de relaciones, coincidiendo con el imaginario sociocultural expresado a través de la frase: “el que no muestra no vende.”

Los usuarios recalcan la existencia de **estereotipos estéticos** en la manera que Tinder opera y sincrónicamente ofrece un espacio para asignar etiquetas a las personas, encasillándolos y adjudicándoles calificativos como aceptable, feo, lindo, horrible, rico, entre otras. En términos de superficialidad, los navegantes reconocen y evocan sentimientos de culpa al reconocer su participación en esta dinámica, evidenciando en su discurso el imperante de la belleza y causando la despersonalización del individuo.

"...NO, no en realidad a veces me da -como golpe de pecho- conmigo misma porque siento que está bastante mal encasillar a la gente entre sí es linda o no es linda; eso es como un conflicto interno que siempre he tenido yo porque a mí me parece que cada uno es lindo o linda a su manera" AC4_M_22_ESE. Línea 902-905.

"...sí pues generalmente sí, porque mis amigos son muy de hacer comentarios de “ay es que usted como pretende estar con alguien así” como que uno es insuficiente para la persona que uno siente que es lindo. Hacen comentarios tipo: “ay es que es un 10 y usted es un 5”, entonces como que eso no me parece, pero sí tengo varios amigos que hacen comentarios así refiriéndose a que uno no es capaz de estar con alguien porque supuestamente es más lindo que uno." AC1_H_19_ESE. Línea 919-924.

"...si tuviera que hablarte de uno de los que tengo más presentes es que la gente nunca va a estar conforme con su aspecto ni con el de los demás, porque honestamente te puedo

SEXUALIDAD Y TINDER

decir que la aplicación me ha vuelto una persona sumamente superficial conmigo mismo y con los demás.” AC1_H_19_ESE. Línea 602-605

“...no me gustan las personas que se ven que son poco agradadas, o no me gusta el aspecto que transmiten a través de las fotos y digo a través de las fotos porque soy consciente de que uno no siempre se ve igual en personas que en las fotos.” AC5_H_22_ESE. Línea 869-871

“...TOTALMENTE, o sea creo que es algo que te he podido haber dicho en algún momento las fotos son la primera impresión que los demás en el medio pueden tener de ti, o sea, si te ves bien o lindo en la foto claramente la gente te va a dar like y siento que es algo que ni tiene ni necesita explicación, es decir, es más común que un perfil con buenas fotos tenga más likes o matches.” AC6_M_23_ESE. Línea 1423-1426

“...si no te ves bien en tus fotos o eres lindo, no le vas a gustar a nadie, así funciona el mundo, solo eres deseado si realmente te desean y siento que, aunque suene mal, eso también es un trabajo tuyo, o sea puedes ser agraciado físicamente o no, pero el tener buenas fotos en tu perfil es algo que no únicamente depende de que tan lindo eres.” AC2_H_21_ESE. Línea 1324-1327

“...claro, o sea de por sí es algo que pienso que todos ya saben, que en esa aplicación solo tiene éxito la gente linda, las personas que se ven bien y enseñan mucho.” AC3_H_24_ESE. Línea 1121-1122

Encasillar a una persona en si es atractiva físicamente o no, es basarse en un prototipo de belleza compuesto por rasgos faciales atractivos, es decir, aquellos que se relacionan con los estereotipos de belleza vendidos en los medios de comunicación como las redes sociales. Por lo tanto, las personas que salen de este modelo de esteticidad, no son aceptadas para generar ningún tipo de vinculo (Cortés, et al., 2016), repercutiendo en la distorsión de una imagen agradable del yo, volviendo a las personas prisioneras de la opinión y halagos del otro, pues la interacción se mediría por la cantidad de likes y reacciones.

Con relación a lo anterior, la demostración del capital *económico* y *cultural*, es un fenómeno que aparece en la narrativa de los internautas, puesto que se identificó la fuerte tendencia que tienen los sujetos a mostrarse a sí mismos en lugares atractivos que muestren un alto *estatus* y den cuenta del rol que desempeñan en la sociedad.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...mm, sí claro (.) sí, o sea realmente es muy importante, eh (1.0), yo realmente no estaría con alguien que no trabaja, ni estudia, ni tiene metas en la vida." AC1_H_19_ESE Línea 308-310

"...y de cierta manera también es importante salir con alguien que tenga estabilidad económica, o sea suena feo decirlo, pero, sí es así. O sea, yo chimbeo (-) mucho con mis amigos que yo no saldría con alguien pobre □, pero pues es chimbeando (-) pero si realmente uno lo piensa, siento que tendría que haber una estabilidad económica para que de pronto funcionaran las cosas." AC2_H_21_ESE_Línea 310-313.

"...del 100% por ahí el 60% o el 70% sube fotos de otros lugares, o que se vean super bien, o mostrando cosas." AC6_M_23_ESE_Línea 1790-1792.

"...pues no sé, me parece chévere ver perfiles donde la persona tenga fotos viajando en países, o sea, no sé, me llama mucho la atención una persona que haya viajado, conozca lugares, eso quiere decir implícitamente que tiene dinero." AC5_H_22_ESE. Línea 1645-1647

Bourdieu (1998) entiende a las fotografías como la herramienta ideal por la cual se puede aumentar el prestigio y hacerse mayormente consumible por el público; viéndose la influencia de los valores sobre clase y los estilos de vida que Sautu (2016) plantea. La auto representación de los perfiles contribuye a lo que autores como Lipovetsky (2002) llama la hiper inversión en el yo, la cual se caracteriza por una persecución del placer desde una lógica individualista que aspira a conseguir un mayor estatus en la sociedad, engendrando un formidable empuje narcisista de la personalidad.

Por tanto, en relación con el tema de estudio, se identifica que el fenómeno expuesto, ocurre en muchos otros aspectos de la vida cotidiana a través de las sociedad del hiperconsumo, especialmente materializándose en estos escenarios virtuales que ponen al ser humano en la cúspide el consumo, por ejemplo: la inversión realizada sobre la apariencia física como las cirugías estéticas, los diseños de sonrisa, maquillaje y la moda. Respecto al capital cultural involucra una serie de estrategias relacionadas con los consumos culturales que los clientes de estas aplicaciones, eligen para presentarse ante los demás sujetos; comprendiendo desde la formación académica,

SEXUALIDAD Y TINDER

hasta los gustos personales como la música, cine, comida entre otras cosas que comprenden el acervo cultural de una persona (Linne y Fernández, 2019).

En síntesis, se puede afirmar a partir de la percepción de los individuos al interior de las aplicaciones para citas, que el demostrar una capacidad económica puede ser sinónimo de una estabilidad; posibilitando el acceso a bienes, hacienda y patrimonio. Esta posesión de bienes influye de manera indirecta en el ascenso social y en las oportunidades de consumir más, cumpliendo con el objetivo de acumulación de capital, donde desde el estatus social, las personas tienen mayor oportunidad de conectar con otras personas mediante la demostración del capital cultural, en la cual se proyecta una visión positiva de sí mismo.

De esta manera, puede concluirse que Tinder como escenario hegemónico de las relaciones interpersonales, influye directa e indirectamente en la construcción de una imagen digital que trasciende a aspectos relacionados con la personalidad, el autoconcepto y la autoestima. Los patrones estéticos que se manejan al interior de la aplicación determinan el sentimiento de aceptación a nivel personal y colectivo, pues son los demás usuarios de la plataforma quienes brindan el hecho social de la aprobación siempre y cuando se cumpla con los estándares de lo que socialmente se concibe como atractivo o llamativo.

