



Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Comunicación

***Más allá del match: Usos, gratificaciones e impactos en
el bienestar de las aplicaciones de citas.***

Alumnos: Farace, Eugenia & Gianmarco, Valentin.

Legajos: 31404 y 31314

Mentor: Carlos Gelormini Lezama

Buenos Aires, 30/03/2024



Universidad de
San Andrés

Más allá del match: Usos, gratificaciones e impactos en
el bienestar de las aplicaciones de citas.

Alumnos: Farace, Eugenia & Gianmarco, Valentin.

Legajos: 31404 y 31314

Mentor: Carlos Gelormini Lezama

Buenos Aires, 30/03/2024

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, queremos agradecer a la Universidad de San Andrés y a todo su cuerpo docente. Valoramos profundamente su dedicación, compromiso y enseñanzas tanto dentro del aula como por fuera, que contribuyeron a nuestra formación académica y profesional.

También queremos agradecer a nuestras familias por su apoyo incondicional a lo largo de toda nuestra carrera y por brindarnos la oportunidad de estudiar en esta institución. Asimismo, queremos dedicar una mención especial a nuestro grupo de amigos que formamos en la facultad, “*el clubcito*” porque más que amigos y colegas, se convirtieron en familia.

Particularmente, queríamos agradecerle a nuestro tutor de tesis, Carlos Gelormini Lezama por su orientación, ayuda, paciencia, acompañamiento y esfuerzo durante todo el proceso de trabajo.

Finalmente, por mi parte, Eugenia Farace, me gustaría agradecer a mi mamá, mi hermana y mi pareja por su apoyo durante esta etapa. Y, por mi parte, Valentín Gianmarco, quiero agradecer también a mi familia por su acompañamiento incondicional en todo mi recorrido académico, especialmente en esta última etapa.

Valoramos profundamente a todas las personas que nos ayudaron a que esta investigación fuera posible.

ABSTRACT

Las aplicaciones de citas se han constituido en la actualidad como un medio efectivo para que individuos conozcan y conecten románticamente con otras personas. A pesar de su adopción masiva, sigue siendo un fenómeno reciente que aún no es comúnmente explorado, en especial lo que respecta al impacto emocional y psicológico que desprenden de su uso. De este modo, emerge la siguiente pregunta: ¿que inclina a las personas a utilizarlas y cómo los impacta? Este estudio nace a partir del video *La neurociencia de las emociones* (Aprendemos Juntos 2030, 2021) en el cual, la psiquiatra Marian Rojas-Estapé, en una parte de la entrevista, retoma que las gratificaciones instantáneas que ofrecen las pantallas aumentan los niveles de dopamina que, a la larga, producen un vacío. Asimismo, menciona que hoy en día vivimos en una sociedad que queremos todo de forma inmediata, es decir, que quiere sentir gratificaciones instantáneas constantemente. Conectamos esta idea de la inmediatez en patrones que reconocemos en torno a la construcción de vínculos románticos en la actualidad. De ahí nos preguntamos, ¿cual es un medio específico para estudiar las gratificaciones que hoy en día los jóvenes experimentan en torno al amor y cómo los afecta? Las aplicaciones de citas. Pero, para estudiarlo, también debíamos comprender porque las utilizan en primer lugar.

Esta investigación tiene dos objetivos. En primer lugar, a lo largo del estudio, identificamos cuales son las motivaciones de los usuarios que los lleva a utilizar las aplicaciones de citas. Por otro lado, nuestro segundo objetivo se basa en indagar si existe una relación entre el uso de estas *apps* y un impacto en el bienestar emocional y social de sus usuarios. Asimismo, en este objetivo, también se indagó si existen diferencias en torno a las experiencias de uso según el sexo.

Utilizamos una metodología mixta para nuestra investigación, en la cual realizamos una encuesta a 227 personas en un rango de edad de entre 20 y 30 años que residen en el Área Metropolitana de Buenos Aires. De estos encuestados se relevaron 6 hombres y 5 mujeres para ser entrevistados. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas para ser analizadas a través de 8 ejes temáticos.

Los hallazgos obtenidos en cuanto a las motivaciones y gratificaciones son los siguientes: autovalidación, búsqueda de relaciones casuales y románticas, eficiencia, exploración del “yo”, aspectos sociales, entretenimiento y aburrimiento. Por ende, el análisis de la etapa cuantitativa y cualitativa ha revelado que los usuarios encuentran las relaciones que deseaban, que la cantidad de *matches* si afecta en la confianza, utilizan las aplicaciones con el deseo de vincularse con gente nueva por fuera de su grupo social y las usan como un medio de entretenimiento, referido frecuentemente como un “juego”. Estas gratificaciones los impulsan a seguir utilizándolas, a pesar de enfrentarse con desmotivadores relacionados al bienestar, tal como: la indiferencia, la desilusión, la frustración, el fracaso, el agobio, la depresión, la vergüenza, la ansiedad y el cansancio. Otro de nuestros objetivos era identificar si existían diferencias de género e identificamos disimilitudes en cuanto a la seguridad, presiones estéticas, expectativas sociales, y la calidad y cantidad de *matches*.

Índice.

1. Delimitación del objeto de estudio, problema, objetivos y marco teórico.....	5
1.1 Introducción.....	5
1.2 Delimitación del objeto de estudio.....	6
1.3 Definición del problema.....	11
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivos generales.....	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5 Marco Teórico.....	23
2. Metodología.....	36
2.1 Muestreo y Recolección de Datos.....	36
2.2 Razones de la Elección Metodológica.....	37
2.4 Consideraciones Éticas.....	40
3. Hallazgos.....	41
3.1 Análisis del Universo de la Encuesta.....	41
3.2.1 Motivaciones.....	45
3.2.2 Diferencias de las apps.....	51
3.2.3. Interfaz.....	55
3.3 Bienestar.....	65
3.3.1 Validación y Autoestima.....	69
3.3.2 Armado del yo.....	76
3.3.3 Prejuicios y vergüenza.....	83
3.3.4 Descanso y desmotivaciones.....	87
4. Discusión general.....	95
5. Conclusión.....	109
6. Referencias bibliográficas.....	112
7. ANEXO.....	122

1. Delimitación del objeto de estudio, problema, objetivos y marco teórico.

1.1 Introducción

La utilización de aplicaciones de citas ha crecido a lo largo de estos años, especialmente en generaciones más jóvenes. Según la investigación de Suárez (2023) realizada a jóvenes adultos, aproximadamente cuatro de cada cinco jóvenes utilizan este tipo de plataformas en su vida cotidiana. No obstante, tal como menciona Bonilla- Zorita et al. (2020), aún no existe una gran cantidad de investigaciones que indaguen sobre cómo el uso de estas aplicaciones pueden afectar en el bienestar de sus usuarios.

El éxito de estas plataformas en la actualidad podría explicarse por su facilidad de conexión y accesibilidad instantánea. Otra de las razones que explica su popularidad son las gratificaciones a corto plazo que ofrecen. A modo de ejemplo, si un usuario está en la búsqueda de encuentro casuales, la aplicación le da la posibilidad de conocer gente fácilmente o, para aquellas personas que buscan validación, estas plataformas les permiten obtenerlo con tan solo un par de *swipes*¹.

Por lo tanto, nuestra investigación consiste en estudiar y comprender cuáles son las motivaciones que impulsan a los usuarios a utilizar las aplicaciones de citas. Asimismo, nos interesa estudiar las consecuencias tanto emocionales como psicológicas a partir de su uso, utilizando como eje de análisis las aplicaciones *Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*. Decidimos que nuestro rango etario se focalice en jóvenes de 20 a 30 años que vivan en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Además, una cuestión que nos parece interesante

¹Un swipe es la acción de deslizar el dedo por la pantalla dentro de las aplicaciones de citas. Aquí encontramos 3 tipos distintos de swipe. El primero es el swipe a la derecha que muestra interés en el perfil que se encuentra frente al usuario. El segundo es el swipe a la izquierda, el cual indica desinterés al perfil que se le es presentado al usuario y finalmente tenemos el swipe arriba, que este indica mucho interés, ya que se le está dando un super like al perfil.

estudiar, ya que existen pocos estudios que lo abordan, es examinar si existen diferencias de uso entre el sexo masculino y femenino y como cada uno experimenta estas aplicaciones.

Antes de comenzar nuestro estudio, nos parece fundamental destacar que esta investigación no establece que las aplicaciones de citas han creado el concepto del amor o el deseo humano. El amor ha existido desde siempre y compone una parte fundamental de la experiencia y vida humana. Así pues, las aplicaciones de citas no son, ni serán, la última representación del amor y conexión humana, ni tampoco son, ni serán, responsables de una ruptura de los ideales y valores románticos tradicionales. Sin embargo, las motivaciones, gratificaciones e impacto en el bienestar que derivan del uso de las aplicaciones que se investigan en este estudio nos ofrece un medio para estudiar las expectativas, representaciones y estrategias que la sociedad moderna aplica y emplea en la búsqueda del amor y formación de conexiones emocionales en el ámbito digital.

1.2 Delimitación del objeto de estudio

El amor es una de las experiencias más vulnerables que pueden experimentar los seres humanos y que atraviesa todas las facetas de la vida; la familia, los amigos, el trabajo y la sexualidad (Lapuerta, 2023). Se destaca como uno de los pocos conceptos necesarios para la existencia del ser humano que, no solo trasciende a través de diversas etapas de la vida, sino que lo experimentamos desde el nacimiento. Por lo tanto, resulta esencial estudiar el impacto que tiene en los individuos y la forma que se manifiesta en el tejido social.

A partir de la adolescencia, surgen las relaciones íntimas y sexoafectivas que representan un nuevo tipo de vínculo horizontal y voluntario que da paso al desarrollo socioafectivo de las personas (Casullo, 2004). Esto alude a la idea de que las relaciones románticas se diferencian de otros tipos de relaciones humanas, como la vertical. Arun Mansukhani (2013) define a las relaciones verticales como aquellas que se llevan de arriba

hacia abajo. Estas rigen principalmente desde que nacemos y se trata de una relación de dependencia; necesaria para la supervivencia humana. Por otro lado, las horizontales son aquellas que construimos a medida que vamos creciendo. A medida que el individuo comienza a formar y explorar relaciones románticas, pasa de necesitar a empezar a ser necesitado.

Bajo el análisis de la Psicología Social, las relaciones románticas son comprendidas como un área de la vida humana influenciada por el contexto cultural y social. Por lo tanto, la manera en la cual las relaciones se manifiestan varía, ya que rigen en base a normas y valores culturales, como también las expectativas sociales del momento y el marco histórico. La Doctora en Psicología, Tania Rocha, de la Facultad de Psicología de la UNAM sostiene que, a pesar de que en la sociedad moderna los individuos cuentan con una libertad para poder elegir sus parejas, esta elección está influenciada por la construcción social del momento (Admin & Admin, 2019). Por ende, teniendo estas consideraciones en cuenta, las relaciones románticas se ven afectadas y moldeadas por las costumbres y normas sociales determinadas a cada cultura y época histórica.

Regader (2015) manifiesta que el amor está intrínsecamente e inevitablemente vinculado a las cuestiones culturales. Por lo tanto, definir qué es el “amor” se convierte en una tarea complicada. Definirlo de una forma universal es complejo ya que, en base a lo venimos estudiando y desarrollando, el amor evoluciona constantemente dado que muta en base a normas sociales y culturales según la época, como también por expectativas e ideales personales de cada individuo. Fehr & Rusell (1991), en *The Concept of Love Viewed From a Prototype Perspective*, desafían a sus lectores con esta pregunta con la finalidad de comenzar una reflexión y debate en torno a porque todas las experiencias románticas se denominan bajo el mismo término del “amor”. La respuesta clásica que surge de esta pregunta es que hay una

esencia común que se repite en todas las experiencias amorosas. Sin embargo, los autores presentan una visión distinta: todas las experiencias del amor son variadas, únicas y distintivas, no obstante, todas son denominadas “amor” dado a una evolución histórica. Por lo tanto, los autores presentan una visión en la cual el amor es una construcción que se ha ido formando y transformando a la par de la historia y las culturas que la atraviesan. Esta noción es respaldada por Solomon (1997) ya que enfatiza la importancia y relevancia de la especificidad cultural e historia en la construcción del significado del amor.

Sin embargo, tal como hemos remarcado anteriormente, cuando estudiamos el significado del amor, resulta importante recordar que se trata de una experiencia puramente personal que será atravesada de formas únicas para cada individuo. Por lo tanto, las aspiraciones e ideales amorosos dependen de otros factores. Myisha Battle, en su libro *This is supposed to be fun* (2023), define que lo que buscamos en el amor en pareja “(...) a menudo depende de otras áreas de nuestra vida, como la carrera, la salud y la familia, que cambian a medida que nosotros cambiamos.” (p.9, traducción propia).

Así pues, la conceptualización del amor abordado bajo la psicología social establece que, con el fin de estudiar y comprender las relaciones románticas, debe tenerse en consideración el contexto social e histórico. Asimismo, el amor debe ser comprendido como una experiencia de sentimientos subjetivos que se conforma en experiencias y normativas personales e interacciones sociales (Salazar, 2012). No obstante, a lo largo de la historia, varios autores han intentado calificar el amor, tomando como punto de análisis la creación de diversos modelos teóricos (Martins Silva, Trindade & Silva Junior, 2013).

La Teoría Triangular del amor de Stenberg (1998) es una de las clasificaciones más conocidas y aceptadas. En esta teoría, se proponen tres dimensiones: pasión, intimidad y compromiso. En primer lugar, tenemos a la pasión, la cual alude al estado de excitación física y mental en donde el deseo y la atracción humana se despiertan. Con respecto a la intimidad,

la teoría propone que el amor se manifiesta como un sentimiento profundo de unión y cercanía extrema hacia otra persona. Esto permite que las parejas puedan crear un espacio para ser vulnerables, siendo esto la conexión emocional que se diferencia a otro tipo de vínculos. Por último, está la dimensión del compromiso. Esta toma diversas formas ya que puede ser a corto o largo plazo. Las combinaciones de estas dimensiones pueden darnos interesantes ejes de análisis para nuestra investigación tanto como el armado del yo, la búsqueda de conexiones íntimas o la búsqueda de una satisfacción sexual.

De esta teoría, puede desprenderse la rueda de color de Lee (1997), la cual propone seis distintas formas de clasificar el amor, que se dividen en dos categorías: primarios y secundarios. Por el enfoque hecho en nuestra investigación nos estaremos centrando en la categoría primaria. En esta se encuentran los siguientes: *Eros*, un amor romántico o pasional regido por la atracción física; *Ludus*, que carece de lazos emocionales y no se sostiene en el tiempo; y *Storge*, que se destaca por su intimidad, compañerismo y compromiso.

Además, varias figuras prominentes de la psicología han identificado distintas características como definitorias del amor: desde el *deseo frustrado* (Freud, 1922) hasta las interacciones gratificantes (Centers, 1975) y las acciones que conducen al éxito reproductivo (Buss, 1988). Skolnick (1978) identifica al amor como “una experiencia construida con sentimientos, ideas y símbolos culturales” (p.104, traducción propia).

La finalidad de presentar distintas concepciones e interpretaciones del amor a través del tiempo es con el objetivo de fundamentar y demostrar cómo la concepción del amor se ve transformada con el tiempo y es marcada por la periodicidad histórica. De este modo, utilizando la información que hemos ido desarrollando, en la actualidad, la conceptualización del amor también es modificada por el contexto actual. El crecimiento de las redes sociales y las nuevas tecnologías modificaron profundamente el modo en que los individuos se comunican y expresan el amor, especialmente en las generaciones más jóvenes (Bonavitta,

2015). Timmermans & Courtois (2018) remarcan en su investigación que hay un consenso entre especialistas que coinciden que las aplicaciones de citas facilitaron la búsqueda de vínculos sexoafectivos. Sin embargo, todo cambio viene arraigado a una serie de implicaciones. Teniendo en consideración el contexto contemporáneo de la era digital y las aplicaciones de citas, combinado con la influencia de las normativas sociales y culturales en el amor, ¿de qué forma se ven afectados los mecanismos empleados hacia la construcción de vínculos sexoafectivos? En este nuevo modo de vincularse con las aplicaciones de citas, ¿existe una repercusión en el bienestar de los individuos?, ¿Varía según el género?

1.3 Definición del problema

Tal como hemos tocado en el capítulo anterior, en la actualidad, los modos de comunicación han cambiado enormemente. Consigo, también se transformaron como los individuos interaccionan y comparten información. Nuevas herramientas tecnológicas, tal como las redes sociales, permitieron a los humanos conectar con personas trascendiendo límites geográficos. De este modo, esta irrupción a los modos de comunicación transformó la forma en que los seres humanos interactuamos tanto en el plano real, como en el digital. Al alterar el plano de comunicación de los individuos, ninguna esfera de la vida del ser humano puede permanecer inmune (Cornejo & Tapia, 2011). Habiendo dicho esto, la esfera del amor no es la excepción. Tal como menciona Bonavitta (2015), estas transformaciones en las formas de comunicarse y los nuevos métodos de conexión impulsados por las redes sociales, ha cambiado el amor en la actualidad.

La revolución digital, transformó la exploración y desarrollo de vínculos románticos, como también introdujo nuevos modismos en torno a la forma de comportarse, sentir y accionar hacia el amor. Una de las esferas en la cual se pueden identificar estos cambios es la

disociación actual entre la sexualidad y el afecto, como también en el replanteamiento de los fundamentos tradicionales del amor. Timmermans & Courtois (2018) señalan que las transformaciones actuales de intimidad está arraigada a cambios en las conductas y perspectivas sexuales, que "(...) históricamente coincidieron con innovaciones tecnológicas." (p.59, traducción propia). Kauffman (2010) explica que estas modificaciones no solo se limitan a las interacciones en línea, sino que también traspasan a la esfera física, modificando así también la forma en que los individuos nos relacionamos en el plano real. Es este fenómeno de cómo lo digital traspasa al plano real es donde radica uno de los intereses de nuestro estudio: analizar cómo el uso de estas aplicaciones de citas tienen implicaciones en el bienestar general de sus usuarios.