5.3 Los componentes de la interacción: *formas de mercantilizar las relaciones personales.*

Los tipos de interacción que se tejen al interior de la aplicación se identificaron a partir de los elementos presentes al momento de interactuar o establecer un acercamiento, se realizó especial énfasis en los patrones de comportamiento que median la comunicación dentro de Tinder. Generalmente, esta interacción se encuentra mediada por los motivos de uso de la aplicación, los cuales son sexuales, amorosos o sociales y se encuentran asociados a las necesidades que puedan

SEXUALIDAD Y TINDER

satisfacerse mediante el escenario virtual. Otro de los efectos evidenciados en esta red social, es el acoso sexual que suele darse a través de insinuaciones sexuales pertenecientes al mercado del sexo; pues se haya una predominancia hacia la conformación de vínculos informales y estrategias de acercamiento donde convergen aspectos como la creatividad, iniciativa y halagos dentro de las habilidades comunicativas propias de los usuarios como medio para entablar interacciones. Finalmente, se tienden a la adulación de la otra persona mientras se satisfacen las necesidades, lo cual genera una dependencia emocional hacia la aplicación y a las personas que se encuentran allí (Ver Apéndice I).

Al indagar acerca de los *motivos para descargar la aplicación*, los usuarios destacaron intereses sociales, sexuales y amorosos, pues reconocen este espacio virtual como una oportunidad para conocer nuevas personas, entablar amistades, consolidar relaciones formales o informales y acordar encuentros sexuales.

“...pues eso, la verdad nunca he tenido sexo con alguien de Tinder, pero siento que si en algún momento quisiera sería algo fácil de conseguir.” AC1_H_19_ESE. Línea 273-274

“...uno hasta a veces quiere casarse, pero pues otras veces uno simplemente quiere tener sexo, y es completamente normal.” AC3_H_24_ESE. Línea 456-457

“...para conocer personas, y crear amistades, o tener pareja, puede variar mucho, ya depende de lo que la persona en general esté buscando en la aplicación, yo creo que es mitad y mitad” AC4_M_22_ESE. Línea 623-624

A través de esta categoría emergente, se deduce lo que Doncel y Morales (2019) denominan principio de sociabilidad, en el cual se enmarca una diversidad de intereses, que, para el caso de la interacción dentro de Tinder, los usuarios pueden encontrar un sin número de oportunidades que satisfacen este factor, independientemente de la razón o intencionalidad que los lleve a usar la aplicación.

SEXUALIDAD Y TINDER

De igual manera, se infiere que los motivos de uso pueden ser cambiantes y flexibles durante la estadía en la plataforma, debido a la comodidad que ofrece el medio para no encasillar a los intereses de las personas quienes la usan, puede pasarse de buscar sexo casual a relaciones formales de pareja o amistad, lo cual puede entenderse como un facilitador del proceso de

Estos motivos pueden materializarse en las *necesidades* que tienen los usuarios al momento de interactuar con otras personas, como, por ejemplo: necesidades afectivas, sexuales, sociales entre otras.

"...tal vez como la emocional, de cierto modo como que llega a aliviar eso, pues uno si busca también es porque quiere algo, entonces también ese sentido emocional, o también simplemente es como querer a alguien con quien hablar diferente al círculo social de uno o conocer nuevas personas, eso es muy importante, y (,) pues también como la parte sexual, ¿no?" AC4_M_22_ESE. Líneas 563-565.

"...lo hago, de estar pendiente de la otra persona, (,) incluso pues a este punto como que poder poner encima lo que yo quiero a lo que quiere la otra persona, pero ya en más ámbito de relación" AC1_H_19_ESE. Líneas 553-558.

"...(UY) yo digo que muchas veces la aceptación por parte de las otras personas, porque ahí es bastante fácil buscar aceptación " AC2_H_21_ESE. Líneas 884-885.

Como se mencionó, estas necesidades satisfechas por Tinder, se originan desde intereses individuales que denotan un sentimiento de vacío, el cual conduce a la búsqueda de la satisfacción del consumo exclusivo de lo que cada individuo puede ofrecer. Lo anterior, bajo una lógica de mercado donde se deja a un lado el colectivismo y se abre paso al individualismo junto a relaciones egoístas con tendencias hedónicas. A partir de su experiencia, los usuarios identificaron que tras los efectos de la interacción dentro de la aplicación, surgieron consecuencias como el desarrollo de la *dependencia emocional* que genera estar en la misma, a causa del reforzamiento positivo hacia la autoestima a través de halagos que denotan aceptación por su apariencia física.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...bueno (=) pues no sé, de cierto modo como que sí genera una dependencia, o sea obviamente a mí me encantaba que me escribieran "que qué lindo estaba" "
AC1_H_19_ESE Línea 82-83

"...estar en la aplicación de cierta manera, lo empecé a buscar como por un momento de como algo donde me sintiera aceptado, como donde eh, algo que me podría subir la autoestima" AC1_H_19_ESE Línea 531-532

Ante la intensificación de los estándares estéticos ideales en este tipo de aplicaciones que causan inseguridades en las personas, el usuario de Tinder consigue esta satisfacción emocional al saber que es atractivo ante los ojos del consumo; sin embargo, se trata de un comportamiento que puede transformarse en una conducta adictiva, entendiéndolo desde Echeburúa y Corral (2010) como una adicción ante lo que significa conseguir un match, o la impotencia que genera la ausencia de coincidencias o los encuentros insatisfactorios.

Como se mencionó anteriormente, uno de los fenómenos emergentes a través de la interacción dentro de esta aplicación, es el *mercado del sexo*, el cual puede entenderse a partir de los encuentros casuales y sexuales consensuados, como si la interacción se tratase de prestar un servicio sexo afectivo, de compañía y placer fugaz sin necesariamente alcanzar un vínculo comprometedor. Usualmente, estos encuentros no requieren de largas conversaciones o de periodos extendidos de interacción debido a que se forjan de manera explícita y en un lapso considerablemente corto de comunicación.

"...o sea, uno va a encontrar digamos "uy me pareció bonito" a ver si me copia, hablamos, vamos y ... hablamos o salimos, y uno entre comillas le mete uno -parla- para llegar al punto de coger con esa persona." AC5_H_22_ESE Línea 1957-1959.

"...Yo tengo un amigo que cuenta bastantes historias donde se encuentra con gente de Tinder; tienen un encuentro casual y ya como que no mantienen contacto tampoco" AC6_M_23_ESE Línea 867-869.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...pero lo demás, lo demás si, era como que: hola, ¿cómo estás? Ta, ta, ta y salía, y hablábamos y luego como que ¿nos vemos a esta hora? Ta, ta, ta y esa era la cita como para satisfacernos y ya." AC5_H_22_ESE Línea 1838-1840.

El mercado del sexo, entendido desde el pensamiento de Pulgar (2019) es una actividad de entretenimiento propia de la lógica capitalista que se refleja en Tinder como la oportunidad de construir vínculos sin la necesidad de establecer compromisos o culpas, anteponiendo de esta manera la satisfacción al formalismo. De manera sincrónica a este fenómeno, surge la idea deconstruida del amor romántico y el nacimiento de nuevas formas de amor bajo la lupa del hedonismo, cuando se promueve la búsqueda de ocio en una variedad de parejas como la posibilidad de autorrealización (Illouz, 2009).

En consonancia, este mercado sexual de relaciones y deseos se materializa desde un capitalismo emocional, que, a partir de la economía y las relaciones de mercado, se entiende como la adquisición, organización y gestión de los sentimientos. Lo anterior, relacionado con la dinámica de asociación e interacción de Tinder, se refleja en la creación de un mercado de emparejamiento en donde se elige a demanda y se consume a gran escala (Pavoni, F. 2018).

En relación con lo anterior, los vínculos de interacción al interior de Tinder tienden a volverse débiles a causa del consumo humano que potencia esta aplicación. Esta fragilidad se expresa por la pérdida del sentido de sociabilidad, pues lo único que interesa es cómo el otro puede brindar una satisfacción momentánea o el rechazo por el no cumplimiento con los estándares de belleza impuestos, se traduce entonces en el rechazo hacia el otro que fácilmente puede expresar mediante un swipe (saltar) para que pase al siguiente y así sucesivamente; de esta manera, se objetiva la dinámica y se considera a Tinder como un catálogo humano, considerando al usuario como un objeto más del mercado.

SEXUALIDAD Y TINDER

En ese orden de ideas, al indagar sobre las percepciones que tienen los usuarios sobre las relaciones que se entablan dentro de esta aplicación de citas, se identifica que, al interior del aplicativo existe una fuerte tendencia hacia la consolidación de *vínculos casuales o informales* sin compromiso, donde edificar relaciones de carácter estable, es una tarea bastante compleja.

“...E: ¿Qué tipo de relaciones buscas? -AC1: normalmente es algo serio, pero, es muy raro que se dé y yo a este punto soy muy consciente de eso, entonces es pues como vamos viendo, la respuesta normal sería como vamos viendo que se da. AC1_HU_19_ESE Línea 480-482.

"...uno sabe que para encontrar algo serio; ahí es jodido. " AC6_HU_24_ESE Línea 1856.

“...sí principalmente el objetivo de Tinder es que las personas consigan pareja estable, pues en realidad no se está cumpliendo el 100 por ciento” AC2_MU_19_ESE Línea 961-964.

En función de lo anterior, autores como Hochschild (2008) plantean el mercantilismo afectivo, cuya intencionalidad es llenar el sentido etimológico de las nuevas formas de interacción o relacionamiento. De esta manera, se puede afirmar que las nuevas conexiones están colonizando diversas esferas de la vida social como los espacios de relacionamiento virtuales que parten de la decisión individual acerca de cómo y cuándo interactuar, teniendo la posibilidad de desaparecer de la vida del otro sin razón justificada.

Al cambiar el tipo de interacción, también cambian las formas de acercarse al otro y dentro de las estrategias de acercamiento empleadas, aparece la *iniciativa*, como uno de los pasos más importantes que el usuario de Tinder debe dar si desea entablar una conversación con otro usuario; siendo un aspecto que hombres heterosexuales consideran más que las mujeres heterosexuales, pues se cree que ellos son quienes deben “dar el primer paso”. En el caso de los hombres homosexuales, no existe este patrón, pues no se manifiesta esta regla como derivación del sexo o el género, dado que la iniciativa puede darse desde ambas partes.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...pues en realidad yo nunca he dado el primer paso de darle like a alguien y que de pronto se del match y yo escribir: "Hola ¿cómo estás?", no, en realidad nunca lo he hecho; pero pues generalmente las personas con la que hago match y me escriben "Hola ¿cómo estás?", ahí como que se entabla la conversación" AC4_M_22_ESE Línea 793-796.

"...a veces espero, espero como 20 minutos, te lo juro ((risas)) espero como 20 minutos, si no me responde digo como que "hola, buenas noches" y ahí si responden eso es de una que responden, como que también esperan, como que están igualitos, como que esperemos que me hable. Entonces, no, yo también respondo, espero 20 minuticos y me escriben pues yo obviamente respondo "hola, cómo estás y ya" pero, casi siempre, básicamente yo hablo." AC5_H_22_ESE Línea 1868-1872.

Esta cosmovisión, concibe al hombre (heterosexual) como aquel que debe mostrar interés y está en la obligación de seducir a la mujer; estas por el contrario se perciben como aquellas que deben evitar mostrar iniciativa, manteniéndose las reglas sociales del amor romántico sobre el cortejo. De esta manera, Korkowsky (2018) plantea que los protocolos relacionados con "dar el primer paso" no ha sido susceptibles de transformación, ya que en la actualidad aún se conserva una expectativa sobre el individuo que deber tener la iniciativa, manteniendo así la responsabilidad en el hombre y haciéndolo cargo de la primera interacción a la hora de comunicarse con una mujer.

Para el caso de los hombres homosexuales, existe una variante en la forma de establecer el primer acercamiento, debido a que ambas partes se encuentran en constante interacción como lo menciona Álvarez (2004), es decir, no se encuentra un patrón fijo sobre quien debe iniciar la interacción, por lo cual, se hace un llamado a la flexibilidad de los estándares preconcebidos con la intención de no coartar la experiencia y la capacidad comunicativa del individuo.

Seguido a lo anterior, surgen las *insinuaciones sexuales* como otra de las estrategias para iniciar las interacciones, ya que dentro del relato de los usuarios de Tinder se evidencia un posible patrón de comportamiento derivado de la persona que inicie la interacción, que por lo general viene acompañado de la petición de fotografías de carácter sexual.

SEXUALIDAD Y TINDER

"...sí me pasó con un muchacho que vivía cerca de donde yo vivía y de una me insinuó que por qué no salíamos, que por qué no iba a la casa de él que él vivía solo, entonces es como cosas que uno ya sabe para donde va." AC6_M_23_ESE Línea 826-830.

"...sí hay muchas personas que están buscando eso como: "hola, ¿cómo estás? ¿qué haces?, no, estoy acostado. Entonces, él cuando dice que estoy acostado, no, que me vas a regalar una fótico que no sé qué; todo eso." AC1_H_19_ESE Línea 1828-1831.

"...o sea sentí que la felicitación era un paso más para preguntarme acerca de mi rol sexual y de alguna forma tornar la situación a algo sexual como si uno fuera simplemente una cosa que pueden tener o simplemente sexualizar." AC4_M_22_ESE Línea 1789-1792.

Aunque el fenómeno del sexting puede ocurrir en cualquier tipo de relación, la mayoría de los jóvenes usuarios de Tinder, recurren a esta práctica como una de las formas de vivir su sexualidad a través de este medio virtual, teniendo en cuenta que esta dinámica consiste en intercambiar material sexual explícito con el propósito de coquetear, tener un encuentro casual o simplemente como mecanismo de interacción de acuerdo con los intereses individuales (Van Ouytsel, Van Gool, Walrave, Ponnet y Peters. 2016). En consonancia, frente al testimonio de los usuarios entrevistados, se identifica que la forma de desarrollo del sexting es progresiva alrededor de comentarios indirectos o implícitos que tengan como finalidad el envío de imágenes que exploren el autoerotismo y el placer mutuo.

Otras de las diversas formas de entablar algún tipo de interacción bastante común y enunciada por los usuarios, son los *halagos*, los cuales se configuran como aspectos de gran relevancia al momento de crear un clima armónico para el primer acercamiento, puesto que permiten cambiar las conversaciones tradicionales y monótonas para transformarlas en pro de fortalecer los mecanismos de atracción entre los usuarios de Tinder.

"...hay personas que de una vez van tirando la liga más fuerte y empiezas como "uy eres muy lindo" o ese tipo de cosas, pero hay otras sí que nada, inician la conversación normal y como que ya cuando se entabla como ehm, más amena la conversación, ya hay más confianza ahí sí como que tú cabello tan chévere o bonita tu sonrisa o eres muy lindo, o

SEXUALIDAD Y TINDER

algo así. Y (,) hay persona como que simplemente nunca hacen un comentario a la parte física, o bueno también entra como comentarios de la parte emocional, como “que chévere o divertido eres, qué inteligente eres” qué pues también son importantes.” **AC1_H_19_ESE Línea 583-589.**

“...sí hay otras personas que entran de diferente manera que es como de “hola me gustaría salir a tomar algo contigo” o “hola, que linda sonrisa” o cosas así diferentes del mismo de siempre hola cómo estás”. AC6_M_23_ESE Línea 801-803.