La transformación digital ejerce una influencia significativa en la manera en la cual las personas se comunican, encuentran parejas y/o amores esporádicos, o como mantienen relaciones (De Silva Coronado González, 2021). Teniendo estas cuestiones en consideración, también es importante explorar de qué forma la interacción digital afecta esta construcción de vínculos (Bonavitta, 2015), especialmente teniendo en cuenta en su estudio la popularidad de aplicaciones de citas para encontrar parejas como *Tinder*, *Bumble*, *Grindr*, y *OkCupid*, cuatro de las aplicaciones que hemos decidido utilizar para abordar nuestra investigación.

Las aplicaciones de citas no son la primera forma que las personas intentan diversos mecanismos para conocer gente por fuera de los ámbitos tradicionales. En el año 1695, cinco años después de la creación del periódico moderno, se han encontrado el uso de los anuncios para encontrar pareja. La primera vez que esto fue identificado fue cuando un hombre en el Reino Unido publicó en el diario que estaba a la búsqueda de una pareja que sea mujer y que tenga a su nombre un patrimonio de £3,000 (*Dating Apps: ¿Qué Aplicaciones De Citas Se Usan Más En El Mundo?*, n.d.). Si adelantamos varios años después, en el año 1965 un grupo de estudiantes de Harvard crearon un software que tenía la finalidad de conectar con otras

personas del campus y fue llamado *Operation Match (Dating Apps: ¿Qué Aplicaciones De Citas Se Usan Más En El Mundo?*, n.d.). Si avanzamos a la creación del internet y su popularización en los años 90, la primera página web creada para el propósito de conocer parejas en línea fue *Match.com*, creada en 1995 y contó con 42 millones de usuarios (Franguelli, 2023). Este es un número impactante para la época que explica claramente su enormidad. Al momento de desarrollo de esta investigación (2023), las dos aplicaciones más utilizadas son *Tinder* y *Bumble*. La primera cuenta con 530 millones de usuarios, mientras que la segunda con 100 millones (Gutiérrez, 2023).

El éxito y masividad de uso de las aplicaciones de citas podría explicarse por la introducción de toques modernos propios de las nuevas tecnologías, tal como explican Timmermans & De Caluwé (2017a), “aunque las páginas de citas en línea atrajeron inicialmente a usuarios debido a su sistema de emparejamiento ‘basado en la ciencia’, el éxito de las aplicaciones móviles de citas parece radicar en su facilidad de uso y conectividad, a menudo descritas como rápidas y sin esfuerzo.” (p.3, traducción propia). Al poder ser utilizadas desde el teléfono móvil, las aplicaciones de citas se insertaron en la vida cotidiana de las personas y, de este modo, se configuró como un nuevo espacio social (De Silva Coronado González, 2021). En conexión a esto, el hecho que las aplicaciones de citas utilicen tecnologías de geolocalización permite una mayor conectividad y facilidad de conexión (ECDC, 2015).

Las herramientas de geolocalización que poseen las aplicaciones de citas les permite a sus usuarios a conectar con perfiles que les interesen a la distancia que ellos decidan delimitar, esto puede ser dentro del radio de tres, diez o 70 kilómetros, si así lo desean (Grosskopf et al., 2014).

Por ende, el hecho de que esté disponible en los dispositivos móviles presenta una ventaja en cuanto a su uso ya que, no importa donde el usuario se encuentre, tiene la

posibilidad de conectar con otras personas a tan solo un *click*. A lo largo de nuestros hallazgos, analizamos cómo esta funcionalidad se convierte en un fuerte motivador para sus usuarios.

Tal como hemos marcado al comienzo de esta investigación, nuestro estudio se centra en el uso de cuatro aplicaciones de citas: *Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*. Asimismo, nuestro rango etario es de jóvenes que tienen entre 20 a 30 años que vivan en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Hemos elegido este rango de edad ya que nuestro foco es analizar el impacto de estas nuevas tecnologías en la *Generación Z*², que comprende a individuos nacidos entre 1997 y los 2012 dado a que crecieron con la familiaridad de la tecnología digital, internet y diversos medios sociales (QuestionPro, 2023).

Hemos decidido abordar nuestro análisis bajo el estudio de este rango etario ya que existe evidencia estadística que evidencia patrones comunes de la *Generación Z* en cuanto al amor y el uso de las aplicaciones de citas. Según los datos encontrados, el 74% de los jóvenes que comprenden la generación dicha son usuarios activos de estas plataformas (Hällström, 2022). No obstante, el mismo estudio revela una brecha significativa que ofrece una perspectiva al impacto que subyace de su uso: un 90% de estos usuarios manifiestan estar descontentos con estas herramientas digitales (Hällström, 2022). Este contraste hace luz a algo poco estudiado. A pesar de que estas plataformas son utilizadas por una gran cantidad de personas, hay un porcentaje alto de usuarios que expresan una frustración hacia ellas. Este punto abre la puerta a una investigación sobre la complejidad de las *apps* y cómo esta generación las experimentan.

Un estudio realizado por Vice Media Group en septiembre de 2020, titulado *Love After Lockdown*, compuesto por participantes de la Generación Z, reveló que el 75% de ellos

²La generación Z, también llamada Zillennials, es el grupo de personas nacidas a finales de la década de 1990s. Esta agrupación demográfica comprende a personas que nacieron entre el año 1997 y el año 2012 inclusive. Este grupo de personas tiene la particularidad de ser nativos digitales, lo que quiere decir que están familiarizados con el uso de internet, la tecnología digital y los medios sociales desde una temprana edad.

se encontraban solteros (Klein, 2022). A la par, un estudio publicado por *Tinder* ha encontrado que el 72% de los jóvenes hacen una decisión consciente de permanecer solteros, valorando la libertad y la independencia por encima de la búsqueda de una pareja (*Single Has Spoken*, n.d.). En el mismo estudio realizado por la aplicación de citas, las respuestas demostraron que el 81% también identifican que la soltería les otorga más beneficios que estar en pareja, tal como más tiempo para enfocarse en sus amistades, estudios, trabajos y bienestar personal. Estos estudios proporcionan un contexto valioso para explorar cómo las aplicaciones analizadas en esta tesis (*Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*) influyen en estas tendencias. A la par de presentar estos datos, nos resulta primordial agregar que las aplicaciones de citas ya tenían éxito desde antes de la revolución y masividad de uso de las *apps*. A modo de ejemplo, *Match.com*, fundada en 1993, contaba para el año 2011 con aproximadamente 75 millones de usuarios (Gelles, 2011). Este éxito lleva a la creación del grupo *Match*, una empresa que maneja varias aplicaciones de citas, entre ellas *Match.com*, *Tinder* y *OkCupid*, dos de las cuales se estudian en este trabajo de investigación.

Tinder, fue lanzada al público en el 2012 (*Dating Apps: ¿Qué Aplicaciones De Citas Se Usan Más En El Mundo?*, n.d.). Al momento de redacción de esta tesis (2023), cuenta con 57 millones de usuarios en todo el mundo que, dentro de ellos, solo 4.1 millones opta por pagar por sus servicios *premium* (Lee, 2022). Esta aplicación marcó un antes y un después en torno a las nuevas formas de conocer personas y establecer vínculos románticos con otras personas a partir de preferencias tales como el género, ubicación geográfica, preferencia sexual y edad.

Bumble, lanzada en el 2014, irrumpió los métodos tradicionales del cortejo romántico. Esta aplicación presentó un funcionamiento único, en el cual solo las mujeres tienen el poder

de iniciar conversaciones con sus *matches*³, si así lo deciden. Al ponerlas en una posición de protagonistas, *Bumble* se distingue de toda su competencia. Además, fue la primera aplicación que presentó la posibilidad de hacer conexiones por fuera de lo romántico, ofreciendo oportunidades para hacer *networking*⁴ con otros profesionales y *Bumble BFF*, una extensión para *matchear* con el fin de formar amistades.

OkCupid, fundada en el año 2004, fue creada con el objetivo de presentar una nueva forma de establecer vínculos (Pereira & Pereira, 2022). El algoritmo de estas plataformas se basan en porcentajes de compatibilidad. De este modo, la aplicación le ofrece a sus usuarios conectar con otras personas en base a intereses similares. Al momento de crear sus perfiles, los usuarios deben responder una serie de preguntas. El objetivo de esto es que la aplicación comprenda mejor al usuario y que pueda presentarle perfiles compatibles con sus respuestas. De este modo, tal como mencionan Pereira & Pereira (2022), esta funcionalidad permite a sus usuarios a hacer uso de los algoritmos de selección en tiempo real.

La creación de *Grindr* en el año 2009 marcó un hito histórico. A sus tres meses de ser lanzada al público, la aplicación contaba con más de 100.000 usuarios y, esto fue, sin invertir en campañas de *marketing* (*Historia De Grindr*, n.d.). Este éxito podría explicarse por las razones detrás de la creación de esta aplicación. Su creador, Joel Simkhai, tuvo el objetivo de crear esta plataforma para mejorar aquellas ya existentes y para ofrecerles un medio efectivo de conexión a personas gays y bisexuales (De Onzoño, 2019). Su creador explica que lo que impulsó la creación de esta plataforma es la llegada de la segunda generación de *iPhone* y la introducción de los sistemas *GPS* en los teléfonos móviles (*Historia De Grindr*, n.d.).