“...yo voy a contar una anécdota pues que me pasó, yo tenía Tinder y me agrego un señor de unos 36 años y yo quedé como sorprendido y yo dije “uy el -sugar-”, dije así, entonces empezamos a hablar y yo no sé qué, entonces, él me dijo: “a mí me gustan así los pelados, me gustan así -pollitos-, me gustan así peladitos, así acuerpaditos”. AC2_H_21_ESE Línea 1798-1801.

A partir de los relatos, se identifica que hay diversas maneras de expresar un halago, pero una que se da mayormente es el reconocimiento del atractivo físico, el cual comprende la apreciación del capital erótico de la persona. En ese sentido, Hakim (2012) considera que este tipo de cumplidos es una forma de resaltar la belleza, el atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales que evocan sensaciones de atracción hacia las demás personas.

Esta forma de entablar una conversación, puede tener un sentido optimista, donde prima un carácter positivo en la capacidad de complacencia de quien lo emite, es decir, hay una necesidad de reconocer como sexualmente atractivo al otro y también ser reconocido (Pavoni, F. 2018). A su vez, los internautas de Tinder, manifestaron la tendencia a iniciar conversaciones rutinarias y aburridas; debido a ello, surge la demanda de *creatividad* al momento de acercarse de forma espontánea, ya que incitaría a una mayor probabilidad de respuesta, grado de proximidad y vinculación a las personas, liberando de esta manera, las tensiones que suponen un primer contacto u acercamiento.

“...siento que es como para hacerlo sentir a uno más en confianza porque el “hola, como estas” es como muy lejano, en cambio cuando entras como diciendo “ven salgamos a tomar

SEXUALIDAD Y TINDER

algo” es como para darte más confianza y mostrarte un poquito la personalidad de la persona. AC3_H_24_ESE Línea 804-806.

“...hey, que chévere esa foto, ¿dónde es?” entonces pues ahí ya se genera una conversación respecto al tema y se puede seguir hablando. O bueno, no necesariamente, cuando no hay ninguno de estos aspectos, pues ya tus buscas cómo que, “¿qué te gusta hacer?” entonces no sé, me gusta salir a caminar, me gusta el helado, entonces pues “ay, a mí también me encanta el helado, ¿cuál es tu helado favorito?” entonces, pues así inicia uno a generar ese tipo de conversaciones.”AC2_H_21_ESE línea 335-340.

Lo anterior puede ser explicado a partir del entendimiento de Linne y Fernández (2019), quienes determinaron que al momento de hacer match, el usuario de Tinder busca algún dato o información que pudiese emplear como herramienta estratégica para crear algún tipo de conversación, es decir, consiste en construir nuevos temas de conversación que supone un análisis previo ya sea del perfil o de la interacción final, en función de orientar un clima conversacional apropiado y presuntamente atractivo con base en gustos identificados.

Los usuarios estimaron la importancia de poseer habilidades comunicativas como factor principal de atracción, comprendido desde la intención o atención que se le presta a la ortografía o manejar conversaciones fuera de lo común, evitando la monotonía que conduce al aburrimiento. De esta manera, se destaca la preferencia hacia personas que de forma creativa abordan una interacción de manera inusual en contraposición a lo convencional.

“...influye en la manera que escribe, ¿no? O sea, si yo veo que me escribe que con k y así ese tipo yo diría uy no □ ((risa))) o sea no pido así que me escriba con la super ortografía, pero pues sí lo normal. AC2_H_21_ESE Línea 348-350.

“...siento que es bastante incómodo hablar con alguien tipo lo mismo de siempre de “Hola ¿cómo estás?” como que se vuelve aburrido, entonces ese tipo de conversaciones trato de no tenerlas porque me parece un poco aburrido “AC3_H_24_ESE Línea 797-798.

SEXUALIDAD Y TINDER

Analizando lo expuesto, Montero (2008) sostiene que la habilidad de sorprender e improvisar, determinará la capacidad de seducción, por lo tanto, cada usuario de Tinder deberá esmerarse en la intención de mensajes ingeniosos, graciosos y atractivos. El éxito de esta estrategia se mide por la reciprocidad del interlocutor cuando este participe de una forma más activa y positiva cuando la interacción sea amena para ambos usuarios.

En razón a lo anterior, Serrano (2004) afirma que las personas dentro de medios virtuales como Tinder, demandan de competencias en la comunicación en aras de desenvolverse en el medio y poder interpretar el significado subjetivo de cada palabra empleada como ritual base de la seducción. De esta manera, puede concluirse que la simpatía configurada mediante la interacción podría permitir agendar un encuentro con otro usuario, donde el reto comprometería la escucha activa y la expresión de ideas de manera clara, concisa y creativa.

Finalmente, es importante resaltar que los elementos presentes y que median el proceso de interacción al momento de establecer acercamiento y la diversidad de vínculos en la App se caracterizan por ser confluentes al capitalismo, entendiéndolo como eje que atraviesa cualquier tipo de conexión y se materializa desde los motivos por los cuales las personas deciden adentrarse en la dinámica hasta los patrones de comportamiento instaurados bajo la lógica de las relaciones de producción.

6. Conclusiones

SEXUALIDAD Y TINDER

Las aplicaciones para citas como hoy se conocen, son un instrumento tecnológico de conexión mediado por preferencias, gustos e intereses compartidos por sus usuarios. Su utilidad comprende el establecimiento de vínculos sexuales, amistosos e incluso románticos; sin embargo, como en cualquier escenario digital, existen riesgos o desventajas relacionadas con la falsificación de identidad, desconfianza, inseguridad y la exposición a conductas hostiles asociadas a la mercantilización del cuerpo humano.

Desde su creación, Tinder se ha constituido como una de las aplicaciones para citas en auge, debido a la posibilidad que ofrece de vivir la sexualidad en espacios virtuales. Por lo tanto, se evidencia una tendencia a la reconfiguración de las relaciones sociales y las prácticas socioculturales; pues en la actualidad la interacción social se amplía desde los encuentros cara a cara hasta los escenarios digitales. Los vínculos que establecen los usuarios tienden a ser de una naturaleza fugaz y efímera mediada por los intereses individuales, esto debido al clima que suscita la aplicación en donde hay mayor respuesta a una demanda de vínculos sexuales e informales.

La dinámica que se presenta en Tinder está asociada a la lógica del capitalismo donde a partir de el hedonismo, el individualismo, el consumo humano a gran escala, el escoger a demanda y el rechazo sin responsabilidad afectiva; supone una mercantilización de las relaciones y el cuerpo, a causa de la transfiguración que se hace del individuo como un objeto del mercado que ofrece y consume, excluyendo el carácter humano al ser valorado únicamente por su apariencia y lo que vende físicamente. En este sentido, se eternizan normas y calificativos capitalistas, midiendo el éxito por la cantidad de emparejamientos, apariencia física y nivel económico.

La estimación de los usuarios acerca de la influencia de la aplicación sobre la construcción de la imagen, se identifica que la supremacía de esta no solo se rige bajo los escenarios virtuales,

SEXUALIDAD Y TINDER

pues su existencia en otras esferas de la vida social ha contribuido a la creación de espacios donde las altas exigencias estéticas, los aspectos físicos, los elementos de las fotos llamativas, los estereotipos, y las descripciones de las imágenes; fomentan el desarrollo de una competitividad estética guiada por la apariencia. En relación con lo que algunos usuarios proyectan, la autoestima se ve afectada al estar bajo un medio motivado por la exaltación de la belleza, evocando diversos efectos psicológicos asociados con el autoconcepto, partiendo de la búsqueda de una aceptación social que Tinder facilita si se cumple con el modelo de “belleza” impuesto.

Estas dinámicas se evidenciaron a partir del relato de los usuarios respecto a la vivencia en general, los cuales guardan una correspondencia con la experiencia dentro de la aplicación al identificarla como una plataforma que posibilita los encuentros de índole sexual y casual, los cuales contribuyen a una visión mercantilista de las relaciones. Además de diferentes aspectos atribuidos a las sensaciones que evocan de la participación en la dinámica y operación de las aplicaciones para citas como el aburrimiento, la influencia social y la explotación del ser humano visto como un objeto del mercado.

A pesar de lo anterior, usuarios de Tinder poseen una perspectiva positiva en cuanto a la oportunidad que Tinder ofrece en términos de interconectividad, interacción y ampliación del círculo social mediante el establecimiento de vínculos con diferentes personas sin importar la dimensión espaciotemporal.

Desde los diferentes relatos de los usuarios de la aplicación, se construye un discurso acerca de la vivencia de la sexualidad en este siglo; encontrándose fenómenos que se salen de lo instituido culturalmente, para generar nuevas disertaciones emanadas de una perspectiva diferente de expresar el amor, el cuerpo y las diversas formas de relacionamiento. De esta manera, la sexualidad

SEXUALIDAD Y TINDER

como construcción sociocultural supone una libertad para explorar y a su vez una coerción en las formas de vivirla.

Es importante que tener en cuenta que el ejercicio del desarrollo de la sexualidad en los jóvenes bumangueses se ha adaptado a las nuevas formas de interacción en medios virtuales como las aplicaciones para citas, lo cual demuestra que el ámbito de la sexualidad está socialmente construido por el tiempo y espacio en el que se desarrolla. De acuerdo con esto, pueden tejerse diferentes experiencias cargadas de subjetividades correspondientes a la forma de interpretar la vivencia que se obtiene al introducirse en la dinámica de las aplicaciones para citas.

Son estos medios los facilitadores de diferentes aspectos vitales para la comunicación e conexión personal, pero también los que propician situaciones de explotación del cuerpo humano, donde se legitiman prácticas y significados en cuanto al ejercicio de la sexualidad vinculados a las relaciones de producción propias del capitalismo y que históricamente han sido aprendidas, adoptadas y reproducidas a lo largo de la historia tras la industrialización.

Para la presente investigación, el estudio de caso como método elegido fue pertinente al pensarse a cada participante como una unidad de análisis, conociendo y comprendiendo las particularidades de los usuarios de la App, para así distinguir cómo funcionan las partes y las relaciones que conforman el todo. De esta manera, la entrevista semiestructurada, el diario de campo y la técnica “foto palabra” resultaron adecuadas en función de alcanzar los objetivos específicos.

Este estudio implica para la profesión del Trabajo Social, entender las nuevas formas de relacionamiento en una era marcada por la exacerbación de la imagen, la explotación del cuerpo y la mercantilización de las relaciones interpersonales. Lo anterior, se relaciona con los diferentes

SEXUALIDAD Y TINDER

cambios en la estructura social, la afinidad de los sujetos sociales con la tecnología y el surgimiento de imaginarios que finalmente terminan por impactar las diferentes realidades a intervenir. Por esta razón, es fundamental asumir desde el quehacer profesional un ejercicio crítico y reflexivo que aporte alternativas en contraposición al desarrollo del modelo socioeconómico capitalista, en función de recuperar los lazos sociales tejidos alrededor de intereses colectivos y no únicamente desde el plano individualista.

Referencias bibliográficas

Acosta, R. y Hernández, J. (2004). La autoestima en la educación. *Redalyc*. 1, (11), 82-95.

Universidad de Tarapacá. Chile.

SEXUALIDAD Y TINDER

Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación.*, 40, 1-9.

Álvarez, M. D. (2004). Homosexualidad y género. *Cuicuilco*, 11(31), 0.

Angulo Moncayo, N. A. (2022). Biopolítica y control: Las trampas del capitalismo cibernético. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/28113>

Bourdieu, P. (1988). Espacio social y poder simbólico. *Revista de occidente*, (81), 97-119.

Caldevilla, D. (2010). Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33, pp. 45-68.

Cambiasso, M., & Longo, J. (2013). La noción de experiencia en EP Thompson: una propuesta para el análisis de los casos de alimentación y comercio en la posconvertibilidad. *Rey desnudo*, 2(3), 233-256.

Cebreiro, B & Fernández, M. (2004). Estudio de casos. *Diccionario enciclopédico de didáctica*. Málaga, Aljibe.

Cherres, E., 2016. *Impacto De Las Redes Sociales En La Educación Sexual De Los Jóvenes De Una Universidad Del Distrito 26 De Octubre – Piura, 2016*. Comunicación Social. Universidad César Vallejo.

Cortés, A, Del Castillo, A, & Hernández, Á. (2016). *Configuración de los vínculos erótico-afectivos en las redes sociales el caso Tinder*. <https://core.ac.uk/download/pdf/75992434.pdf>

Díaz, G., 2020. *Análisis Del Uso Comunicativo De Tinder En Estudiantes De Comunicación Social De La USC*. Comunicación Social. Universidad Santiago de Cali.

SEXUALIDAD Y TINDER

Doncel, F., & Morales, F. (2019). *Seducción en Tinder: una nueva práctica comunicativa.*

Humanidades Digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red.

https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_86.html

Echeburúa, E y Corral, P. (2010) Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22, (2), 91-96.

Esnaola, I., Goñi, A., & Madariaga, J. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de psicodidáctica*, 13(1), 69-96.

Flores, T. (2002). La imagen como nuevo símbolo cultural. *Dialnet Ágora Digital*, 3.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=963174>

Gelpi, G; Pascoll, N; Egorov, D. (2019). *Sexualidad y redes sociales online: Una experiencia educativa con adolescentes de Montevideo.*

Giddens, A. (1998). La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Ediciones Cátedra, Madrid.

Giraldo, C. (2013). Cibercuerpos: Los Jóvenes y Sexualidad en la Posmodernidad. *Actualidades Investigativas en Educación*, 13(1), 1-22.

González, X., Jerez, M., Pardo, F. y Ruiz, V., (2018). Mujeres En Tinder Expectativas De Usuaris Sobre El Uso De La Aplicación: Un Estudio Cualitativo. *Psicología*. Pontificia Universidad Católica Valparaíso.

Gracia, M., Marco, M., Fernández, J. (1999). *Autoconcepto físico, modelo estético e imagen corporal en una muestra de adolescentes.*

Groys, B. (2014). *Volverse público*. Buenos Aires: Caja negra

SEXUALIDAD Y TINDER

Guadarrama, E. (2020). *Tinder: la modernidad del amor*. www.scielo.org.mx.

Haeussler, I., & Milicic, N. (1995). *Confiar en uno mismo: Programa de desarrollo de la autoestima*. Editorial Catalonia.

Hakim, C. 2012. *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*. Barcelona: Debate

Hochschild, A. R. (2008). *La mercantilización de la vida íntima: Apuntes de la casa y el trabajo* (Vol. 3045). Katz editores.

Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas: las emociones en el capitalismo*. Katz editores.

Illouz, E. (2009). *El consumo de la utopía romántica: El amor y las contradicciones culturales del capitalismo* (Vol. 3053). Katz editores.

Jiménez, J (2017). Interpretación del capital erótico en las relaciones sociales mediadas por Tinder.

Jiménez, V y Comet, C. (2016). Los estudios de caso como enfoque metodológico. Artículo de revisión. *Revista de investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*. Vol. 3. No. 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5757749>

Jónasdóttir, A. (2014). Los estudios acerca del amor: un renovado campo de interés para el conocimiento. In *Cuerpo y afectividad en la sociedad contemporánea: algunas rutas del amor y la experiencia sensible en las ciencias sociales* (pp. 39-80).

Korkowsky, A. T. (2018). Tipos de interacciones y comportamientos en torno a la aplicación Tinder. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, (34), 171-196.