³Un *match* ocurre cuando dos usuarios se deslizan, o *swipean*, mutuamente a la derecha. Es decir, que si un usuario le da like a un perfil y ese perfil también le dio like se genera el *match*. Este *match* abre la posibilidad a que los usuarios envíen mensajes e inicien una conversación dentro de las aplicaciones de citas.

⁴*Networking* es un término usualmente utilizado dentro del ámbito laboral para referirse al acto de construir y mantener relaciones con profesionales dentro de tu industria o campos relacionados a ella. Sin embargo, a la hora de relacionarlo a nuestro trabajo de investigación hablamos de un *networking* de intimidad, en donde hablamos sobre una transformación digital dentro de la intimidad a partir de las aplicaciones de citas. Observando cómo la tecnología ha influido en sus prácticas sexuales y románticas consideradas como intimidad.

Simkhai observó esta característica como una oportunidad para crear una plataforma que permita a las personas vincularse utilizando los sistemas de geolocalización. En la actualidad, es una aplicación sumamente popular para establecer encuentros LGBTQ+⁵ y, según los últimos datos relevados, es utilizada por 11 millones de personas al mes (Clarín, 2022).

A pesar de hacer un recorrido por estas aplicaciones a nivel global, también es importante destacar las razones detrás de la elección de estas cuatro plataformas en el contexto de Argentina. En Argentina, *Tinder* es la aplicación más utilizada ya que cuenta con 100 millones de instalaciones en *Google Play* (iProfesional, 2022). Como punto de comparación, tan solo en el mes de Mayo del 2022, el número de descargas llegó al 103.000 (Statista, 2023). Por otro lado, *Bumble* cuenta con aproximadamente 10 millones de descargas y un estimado de 42 millones de usuarios al mes (La Gaceta, 2022). Con el mismo número de descargas, *OkCupid* cuenta con 10 millones de instalaciones en *Google Play*. Los últimos datos que hemos encontrado para *Grindr* en el contexto de Argentina remontan al 2020, en el cual se encontró que estas aplicaciones superaron las 5.700 descargas (Statista, 2023). A pesar de ser un número bajo, nos parece crucial añadir esta aplicación a nuestra investigación, ya que está designada a la comunidad gay, bi, trans y queer, una colectividad que consideramos crucial incluir. Asimismo, la naturaleza de esta aplicación es el encuentro sexual, por lo tanto, resulta interesante investigar el impacto que esto tiene en sus usuarios.

La gran mayoría de individuos que deciden comenzar a explorar y utilizar las aplicaciones de citas lo hacen con la esperanza de encontrar mejores citas, conexiones, y experiencias (Wilson, 2024). Resulta importante remarcar que, a pesar de que esta tesis se centra en el uso de *Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*, existen varias opciones para los individuos que decidan utilizar aplicaciones de citas. En cada una existen diferencias que

⁵ Definimos colectivo LGBTQ+ como el colectivo conformado por las personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, queer y todos aquellos que se sientan identificados con alguna otra sexualidad que no sea la heterosexual como con los generos binarios.

satisfacen diversas necesidades, por lo tanto, la decisión final de cual utilizar es puramente personal. Por ende, lo que le funciona a un individuo, puede no funcionarle a otra, ya que hay personas que "(...) prosperan con el ritmo acelerado de aplicaciones como *Tinder*, *Hinge* y *Grindr*, mientras que otros prefieren aplicaciones que les permiten más espacio para compartir cosas sobre sí mismos." (Battle, 2023, p.3, traducción propia). Las opciones de elección abundan, por lo tanto, la elección del individuo se basa en que prioriza al momento de buscar parejas en cuestiones tal como la orientación sexual, religión, ocupación e identidad cultural (Battle, 2023).

Teniendo en consideración lo estipulado hasta el momento, las aplicaciones de citas no son solo meras herramientas tecnológicas. Por lo tanto, es importante percibir las y comprenderlas como espejos de los ideales románticos de la actualidad. En el marco de nuestra investigación, nuestro interés reside en comprender y examinar las implicancias emocionales que estas aplicaciones presentan y examinar detenidamente el impacto que tiene su utilización y si sus consecuencias influyen en las percepciones y actitudes de los usuarios en torno al amor. Para ello, también investigamos las motivaciones y gratificaciones que impulsan a los usuarios utilizarlas en primer lugar, ofreciendo de este modo un punto de partida para el análisis a las dinámicas interpersonales y conexiones sexoafectivas en la modernidad digital. A pesar de que no podemos definir el amor en la actualidad y establecer una relación causal en torno a las aplicaciones de citas, lo que sí podemos estipular es que, con la llegada y masificación de estas herramientas digitales, se presenta un nuevo modo de vincularse que es difícil de asegurar con certeza que fue por un motivo o por otro ya que pueden variar de usuario a usuario.

Tal como hemos estipulado en este capítulo, estudiaremos el concepto del amor bajo la perspectiva de la psicología social. Tomando esta corriente como punto de partida, comprendemos que el amor se ve transformado debido a normas culturales y sociales

presentes al momento de estudiar el amor en ese tiempo y espacio. En la actualidad, el amor y las formas de vinculación amorosa se ven atravesadas por las nuevas tecnologías, cambiando así los comportamientos y actitudes que se emplean para ello. Una de estas nuevas herramientas son las aplicaciones de citas. Por ende, nuestro interés es comprender cuales son las motivaciones que tienen las personas a utilizar estas aplicaciones en primer instancia, que los impulsa a seguir utilizandolas en base a las gratificaciones que los usuarios obtienen con su uso y, a partir de eso, comprender el impacto que pueden tener en torno al bienestar integral de las personas. Asimismo, nos parece sumamente interesante investigar si existen diferencias de uso y experiencias entre los hombres y las mujeres.

Por ende, a continuación presentamos las cuestiones investigativas que funcionaron como base e inspiración para nuestro estudio:

- ¿Qué motiva a las personas a utilizar aplicaciones de citas?
- ¿Cuáles son los motivadores principales para esto?
- ¿Existen diferencias notables en cuanto al uso y experiencias entre mujeres y hombres?
- Las aplicaciones de citas ofrecen gratificaciones instantáneas, no obstante, ¿cómo estas tienen un efecto en el bienestar emocional y social de sus usuarios?
- ¿Cuáles son los aspectos y funcionalidades de las aplicaciones de citas que ofrecen gratificaciones instantáneas?
- Las expectativas y experiencias de uso, ¿influyen en el autoestima y bienestar de los usuarios?
- ¿Cuáles son los efectos que tiene el uso de las aplicaciones de citas en sus usuarios?

- Ya que estudiaremos las motivaciones para utilizar las aplicaciones de citas, ¿existen desmotivadores para dejar de utilizarlas?, ¿estas desmotivaciones estarán vinculadas por las repercusiones en el bienestar?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivos generales

- Descubrir cuáles son las motivaciones que impulsan a jóvenes adultos de la ciudad de Buenos Aires, Argentina, a utilizar aplicaciones de citas, como también comprender qué gratificaciones obtienen de ellas.
- Evaluar si el uso de las aplicaciones de citas tiene un impacto en el bienestar emocional y social de sus usuarios, indagando también la existencia de diferencias de uso entre hombres y mujeres que pueda alterar estas experiencias.

1.4.2 Objetivos específicos

- Comprender las motivaciones y emociones de las personas detrás del uso de las *apps* de citas.
- Entender cómo funcionan dichas aplicaciones y, de qué modo, brindan gratificaciones instantáneas.
- Tratar de comprender e identificar la existencia de diferencias en el uso entre hombres y mujeres con la finalidad de comprender si existen diferencias en torno a sus experiencias en las aplicaciones.
- Definir y aplicar medidores de que significa “bienestar” en el contexto de nuestra investigación y del uso de estas aplicaciones. Estos medidores serán utilizados con la finalidad de poder analizar en profundidad el impacto que

tienen las aplicaciones en el bienestar emocional de nuestros encuestados y entrevistados.

- Investigar si el uso de las aplicaciones de citas influyó, tanto positivamente como negativamente, en cambios de la autoestima y percepción de autoimagen.
- Evaluar si, tanto los efectos positivos como negativos, tienen algún impacto en los medidores de bienestar que delimitamos.

1.5 Marco Teórico

Las aplicaciones de citas no solo funcionan como herramientas para conocer y encontrar potenciales parejas, sino que también dan pie a un análisis profundo hacia el comportamiento humano en las interacciones virtuales. De este modo, si vamos más allá de su propósito inicial y estudiamos el entorno que las envuelve, descubrimos que estas plataformas se convierten en una herramienta poderosa para entender las motivaciones y gratificaciones con respecto a su uso y, además, nos permiten comprender las actitudes que emplean las personas al usar herramientas digitales. Asimismo, posibilitan estudiar la manera en que los individuos deciden expresarse en el entorno digital, es decir, sus representaciones del “yo”.

El primer enfoque de este análisis se orienta en la teoría de usos y gratificaciones. La utilización de esta teoría nos permite abordar el estudio de las aplicaciones de citas bajo un esquema analítico que facilita el estudio y la comprensión de cuáles son los impulsos que llevan a los individuos a descargar y utilizar estas plataformas. Por lo tanto, la teoría de usos y gratificaciones funciona como un medio para poder entender y descifrar las diversas razones de uso de los usuarios y cuáles son las expectativas sobre que quieren obtener a cambio de su uso y, en el caso que así sea, que los motiva a seguir utilizándolas.