Lamas, A., & Serrano, G. (2014). Del piropo como recoveco erótico. Acercamiento discursivo al piropo actual venezolano Alkys Lamas. *SAPIENS*, 15(1), 81-92.

SEXUALIDAD Y TINDER

- LeFebvre, (2017). *Swiping Me off My Feet: Explicating Relationship Initiation on Tinder*, Journal of Social and Personal Relationships (1-25).
- Linne, J. y Fernández, P. (2019). *En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socio afectivas de jóvenes en torno a Tinder*.
- Lipovetsky, G. (2002). La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo posmoderno. *Barcelona: Anagrama*.
- Llovet, C., & Ventisca, M. (2014). La imagen de la persona en los medios y su influencia en la autoestima: la importancia de la apariencia en la evaluación general de la persona. VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review.
- Luzardo, A. M. (2016). *Usuarios de Tinder en Colombia envían más de 500.000 mensajes diarios*. ENTER.CO.
- Marcuse, H. (1969/1975). *Un ensayo de la liberación*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.
- Marcuse, H. (1972). *La represión sexual en la sociedad contemporánea*. Ediciones Cepe.
- Marx, K. (2001). *Manuscritos de economía y filosofía*. (Trad. Rubio, L. F.) Madrid: Alianza Editorial. (Trabajo original publicado en 1932).
- Mendizabal, N. (2006); "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa". En Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.); *Estrategias de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Gedisa. (65-96)
- Montero, S. (2008). Del erotismo a la seducción: en torno a Kant y Kierkegaard. *Observaciones Filosóficas*, 7.

SEXUALIDAD Y TINDER

- Navarrete, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*. Año IV, número 5.
- Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, G., & Rebolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274.
- Ojeda, M; Del Rey, R; Walrave, M. (2020). *Sexting en adolescentes: prevalencia y comportamientos*.
- Olave, G. (2018). *Consecuencias sociales de las aplicaciones de citas* (N.º 2). Idea país.
- Palumbo, M. (2019). *Sociabilidad virtual y criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales*. Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe, 16(1), e36459.
- Pavoni, F. (2018). El mar está lleno de peces: representaciones del ideal romántico en el discurso publicitario de Tinder y Happn. ENACOM .
- Pineda, C. (2018). Perfil diferencial entre usuarios y no usuarios de las aplicaciones de citas móviles.
- Prensky, M. (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants, On the Horizon*, Vol. 9 No. 5, MCB University Press.
- Pulgar, S. A. E. (2019). *Intimidad y tecnologías digitales: transformación de las relaciones interpersonales en el uso de Tinder en Chile*. *Teknokultura*, 16(1), 91-108.
- Rodríguez, G., Flores, G., & Jiménez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa* (No. 001.42 R63).

SEXUALIDAD Y TINDER

- Ruedas, M., Ríos, M., & Nieves, F. (2009). Hermenéutica: la roca que rompe el espejo. *Investigación y postgrado*, 24(2), 181-201.
- Salcedo, I. (2016). Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios de una universidad particular de Lima.
- Sautu, R. (2016). *Economía, clases sociales y estilos de vida*. Lumiere.
- Serrano, S. (2004). *El instinto de seducción*. Barcelona: Anagrama.
- Shaw (1999) *Una guía para el proceso de investigación cualitativa: evidencia de un pequeño Estudio Firme*. Investigación de mercado cualitativa. Revista Internacional, 2(2), 59-70.
- Sorgentini, H. (2000). La recuperación de la experiencia histórica: un comentario sobre EP Thompson. *Sociohistórica*.
- Thompson, E. P. (1989). La formación de la clase obrera en Inglaterra. (Vol. 2). Barcelona: Crítica.
- Thompson, E. P., Domènech, A., & Hobsbawm, E. J. (1989). *La formación de la clase obrera en Inglaterra* (Vol. 2). Barcelona: Crítica.
- Tinder. (2014). *About Tinder*.
- Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K., & Peeters, E. (2016). Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences. *Computers in Human Behavior*, 55, 76-86.
- Videra, G; Reigal, G. (2013) Autoconcepto físico, percepción de salud y satisfacción vital en una muestra de adolescentes. *Anal. Psicol.* 2013, vol.29, n.1, pp.141-147. ISSN 1695-2294.
- Weeks, J. (1998). La invención de la sexualidad. En *Sexualidad* (pp. 23-46). Paidós.

SEXUALIDAD Y TINDER

Wood, E. (1983). El concepto de clase en EP Thompson. *Cuadernos Políticos*, 36, 87-105.

Wu, O. (2019). *Tinder y conductas sexuales de riesgo en jóvenes españoles*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6943776>

Yin, R. (1994): *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Apéndices

Apéndice A

Cuadro categorial

Categoría deductiva	Descripción	Pregunta	Subcategoría	Descripción	Preguntas
----------------------------	--------------------	-----------------	---------------------	--------------------	------------------

SEXUALIDAD Y TINDER

<p>Las experiencias de sexualidad de los jóvenes usuarios de aplicaciones para citas como Tinder.</p>	<p>Se refiere a las experiencias de tipo sexual que han obtenido los jóvenes al inmiscuirse en la dinámica de las aplicaciones para citas.</p>	<p>¿Cuáles son las experiencias de sexualidad de los jóvenes bumangueses usuarios de aplicaciones para citas como Tinder?</p>	<p>Las vivencias de los jóvenes bumangueses usuarios de Tinder en torno al ejercicio de la sexualidad.</p>	<p>Aluden a las valoraciones subjetivas que realizan los usuarios de Tinder en relación con lo experimentado o al interior del medio virtual.</p>	<p>-¿Siente que usar la aplicación le ha dejado algún tipo de aprendizaje? Si la respuesta es “SÍ” ¿cuál sería el más significativo? y si la respuesta es “NO” ¿por qué? -¿Alguna vez tuvo o pasó por un momento incómodo en la aplicación por el cual haya considerado la idea de seguir usándola? ¿Cómo fue? -¿Cómo se sentía o se siente en general en la aplicación? -¿Cómo describiría su paso o estadía en la aplicación? -¿Considera que Tinder ofrece un beneficio para sus usuarios? -Desde su vivencia, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de hacer uso de la aplicación? - ¿Recomendaría hacer uso de la aplicación? ¿Por qué?</p>
			<p>Los tipos de interacción que tejen los jóvenes bumangueses al interior de la App de citas.</p>	<p>Hace alusión a los elementos presentes en el proceso de interacción empleados al momento de establecer acercamientos, teniendo en cuenta patrones de comportamiento</p>	<p>-¿Cómo estableció o establece los primeros acercamientos con los demás usuarios? -Antes de un encuentro físico, ¿prefiere hablar y conocer un poco al otro en la aplicación? -¿Prefiere que estos encuentros físicos sean públicos o privados?</p>

SEXUALIDAD Y TINDER

				<p>nto que configuran la diversidad de vínculos en la aplicación.</p>	<p>-¿Podría describirnos alguna buena/mala experiencia que haya vivido dentro de la aplicación?</p> <p>-¿Qué tipo de relaciones y encuentros busca dentro de la aplicación?</p> <p>-Una vez entablada una relación mediante la aplicación, ¿a qué tipo de acuerdos se llegan?</p> <p>-¿Qué tipo de emociones y sentimientos se evocan al momento de encuentros físicos y virtuales?</p> <p>-Partiendo de su experiencia, ¿qué tipo de relaciones se construyen dentro de la aplicación?</p> <p>-¿Cree usted que Tinder funciona como un catálogo humano?</p> <p>¿Qué necesidades pueden satisfacerse mediante el uso de la aplicación?</p> <p>-¿Siente que las relaciones que se entablan mediante la aplicación pueden coartar su libertad?</p>
			<p>La influencia de la aplicación de citas en la construcción de la imagen de los jóvenes bumangueses</p>	<p>Se entiende a partir de la manera en la que estos escenarios virtuales interfieren en la construcción</p>	<p>-¿Considera que una buena foto de perfil atrae más gente? ¿Por qué?</p> <p>-¿Cómo describiría una buena foto de perfil en Tinder?</p>