Al descargar la aplicación, los usuarios son bienvenidos por un entorno sobrecargado de estímulos. Estos son creados con la finalidad de mantener la atención de los usuarios y motivarlos a usarlas más. Algunos de los estímulos que pueden identificarse se presentan desde las notificaciones con mensajes tales como *“hay matches que te esperan”* o *“sigue deslizando para comprender tus preferencias”* hasta mensajes formulados y creados específicamente para estimular una gratificación en el usuario: *“Alguien ha deslizado a la derecha en tu perfil en secreto. ¡Entra ahora para descubrir quién es!”* o *“¡Sorpresa! 🌟 Hemos seleccionado a alguien especial que creemos que es perfecto para ti. ¡Haz clic para ver tu coincidencia recomendada del día!”*. Por lo tanto, con el objetivo de que individuos descarguen la aplicación, la utilicen y continúen haciéndolo, las aplicaciones de citas emplean diversos tipos de estímulos que pueden ser estudiados bajo la teoría de usos y gratificaciones. Al analizarlo bajo esta lupa, podremos entender porque los individuos recurren a la utilización de estas herramientas y cómo interactúan con ellas para satisfacer sus necesidades (Mateus et al., 2023).

Hasta los años 40, los estudios de la comunicación de masas identificaban al público como una entidad pasiva, esto quiere decir que consumían contenido sin utilizar un proceso de selección o razonamiento crítico, el público era visto como una masa homogénea (Elorza, 2022). Sin embargo, diversos investigadores presentaron un creciente interés para comprender las diversas conductas que el público empleaba hacia el uso de los medios (Wimmer, Dominich, 2001). Los trabajos de Katz, Blumer y Gurevitch (1973) fueron los responsables de potenciar la teoría de usos y gratificaciones. Uno de los aspectos claves de esta teoría es presentar un acercamiento a la comprensión de las masas, con la finalidad de identificar las razones y formas en que el público consume y utiliza los contenidos disponibles para satisfacer sus necesidades. De este modo, el público pasa de ser visto como pasivo a uno activo, esto significa que ahora son comprendidos como capaces de poder elegir

los contenidos que se ajusten a sus preferencias. Uno de los aspectos cruciales de esta teoría es que permite comprender el comportamiento mediático de las masas y las consecuencias que desprenden de su uso, propiciadas por motivaciones, necesidades y expectativas. Así pues, busca entender la utilización y explicar las razones de los individuos hacia la elección de ciertos medios en particular, identificando así también las necesidades psicológicas y sociales (Katz et.al, 1974).

Así pues, si estudiamos el público bajo esta teoría, se entiende que se trata de una masa consciente de sus motivaciones que selecciona medios que se alineen a sus necesidades. Es decir, reconoce que las personas tienen la capacidad de poder elegir que quieren ver, escuchar y hacer con los medios. Sin embargo, en este proceso de selección, Katz et al. (1974) determinan que esto es intervenido por circunstancias tales como sociales, el rol de los individuos, personalidades, capacidades y patrones vigentes en torno al consumo de medios masivos.

La importancia de abordar esta teoría en nuestra investigación sobre las aplicaciones de citas reside en que funciona como un medio para comprender las razones de los usuarios para utilizar estas herramientas digitales y cómo deciden consumirlas. En el marco de estas plataformas, los usuarios buscan satisfacer diversas necesidades, tal como validar su autoimagen, la búsqueda de placer, el deseo de encontrar una pareja estable o hasta el deseo de simplemente explorar estas plataformas (Wilson, 2024).

En el capítulo anterior hemos recalcado que uno de los atractivos principales es la accesibilidad instantánea (Sumter et al. 2017). En una era digital que rige en base a la gratificación instantánea, las características estructurales de estas plataformas otorgan una serie de ganancias rápidas y a corto plazo que complacen las necesidades de los usuarios con el fin de generar motivaciones para continuar utilizándolas. Múltiples investigaciones respecto a las aplicaciones de citas han demostrado que las motivaciones que incentivan a los

usuarios a utilizarlas y las gratificaciones que obtienen de su uso son las siguientes: sexo casual, facilidad de comunicación, amor, validación de autoimagen y la reaseguración del valor y las emociones de los individuos (Blake et al., 2022).

Hobbs, Owen y Gerber en *Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy* (2016), determinaron cinco motivaciones prevalentes que incitan a individuos a utilizar estas aplicaciones:

- La búsqueda de una relación
- Fuente de autovalidación
- Aspectos sociales
- La eficiencia de las aplicaciones
- Exploración del yo

La primera motivación que destacaron los autores es la búsqueda de una relación. La popularización de las aplicaciones de citas ha sido acompañada por varios cuestionamientos, por ejemplo, que han cambiado la manera en que vemos y experimentamos el amor en la actualidad, tanto positivamente como negativamente (Timmermans et al., 2017 B). Hobbs et al. (2016) descubrieron en su investigación que el 25% del universo en su estudio afirmó que utilizaban las aplicaciones de citas con el objetivo de encuentros casuales. Un hallazgo contundente en su estudio es que solo el 14% marco que, luego de usar las aplicaciones, se sentían menos inclinados a buscar una relación monógama, mientras que un 72% afirma tener el mismo nivel de interés a formar una relación de este tipo luego de utilizar las aplicaciones de citas. Estos resultados son cruciales ya que desafía la creencia de que las aplicaciones de citas están fomentando la búsqueda de encuentros casuales y el deterioro de las normas e ideales tradicionales del amor (Strugo et al., 2019) al demostrar que varios usuarios la utilizan como un medio para encontrar parejas a largo plazo (Hobbs et al., 2016).

Dentro del contexto de nuestro estudio, en Argentina, existen diversos estudios que presentan una serie de datos contundentes con respecto a las motivaciones y expectativas que presenta esta población. Alrededor del 30% de los argentinos declaran haber encontrado una pareja “de por vida” en estas aplicaciones (iProfesional, 2022). Por el otro lado, un 62% de los encuestados manifestaron encontrar “relaciones casuales⁶”.

En otro estudio realizado por la empresa de seguridad Kaspersky (2022) llamado *Amor en la era del algoritmo* que abarca toda Latinoamérica, un 52% de los encuestados observan a las aplicaciones de citas como un “salvavidas” en el amor, mientras que otro 52% marcaron que estas herramientas digitales facilitan el encuentro con otras personas con las siguientes finalidades; una relación estable (30%), una aventura pasajera (28%) o encuentros exclusivamente sexuales (29%). De este modo, podemos observar que existen distintos tipos de relaciones que los usuarios buscan en las aplicaciones de citas.

Tal como hemos marcado, la segunda motivación que se identifica en el estudio de Hobbs et al. (2016) es la búsqueda de autovalidación. Estas aplicaciones se basan en un sistema de valoración de fotos (Sinc, 2021), por lo tanto, los usuarios juegan con el deseo sexual. De este modo, la autovalidación se convierte en un factor importante en la experiencia de uso para los usuarios. Hobbs et al. (2016) presentan una serie de entrevistas, entre ellas, una chica llamada Alice expresa que tener varios *matches* en estas aplicaciones representa una validación social de su belleza, lo cual influye positivamente en su autoestima. Así mismo, otros participantes expresaron que los *matches* les permitía cuantificar su atractivo. Encuestados tal como Alexander expresaron que el *match* era sumamente valioso en la experiencia del usuario ya que, al funcionar como una aprobación al aspecto físico, viene también arraigado a un placer emocional.

⁶En lo que se refiere a nuestra investigación comprendemos las relaciones casuales como la practica sexual entre personas cuyo vínculo engloba encuentros de una sola noche hasta encuentros repetitivos de solo sexo.

Otra de las motivaciones expuestas por Hobbs et. al (2016) está vinculada al aspecto social de los individuos. Según esta premisa, la búsqueda de ampliar la vida social y expandir la vida romántica inclina a las personas a utilizarlas. Como cualquier otra red social, las aplicaciones de citas permiten a sus usuarios formar una red más amplia (Hobbs et al., 2016). Tal como declaran Westcott & Owen (2013), esta búsqueda suele delimitarse a su proximidad geográfica, a pesar de que las aplicaciones de citas le otorgan a sus usuarios la posibilidad de conectarse con personas alrededor del mundo. En su investigación, Hobbs et al. (2016) descubrieron un patrón en sus encuestados; varios de ellos manifestaron que descargaron la aplicación con el fin de encontrar más oportunidades románticas y expandir su círculo social más allá de su habitual. Para formar ese vínculo, es común que los usuarios migren de las aplicaciones de citas a otras redes sociales, tal como *Instagram* o *Spotify* a sus perfiles (Linne, 2020).

Por el otro lado, la cuarta motivación que delimitan Hobbs et al. (2016) es la eficacia de las aplicaciones de citas, pero ¿qué significa esto?. Las personas con vidas ajetreadas que les dificulta la búsqueda de parejas de forma orgánica observan un gran beneficio en estas herramientas digitales, ya que les permite hacerlo sin invertir mucha energía ni tiempo. Es decir, los usuarios valoran la posibilidad de poder conocer varias parejas potenciales invirtiendo el mínimo esfuerzo. Linne (2020) correlaciona esta práctica como “(...) vínculos amorosos de tipo *fast food*: que no requieran demasiado esfuerzo, compromiso ni inversión, pero efectivos y placenteros.” (p.8).

La última motivación es la exploración del “yo” (Hobbs et al., 2016). Para explicar esto, los autores se enfocan en explicar la construcción del *self-branding* que existen en estas aplicaciones, “La marca propia no se trata de vivir públicamente. Se trata de construir una autoimagen estratégica para atraer a una audiencia particular y promover esa imagen a través de cada acción en línea y fuera de línea.” (Marwick, 2010, p.349, traducción propia). En su

estudio, Hobbs et al. (2016) identificaron que varios usuarios mencionan habilidades cruciales requeridas para triunfar en este medio digital; auto-promoción y construcción de identidad. Estas dos capacidades aluden a la eficiencia del usuario para emplear técnicas específicas en la creación del perfil con el objetivo que destaque por sobre otros y sea percibido por otros usuarios como un mejor “*match*”. Para explicar esto, varios encuestados sugirieron el término “comprador”, advirtiendo sobre las estrategias de ventas utilizadas por los usuarios para destacar su perfil sobre otros (Hobbs et al., 2016). Estas estrategias podrían ser vinculadas con las indignaciones en torno a la autenticidad de los usuarios en su experiencia digital y el uso de técnicas de auto-marketing propuestas por Marwick (2010). El autor propone que las redes sociales, tal como las aplicaciones de citas, permiten a los usuarios a compartir información que tienen el objetivo de “(...) enfatizar la creación individual de una identidad que se presume auténtica pero comerciable. La cultura de la *Web 2.0* fomenta una visión neoliberal de uno mismo y facilita la construcción de identidad y estrategias de presentación que se basan en tácticas de publicidad y marketing cuando se aplican a uno mismo.” (Marwick, 2010, p.293, traducción propia). Así pues, el autor remarca que la construcción de la auto-imagen en estos medios es algo fácilmente alterado, dado que las personas tienen la posibilidad de elegir quienes quieren o desean ser y utilizan estos medios, tal como las aplicaciones de citas, para darle vida a esa construcción creada (Marwick, 2010).

Por ende, estas nuevas herramientas digitales vienen acompañadas de cuestionamientos en torno a cómo las personas eligen representarse en estos medios. El objetivo de la aplicación es que tu perfil sea gustado por otros, con el fin de poder crear conexiones y comenzar a establecer conversaciones con otros perfiles. Por ende, la creación del perfil en estas plataformas comprende una serie de técnicas llevadas a cabo por sus usuarios para crear un perfil que sea “deseable”. En el marco de nuestra investigación, esta

cuestión se convierte en un factor clave para comprender la presentación de los individuos en estas aplicaciones como una motivación para su uso. Es decir, al estudiar esta motivación, podremos comprender cómo los individuos se ven a sí mismos y cómo desean ser percibidos. Esta cuestión está vinculada con una de las motivaciones que presentamos del texto de Hobbs et al. (2016) con respecto a la búsqueda de validación. De este modo, el anhelo del usuario a ser visto como “deseable” para otros se convierte en una de las gratificaciones que los usuarios experimentan en las aplicaciones de citas.

Estudiar la construcción y manifestación de la identidad personal en el entorno digital es un aspecto crucial de nuestra investigación. Donath y Boyd (2004) denominan a las redes sociales, tal como las aplicaciones de citas, *public displays of connection*, en el cual los internautas utilizan herramientas digitales con el fin de crear una identidad teniendo en cuenta la mirada ajena. Serrano (2013) expone en su escrito que “(...) el ámbito digital permite que uno construya una imagen de sí mismo con mucha mayor facilidad y rapidez.” (p.358). Asimismo, Serrano (2013) manifiesta que las interacciones *online* se distinguen de la *offline* ya que los usuarios tienen la potestad de configurar una identidad de forma controlada y selectiva al decidir “(...) qué, cómo, cuánto y cuándo revela su “yo”.” (p.360). Felipe (2010) retoma esta idea en su escrito al identificar que la naturaleza de estas plataformas es otorgarles a los usuarios flexibilidad y control en la construcción de su identidad *online*. A pesar de que esta cuestión podría ser considerada un aspecto positivo, podría representar una complicación, ya que esta peculiaridad podría difuminar las fronteras entre la realidad y la representación en línea. Serrano (2013) también trabaja esta cuestión en su escrito, marcando que los usuarios no emplean esta táctica con el fin de crear una identidad falsa, sino que diversas partes de la identidad podrían ser distorsionadas por los internautas con el objetivo de presentar un perfil más interesante en los medios digitales. En cuestión a esta particularidad, la autora da pie a un debate en torno al efecto que podría causar esto, ya que

“Entre las investigaciones sobre identidad y redes sociales otra cuestión recurrente es aquella que alude a los efectos y consecuencias psicológicas que tiene el empleo frecuente de las tecnologías digitales.” (Serrano, 2013, p.359).

Así pues, el recorrido de diversas posturas propuestas por los autores mencionados demuestran que la ambigüedad entre la autenticidad y la construcción del “yo” *online* presenta implicaciones tanto positivas como negativas. Por un lado, los individuos tienen la libertad de controlar y construir una identidad que los defina en el entorno digital y explorar diversos aspectos de la personalidad que podrían verse restringidos en entornos más tradicionales. Por ejemplo, *Grindr* es una aplicación de citas creada específicamente para la comunidad *LGBTIQ+*, con la finalidad de que puedan sentirse representados, expresarse libremente y explorar su sexualidad sin obstáculos. Por el otro lado, las implicancias negativas que pueden identificarse en la construcción de identidad en el entorno digital es que los internautas sientan la necesidad de distorsionar partes de ellos con el fin de distinguirse en un mar lleno de perfiles y usuarios ya que, “(...) en el ciberespacio, la conexión entre el yo y la autopresentación se vuelve mutable” (Walther y Parks, 2002, p.551, traducción propia).

Esto puede llevar a discrepancias en torno a la autopercepción del individuo y, en efecto, impactar psicológicamente y emocionalmente, ya que los usuarios juzgan su identidad en torno a la mirada ajena. Walther y Parks (2002) también destacaron esta problemática en su artículo en el cual manifiestan que en las relaciones construidas por redes sociales se ven afectadas por las estructuras sociales y esfuerzos simbólicos con el fin de crear perfiles deseables por las miradas ajenas (p.553). Pero, ¿por qué los internautas sienten esta presión? Palumbo (2019) sugiere que algunos usuarios podrían ocultar estigmas en sus perfiles, ya que se tiende a descartar los perfiles que presentan defectos. Por ende, configuran su perfil más “perfectos” en pos de recibir *likes*⁷ y *matches*, “Es decir que nos auto diseñamos como sujetos

⁷ Cuando se trata de aplicaciones de citas, hablamos de likes cuando el usuario swiipea a la derecha o hacia arriba al perfil que se le es presentado frente a él.

de deseo en base a nuestras propias representaciones sobre lo deseable y aquella que creemos que cierto auditorio tiene.” (Palumbo, 2019, p.191). Con respecto a este tema, Battle (2023) hace hincapié en la importancia de mantener la autenticidad en un mundo mediado por la tecnología “Estas invitando a las personas a tu mundo (...) La mayoría de nosotros nos sentimos en desventaja cuando se trata de mostrar cómo somos realmente a desconocidos que principalmente nos juzgan basándose en nuestros perfiles” (p.41, traducción propia).

Comprendemos que las complejidades que hemos ido destacando en torno a la formación de identidad en la era digital puede afectar a los individuos, traspasando las dificultades que experimentan *online* a tener efectos en la vida *offline*. En el marco de nuestra investigación, nos interesa estudiar cómo los individuos interactúan con estas dificultades y comprender cómo los afecta. Myshia Battle (2023) marca en su libro un patrón que vió repetido en sus clientes, este es, la necesidad de los usuarios de pausar el uso de las aplicaciones de citas por una urgencia propia de autodescubrirse. Por ende, el descubrimiento de Battle (2023) abre una interrogativa en torno a la investigación si el uso de estas herramientas tecnológicas y la creación del “yo” en línea despiertan inquietudes en los individuos que los impulsa a la necesidad de conocerse mejor. Navarro et al. (2017) retoman en su escrito el concepto de Foucault sobre las “tecnologías del yo”, en el cual los individuos utilizan diversas estrategias con el fin de definirse, transformarse y comprenderse. Los autores explican que estos hábitos de uso de las herramientas digitales que delimitó Michel Foucault exponen que los individuos las utilizan como medio para la expresión personal y la autoformación en el cual los internautas forman su identidad y moldean cómo quieren presentarse ante los demás.