SEXUALIDAD Y TINDER

			en el espacio virtual.	de una imagen que sea atractiva para la sociedad y cumpla con las exigencias estéticas de las aplicaciones para citas.	<p>-¿Qué tipo de fotos le gustaría subir a su perfil de Tinder?</p> <p>-¿Cree usted que las fotos son una fiel representación de uno mismo? O ¿Distorsiona un poco la esencia? (Ejemplo: filtros).</p> <p>-¿Cree usted que la aplicación tiene altas exigencias estéticas?</p> <p>-¿Alguna vez sintió o ha sentido que las fotos que sube no son lo suficientemente buenas para atraer a un posible match?</p> <p>-¿Siente que la aplicación sugiere a sus usuarios a subir fotos provocativas o sensuales?</p> <p>-¿Cree que la aplicación ha influenciado en cómo se ve a usted mismo?</p> <p>-Desde que empezó a hacer uso de la aplicación, ¿ha cambiado la forma en la que se exhibe a usted mismo en la aplicación?</p> <p>-¿Considera que cuenta con buen material fotográfico en su perfil de Tinder?</p>
--	--	--	------------------------	--	---

Apéndice B

Formato de diario de campo

DIARIO DE CAMPO	
Nombre de la investigación: Sexualidad y Tinder; una mirada desde el capitalismo.	
Investigador a cargo: Camilo Vásquez Maldonado	
Diario de campo No:	Fecha:
Hora de inicio:	Hora final:
Nombre de la técnica:	Participantes:
Objetivo:	
Descripción del encuentro	Anotaciones y análisis de los sucesos

Apéndice C

Formato de entrevista semiestructurada

Datos generales

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?
3. ¿En qué barrio de Bucaramanga reside?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿A qué se dedica actualmente?
6. ¿Desde hace cuánto utiliza la aplicación? Si ya no la utiliza, ¿desde hace cuánto?
7. ¿Cuál es/era el estimado de tiempo en el que hace/hacía uso de la aplicación?
8. ¿Qué lo llevó a utilizar la aplicación? (Profundizar en la experiencia)
9. ¿Cómo describiría su experiencia dentro de la aplicación?

Vivencia

1. ¿Siente que usar la aplicación le ha dejado algún tipo de aprendizaje? Si la respuesta es “SÍ” ¿cuál sería el más significativo? y si la respuesta es “NO” ¿por qué?
2. ¿Alguna vez tuvo o pasó por un momento incómodo en la aplicación por el cual haya considerado la idea de seguir usándola? ¿Cómo fue?
3. ¿Cómo se sentía o se siente en general en la aplicación?
4. ¿Cómo describiría su paso o estadía en la aplicación?
5. ¿Considera que Tinder ofrece un beneficio para sus usuarios?
6. Desde su vivencia, ¿cuáles son las ventajas y desventajas de hacer uso de la aplicación?
7. ¿Recomendaría hacer uso de la aplicación? ¿Por qué?

SEXUALIDAD Y TINDER

Influencia de la aplicación en la construcción de la imagen

1. ¿Considera que una buena foto de perfil atrae más gente? ¿Por qué?
2. ¿Cómo describiría una buena foto de perfil en Tinder?
3. ¿Qué tipo de fotos le gustaría subir a su perfil de Tinder?
4. ¿Cree usted que las fotos son una fiel representación de uno mismo? O ¿Distorsiona un poco la esencia? (Ejemplo: filtros).
5. ¿Cree usted que la aplicación tiene altas exigencias estéticas?
6. ¿Alguna vez sintió o ha sentido que las fotos que sube no son lo suficientemente buenas para atraer a un posible match?
7. ¿Siente que la aplicación sugiere a sus usuarios a subir fotos provocativas o sensuales?
8. ¿Cree que la aplicación ha influenciado en cómo se ve a usted mismo?
9. Desde que empezó a hacer uso de la aplicación, ¿ha cambiado la forma en la que se exhibe a usted mismo en la aplicación?
10. ¿Considera que cuenta con buen material fotográfico en su perfil de Tinder?

Tipos de interacción

1. ¿Cómo estableció o establece los primeros acercamientos con los demás usuarios?
2. Antes de un encuentro físico, ¿prefiere hablar y conocer un poco al otro en la aplicación?
3. ¿Prefiere que estos encuentros físicos sean públicos o privados?
4. ¿Podría describirnos alguna buena/mala experiencia que haya vivido dentro de la aplicación?
5. ¿Qué tipo de relaciones y encuentros busca dentro de la aplicación?
6. Una vez entablada una relación mediante la aplicación, ¿a qué tipo de acuerdos se llegan?
7. ¿Qué tipo de emociones y sentimientos se evocan al momento de encuentros físicos y virtuales?
8. Partiendo de su experiencia, ¿qué tipo de relaciones se construyen dentro de la aplicación?
9. ¿Cree usted que Tinder funciona como un catálogo humano?
10. ¿Qué necesidades pueden satisfacerse mediante el uso de la aplicación?
11. ¿Siente que las relaciones que se entablan mediante la aplicación pueden coartar su libertad?

Nota: las preguntas están divididas en las sesiones que se realicen para llevar a cabo la técnica de la entrevista con los participantes, teniendo en cuenta el avance que se haga sobre las mismas

Apéndice D

Técnica “Foto palabra”

Descripción de la técnica: previamente a la sesión, los investigadores tendrán disponible seis (6) fotos de perfiles de Tinder. La dinámica estará dividida en 3 rondas, en cada una de las rondas, se le mostrará a cada participante 2 fotos de perfiles de Tinder, sobre las cuales se le pedirá que hagan

SEXUALIDAD Y TINDER

una breve interpretación de lo que ellos perciben en cada una de las fotos, y finalmente se acompañará la descripción con 5 preguntas que deberá responder con la mayor honestidad posible.

Objetivo: identificar con el participante (usuario de Tinder); tiempos, espacios, situaciones y vivencias de su cotidianidad dentro de la aplicación desde la muestra de fotografías elegidas por los investigadores.

Tiempo estimado: 3 rondas de fotos, cada ronda durará el tiempo que el participante se demore en contestar las preguntas. (Aproximadamente una (1) hora).

Materiales: Fotos de perfiles de Tinder

Preguntas de la técnica:

1. ¿Con qué tipo de imagen se siente más y menos atraído? ¿Por qué?
2. ¿Qué elementos destaca de cada una de las fotos?
3. ¿Cree usted que las fotos son una fiel representación de uno mismo? O ¿Distorsiona un poco la esencia?
4. ¿Qué considera más importante, la descripción del perfil o la imagen?
5. ¿A cuál de las dos le daría «me gusta» y por qué?

Apéndice E

Consentimiento informado

Título del proyecto: **Experiencias de los jóvenes bumangueses en el desarrollo de la sexualidad por medio de aplicaciones para citas**

Investigador: Camilo Vásquez Maldonado

Escuela de Trabajo Social de la Universidad Industrial de Santander

Usted está siendo invitado a realizar parte de la investigación: **“Experiencias de los jóvenes bumangueses en el desarrollo de la sexualidad por medio de aplicaciones para citas”**. Antes de decidir sobre su participación en el estudio, debe conocer y comprender cada uno de los siguientes apartados; este proceso se conoce como consentimiento informado.

Siéntase con la absoluta libertad de preguntar sobre cualquier aspecto que considere pertinente; una vez haya conocido el estudio y usted decida participar, se le pedirá que firme este consentimiento del cual se le entregará una copia.