Battle (2023) manifiesta que el autoconocimiento que implica la construcción de la identidad en línea podría relacionarse también por la amplia variedad y cantidad de gente que un individuo puede conocer en línea. Los internautas, al tener una amplia gama de opciones

en el cual pueden decidir con quien conectar, deben comprender mejor qué busca de un vínculo, lo cual podría crear una urgencia de autoconocerse mejor para poder tomar tales decisiones. En su libro, Battle (2023) estudia las aplicaciones de citas, y destaca que no solo es importante para los usuarios comprender que aportan ellos en una relación, sino también que buscan: "A veces es difícil precisar en qué consiste la compatibilidad, y las aparentemente infinitas opciones que ofrece la citas en línea hacen que decidir con quién emparejarse sea aún más difícil. (...) Las citas en línea te exponen a una gran variedad de personas, experiencias, ocupaciones y estilos de vida." (p.73, traducción propia).

Linne (2022) vincula la creación de perfiles en las aplicaciones de citas con estrategias de marketing personal, "(...) disciplina que combina emociones con experiencias de consumo, al unir imaginariamente sentimientos, ideas y características positivas a objetos o personas, volviéndolas deseables" (p.7). Hemos identificado que la construcción del "yo" virtual es un fenómeno extenso propio de varios debates e investigaciones. Teniendo en cuenta las implicaciones y efectos dentro de este vasto panorama, se desprende una interrogante crucial para nuestra investigación: ¿Por qué las personas eligen participar en estas plataformas y cómo satisfacen o responden a sus necesidades individuales?

Un fenómeno único y particular de las aplicaciones de citas es el *swiping*. Una acción que parece intrascendente, revolucionó la forma en que los individuos se vinculan amorosamente, ya que transformó el proceso de seleccionar a potenciales parejas. Las primeras impresiones *offline* son distintas a las *online*. En los encuentros cara a cara, la interacción depende de múltiples factores, mientras que en las aplicaciones de citas, se reduce a fotos y una breve descripción del usuario. Esos dos elementos se convierten en elementos críticos en la decisión de un usuario de hacer *swipe*. Este acto de deslizar a la izquierda o a la

derecha se convirtió en la actualidad un ritual que determina el deseo de un individuo a iniciar un vínculo con otro usuario de estas plataformas.

Estudiado desde una perspectiva psicológica, el *swiping* podría vincularse con el concepto formulado por Skinner acerca del refuerzo intermitente. Skinner desarrolló la teoría del condicionamiento operante, en el cual establece que el aprendizaje podría llevarse a cabo por medio de recompensas o castigos, “En el condicionamiento operante "fortalecemos" una operante en el sentido de hacer una respuesta más probable o, de hecho, más frecuentes.” (Skinner, 1953, p.65, traducción propia). En el marco de nuestra investigación, estudiar el refuerzo nos permite comprender ciertas actitudes de los usuarios de las aplicaciones de citas. Por un lado, los reforzadores positivos refieren a conductas que resultan en recompensas lo cual resulta en una incrementación de la frecuencia. En nuestro estudio, esta gratificación sería el *match*, en el cual, el deslizamiento continuo aumenta las posibilidades de coincidencia con otros usuarios. Así pues, este acto podría resultar adictivo. Por el otro lado, los reforzadores negativos llevan a los individuos eliminar aquello que sea desfavorable como resultado de un comportamiento, lo cual fortalece la conducta ya que ese estímulo es eliminado (Sincero, 2011).

Por otro lado, podríamos comprender la conducta y experiencia de los individuos en las aplicaciones de citas tomando como punto de análisis el mecanismo de recompensa propuesta por Skinner. La finalidad de su experimento era comprender si los animales reforzaban su conducta o no en base a las consecuencias de sus acciones (Castañón Martínez & Pérez Mora, 2021). A pesar de que realizó su experimento con ratas, los descubrimientos de Skinner pueden ser utilizados para comprender conductas humanas. Como hemos marcado anteriormente, los *matches* son una gratificación que los usuarios obtienen con el uso de las aplicaciones.

No obstante, analizando esta recompensa bajo la lupa del experimento de Skinner, podría estar vinculada con la liberación de la dopamina. Castañón Martínez & Pérez Mora (2021) exponen que los resultados del experimento de Skinner revelaron que la dopamina no se libera al recibir la recompensa, sino antes de realizar la acción (en nuestro estudio, esto sería el *swipe*). Así mismo, la incertidumbre de saber si esa recompensa es obtenida también aumentan los niveles de dopamina (Castañón Martínez & Pérez Mora, 2021). La dopamina, es una respuesta bioquímica que podrían ser liberadas por el uso de las aplicaciones de citas ya que “en nuestro cerebro hay un “chute” de dopamina cuando deslizamos un perfil y hacemos “*match*”, cuando recibimos un mensaje de alguien que nos ha gustado o cuando la *app* nos avisa de que le hemos gustado a alguien” (Paola, 2023).

Lo que hacen estas recompensas es estimular el placer. De este modo, los individuos recaen nuevamente en la búsqueda de estos estímulos con la finalidad de poder volver a obtener ese bienestar que les produjo en primera instancia (Paola, 2023). La Dra. Sandra Bravo Herrero, especialista en Psiquiatría en Mentalia Arévalo, advierte la posible adicción que podría crear esto en los usuarios y revela que 1 de cada 3 usuarios de las aplicaciones de citas presentan signos de adicción (Palomares, 2023).

Además de estar arraigada al refuerzo intermitente, este dinamismo puede verse persuadido por factores adicionales que agudizan la dependencia a estas apps. Esto podría ligarse con lo denominado “Parálisis de Elección” (Sierra & Sierra, 2023), dado que esta idea insinúa de que puede existir una mejor opción, resultando en que las personas se retrasen a tomar una decisión o que no puedan elegir ninguna.

El recorrido que hemos hecho en torno a las motivaciones y gratificaciones de las aplicaciones de citas suscitan dudas sobre el efecto que pueden causar en el bienestar de sus usuarios. Por ende, el uso de estas herramientas puede traspasar el plano de lo digital y tener implicaciones reales en aquellos individuos que las utilizan. Retomando lo marcado por

Bonilla- Zorita et al. (2020), no hay varios estudios que indaguen si el uso de estas plataformas tienen un impacto en el bienestar. Por ende, uno de nuestros objetivos es comprender efectivamente si el uso de estas aplicaciones tiene implicaciones emocionales en sus usuarios.

Las motivaciones son aquellos factores que inclinan a los individuos a utilizar o consumir cierto medio, las gratificaciones son las recompensas que lleva al usuario a seguir consumiendolos. Las repercusiones que tiene la búsqueda incesante de estas gratificaciones pueden impactar en la neurología y comportamiento de los seres humanos, ¿por qué?. Lo que consumimos en pantalla, tal como las aplicaciones de citas, ofrecen gratificaciones que disparan la dopamina, pero la psiquiatra Marian Rojas-Estapé explica que “Esa vida digital y esos chispazos de dopamina van generando momentos de gratificación instantánea, pero a la larga nos producen un vacío.” (Aprendemos Juntos 2030, 2021, 30:31). Por ende, la psiquiatra introduce la idea que en la actualidad, estos estímulos han hecho a los individuos drogodependientes emocionales y esto impacta en nuestro comportamiento e inevitablemente, nuestro bienestar. Asimismo, explica que esta sobreexposición a las pantallas dañan la corteza prefrontal, área necesaria para la concentración, voluntad y control de impulsos. De este modo, el uso excesivo y prolongado de los dispositivos móviles puede dañar nuestro nivel cognitivo, repercutiendo de este modo cómo procesamos emociones e interactuamos socialmente, lo cual afecta directamente en el bienestar de las personas (Chun et al., 2017).

2. Metodología.

Hemos decidido abordar nuestro trabajo utilizando una metodología mixta, ya que consideramos que tanto las etapas cuantitativas como cualitativas podrían beneficiarse mutuamente. La utilización de ambos métodos permite ahondar profundamente en ciertas cuestiones que consideramos importantes, como también ayudan para la veracidad de

nuestros resultados. Por lo tanto, ambas metodologías nos permitieron explorar y responder ambos de nuestros objetivos generales, siendo estos comprender las motivaciones de los usuarios a utilizar las aplicaciones de citas e identificar si la utilización de estas plataformas tiene un impacto en el bienestar, así como también explorar las diversas experiencias que pueden tener ambos sexos. Tal como hemos mencionado en partes anteriores, nuestro grupo etario comprende a hombres y mujeres que tengan entre 20 y 30 años que residan en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

2.1 Muestreo y Recolección de Datos

- **Cuantitativo:** Para nuestra etapa cuantitativa, utilizamos un muestreo de conveniencia. Nuestra encuesta (anónima) fue difundida a través de las redes sociales, utilizando el método de “bola de nieve”. A pesar de que somos conscientes sobre los riesgos que esta técnica pueda llegar a tener en cuanto a su representatividad, decidimos utilizarla ya que consideramos que este método nos facilitaba llegar a varias personas.
- **Cualitativo:** En la última sección de nuestra encuesta, los participantes eran invitados a formar parte de nuestra etapa de entrevistas individuales, si así lo deseaban. Utilizar personas que previamente respondieron nuestra encuesta y estaban familiarizados con los temas tratados benefició nuestra investigación, ya que funcionaron como una continuación a los hallazgos y resultados de la encuesta. Estas entrevistas tuvieron un formato semiestructurado ya que estimamos que plantear las preguntas de esta manera nos ofrece cierta flexibilidad en nuestras conversaciones a temas interesantes que puedan surgir.