SEXUALIDAD Y TINDER

Objetivo del estudio: La presente investigación tiene por objeto analizar las concepciones que poseen los habitantes de Bucaramanga acerca de la vivencia de la sexualidad por medio de Tinder. Su participación permitirá avanzar en el proceso investigativo de este estudio.

Participantes del estudio: Es importante aclarar que su participación en el estudio es voluntaria y anónima, lo cual quiere decir que usted podrá abandonar el estudio en cualquier momento que lo desee sin ninguna restricción. El estudio incluirá un número total de cuatro (6) participantes residentes de Bucaramanga que se encuentran entre los 18 y 25 años.

Procedimiento: Si usted acepta participar en el estudio, su colaboración se materializará en la realización de las siguientes actividades por un periodo de tiempo de una (1) semana:

- Participar en una entrevista semiestructurada (Sesión 1).
- Participar en una sesión conversacional (Sesión 2).

La entrevista se realizará por la plataforma zoom, la invitación se hará mediante un link enviado por el medio de contacto que se establezca con cada participante. Esta misma, será videograbada bajo la autorización del participante para ser posteriormente transcrita, de esta manera durante la sesión se llevarán a cabo anotaciones que sirvan de apoyo al momento de análisis.

Riesgos y beneficios: Para los participantes este estudio no representa ningún riesgo en términos de su integridad. Se trata de una actividad voluntaria y complementaria; no de una evaluación que suponga un enjuiciamiento. En cuanto a beneficios, no se puede prometer algunos de efecto inmediato; sin embargo, esta investigación podría brindar espacios de confianza-escucha activa y la identificación de aspectos identitarios individuales.

Manejo de datos y confidencialidad: Esta investigación preservará la confidencialidad de su identidad bajo el anonimato y usará los datos con propósitos profesionales, codificando la información y almacenándola en archivos seguros de los cuales solo tendrán acceso los investigadores. En ningún caso se identificarán personas individuales. dado que la identificación de los participantes no será expuesta en futuras publicaciones o informes científico académico.

Retirada del estudio: Si usted decide retirarse de la investigación, deberá hacerlo en el plazo máximo de 2 días después del primer contacto, además debe solicitarlo a los investigadores de manera formal mediante una petición escrita, con el fin de que exista una constancia de la retirada de sus datos y la cancelación de su participación en el estudio.

CONSENTIMIENTO

Los objetivos de la investigación aparecen resumidos en el formato de consentimiento. Comprendo que los resultados de la investigación podrán ser publicados en revistas de carácter académico o ser presentados en reuniones, ponencias, congresos y demás escenarios de divulgación de conocimiento. Por lo anterior,

Autorizo que mi nombre aparezca en el estudio	
Autorizo que se utilice un seudónimo en lugar de mi nombre en el estudio	

SEXUALIDAD Y TINDER

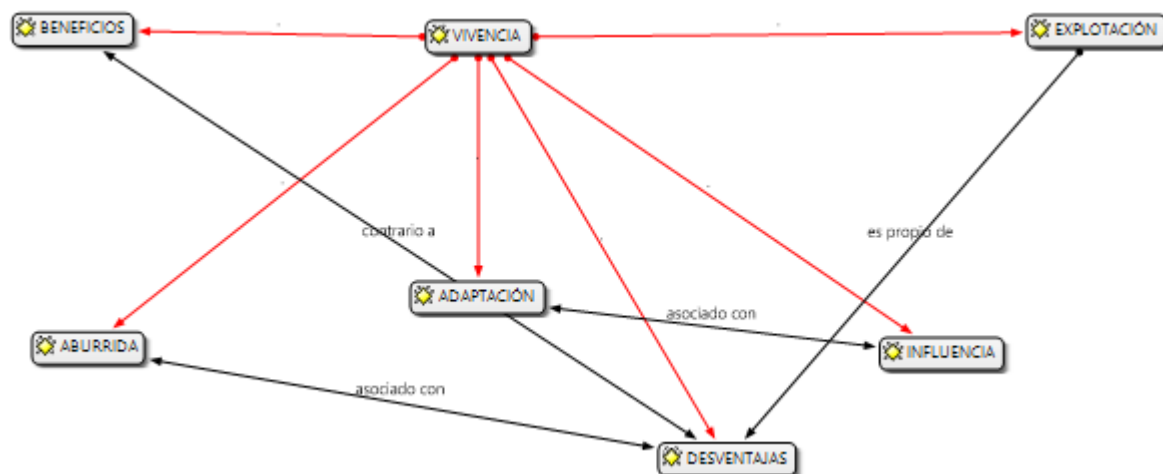
Nombre(s) y Apellidos del participante	
CC.	
Firma del participante	
Fecha	

Apéndice F*Código de Jefferson*

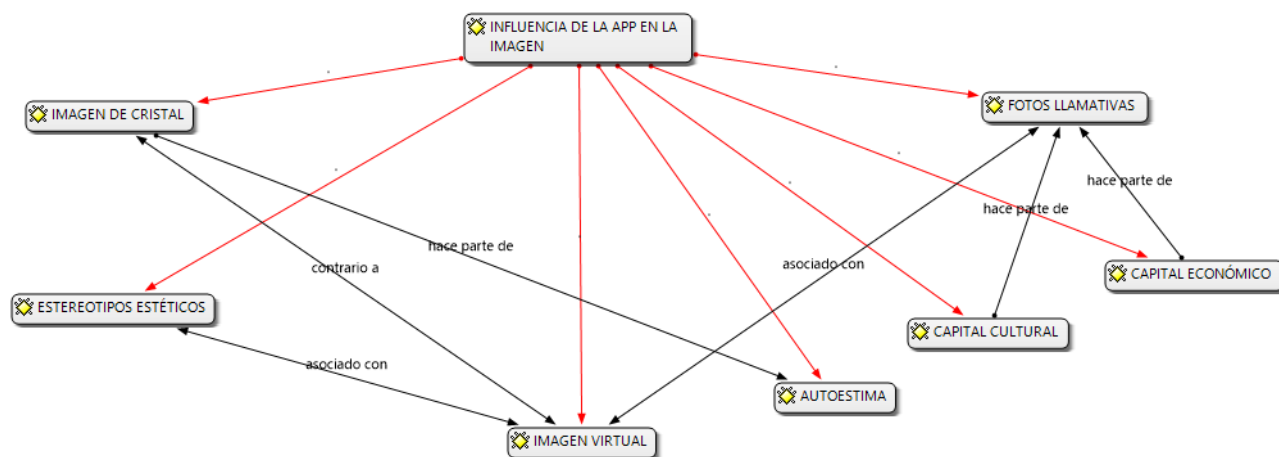
Tabla de reacciones	
Punto (.)	Bajada de entonación
Coma (,)	Subida de entonación
Guión (-)	Argot local
Comillas (“ - ”)	Citaciones
Signo igual (=)	Interrupción
Segundos (3.2)	Segundos de pausa
Subrayado (<u>Palabra</u>)	Palabra de mayor entonación
Mayúsculas (MAYÚSCULAS)	Volumen elevado de la voz
Signo menor (< >)	Habla acelerada
Signo mayor (> <)	Habla lenta
Cara feliz (😊)	Expresión feliz
Cara triste (☹)	Expresión triste

SEXUALIDAD Y TINDER

Paréntesis ()	Habla incomprensible
Doble paréntesis (((Se acomodó la camisa)))	Conductas
Equis minúscula (x)	Tartamudeo
Puntos seguidos (...)	Silencio
Símbolo de grados (°)	Ruido exterior
Asterisco (*)	Mala conexión

Apéndice G.*Red semántica de la vivencia***Apéndice H.***Red semántica de la influencia de la aplicación sobre la construcción de la imagen*

SEXUALIDAD Y TINDER



Apéndice I.

Red semántica de los componentes de la interacción