2.2 Razones de la Elección Metodológica

Nuestro estudio comenzó con el método cuantitativo. Decidimos que la encuesta sería nuestro punto de partida para la investigación ya que nos permitiría empezar a recolectar información y estadísticas generalizables de suma importancia para nuestro análisis. De este modo, al obtener un pantallazo general a partir de las respuestas de nuestros encuestados, pudimos identificar algunos temas claves de nuestra investigación que fueron tratados en profundidad en la etapa cualitativa. De este modo, la segunda parte de nuestra investigación fue la etapa cualitativa, es decir, las entrevistas. En esta etapa, tuvimos la posibilidad de tener una visión más clara en torno a los datos recolectados en la encuesta. Así pues, pudimos identificar claramente como la utilización de ambas técnicas fueron claves para nuestra investigación, ya que nos ofreció tres ventajas: adaptabilidad, flexibilidad y validación de nuestros descubrimientos.

La etapa cuantitativa fue distribuida por plataformas tales como *WhatsApp* e *Instagram*, utilizando el método de bola de nieve. Tal como mencionamos anteriormente, la decisión de optar por este mecanismo de distribución se debe a que consideramos que nos permitiría acceder a una mayor cantidad de personas y a una audiencia más diversa. Nuestras dudas en cuestión a la posibilidad de sesgos que podría presentar este método terminó sucediendo. No obstante, esto se tratará con mayor detenimiento en futuras partes de nuestro estudio.

En la fase cualitativa obtuvimos un total de once entrevistas con personas que habían participado en nuestra encuesta. Tal como mencionamos anteriormente, optamos por un formato semiestructurado que, sin lugar a dudas, funcionó a nuestro favor ya que nos permitió explorar temas emergentes que sucedían en la conversación que, indudablemente, enriqueció los resultados de nuestro estudio. Al comenzar la entrevista, pedimos

consentimiento al entrevistado para grabar sus respuestas para luego ser transcritas y analizadas.

La utilización de una metodología mixta resultó ser exitosa ya que, mientras las encuestas nos dieron una visión general en torno a las experiencias, comportamientos, percepciones y patrones de uso, las entrevistas nos permitieron ahondar en estos temas, revelando hallazgos contundentes que no podrían haber sido recolectado fácilmente en la fase cuantitativa.

A pesar de que la fase cualitativa nos permitió conectar y comprender mejor las experiencias de los usuarios, reconocemos que no podemos generalizar estos datos a toda una población, ya que expresan vivencias personales que pueden diferir de persona a persona. No obstante, descubrimos ciertos patrones en cuanto a las motivaciones, gratificaciones e impacto en el bienestar en las entrevistas. Asimismo, varios de los dichos concuerdan con datos identificados en nuestra etapa cuantitativa.

A pesar de utilizar un formato semiestructurado en las entrevistas, las preguntas de la etapa cualitativa se basan fielmente en los aspectos trabajados en la fase cuantitativa. Nuestras entrevistas fueron compuestas por seis hombres y cinco mujeres que participaron de nuestra encuesta. De estas personas, había una persona homosexual y otra bisexual. Si bien se puede decir que existe cierto sesgo en esta parte de nuestra investigación cualitativa ya que escogimos dos personas no heterosexuales cuando forman parte de un porcentaje mínimo de nuestra población, nosotros consideramos que darle voz a estas dos orientaciones sexuales enriquece nuestro estudio y trae más información a nuestra investigación en los usos y gratificaciones de estas aplicaciones en distintas atracciones sexuales.

La manera en la que estudiamos los resultados fue a través de un proceso de desgrabación de las entrevistas, para luego iniciar con un análisis temático a partir de las respuestas dadas. Este análisis temático consistió en ocho ejes, donde se encuentran las

siguientes: autoestima y validación, motivaciones, interfaz y juego, prejuicios y vergüenza, descanso, armado del yo, diferencias entre ambos sexos y, finalmente, desmotivaciones.

Finalmente, es necesario aclarar que decidimos detener las entrevistas en 11 ya que habíamos conseguido la redundancia en ellas. Escuchando y transcribiendo las entrevistas, observamos que había factores tal como experiencias y efectos, que se repetían en los entrevistados y esto fue lo que nos dió la pauta de que habíamos llegado a un punto donde podíamos empezar a analizar las entrevistas sin perdernos de información nueva y valiosa. A su vez, estamos contentos como investigadores al tener un hombre más en nuestro universo de entrevistados ya que, si bien en nuestra muestra de encuestas eran más las mujeres, aquí se nos abre el punto de vista masculino.

2.4 Consideraciones Éticas

Resulta crucial remarcar que todo nuestro proceso de investigación tendrá en cuenta detalladas consideraciones éticas. Así pues, los participantes fueron informados en todas las instancias sobre los propósitos del estudio, y su participación será completamente voluntaria en el cual se garantizará el anonimato y confidencialidad en sus respuestas.

3. Hallazgos

3.1 Análisis del Universo de la Encuesta

Obtuvimos un total de 227 respuestas en nuestra encuesta. Para la primera sección de nuestra encuesta, hicimos una serie de preguntas para conocer mejor a nuestros encuestados y formar el marco contextual de nuestra encuesta.

En esta sección, descubrimos que la mayoría de nuestro universo está conformado por mujeres, con un total de 151 respuestas (66,5%), seguido por 74 hombres (32,6%) y dos personas no binarias (0,9%). Con el fin de comprender el contexto de nuestro universo, la

primer pregunta que les hicimos fue sobre la educación máxima alcanzada, a lo cual descubrimos que la gran mayoría de nuestro universo está actualmente cursando en la universidad (64,6%), seguido por gente que ya finalizó sus estudios universitarios, con un 26,2%. Por otra parte, en torno a la orientación sexual, obtuvimos un total de 168 personas que respondieron que se identificaban como heterosexuales, seguido de 42 bisexuales, 10 homosexuales, pansexual 4, bisexual/pansexual solo una respuesta y una persona marcó que prefería no responder la pregunta.

Algo que nos interesaba indagar en esta sección era investigar sobre la situación romántica de nuestro universo, dado que consideramos que nos podría dar un contexto a nuestros resultados y analizar los datos en torno a esta cuestión. La gran mayoría marcó estar solteros, alcanzando el 59,5% de nuestro universo, seguido de un 36,1% que marcaron que estaban en una relación, tres personas casadas, una persona divorciada y cuatro personas que declararon estar en una relación abierta. En conexión a esto, les consultamos si alguna vez habían estado en una relación romántica, con lo cual obtuvimos que un 67,8% estuvo en una relación de este tipo en algún momento, seguido de un 15,9% que marcó que nunca estuvieron en una relación y un 15% que tuvieron relaciones casuales. Solo dos personas manifestaron que no querían compartir esta información con nosotros.

La pregunta “¿Usaste alguna vez aplicaciones de citas” funcionó como una pregunta filtro en nuestra encuesta. Aquellos que respondieron que sí utilizaron, podían continuar con las siguientes secciones y, aquellos que marcaban que no, eran llevados instantáneamente al final de la encuesta. Obtuvimos un total de 151 personas (66,5%) que respondieron que sí las utilizó, y un 33,5% que nunca utilizaron este tipo de plataformas. De este modo, comenzamos a comprender el contexto de nuestra encuesta, con una gran mayoría de respuestas de mujeres, estudiantes universitarios y solteros.

Aquellos que respondieron que usaron las aplicaciones de citas fueron llevados a la siguiente sección de nuestra encuesta. De aquellos que respondieron que alguna vez la usaron, un 63,8% respondió que las utilizan actualmente. De ese 36,2% que marcó que no las utiliza en la actualidad, encontramos que la gran mayoría (40,6%) dejaron de utilizarla en el 2023, seguido por el 2022 (17,8%).

Por el otro lado, solo el 34,4% marcó utilizar solo una aplicación, mientras que un 38,4% uso exactamente dos y un 27,2% optó por utilizar más de dos. *Tinder* se destacó como la aplicación más utilizada por nuestros encuestados, obteniendo un 89,4%, seguido por *Bumble* con un 51,7%, luego *Happn* con un 12,6%, *OkCupid* (28,5%) y *Grindr* (7,9%). Siguiendo con esta tendencia, un 66,9% de nuestros encuestados marcaron que tienen preferencia por alguna *app*, siendo *Tinder* y *Bumble* las más populares.

Nos pareció interesante investigar por cuanto tiempo nuestros encuestados utilizaron estas *apps*, ya que este dato podría revelar información crucial para entender sus patrones de uso. En relación a esto, un 41,4% afirmó haberlas utilizado por menos de 6 meses, lo que indica que existe una constante renovación de usuarios en estas aplicaciones. Sin embargo, en otra pregunta de nuestra encuesta, les consultamos a nuestros participantes si alguna vez eliminaron las *apps* para volver a descargarlas. En este punto, descubrimos que un 76,7% respondió que sí, lo cual podría indicar episodios de fatiga, aburrimiento o frustración. Estos tres aspectos fueron confirmados en nuestras entrevistas, sin embargo, ahondaremos en profundidad estas cuestiones a lo largo del capítulo 3.3. Asimismo, a pesar de que una gran mayoría optó por eliminarlas en algún momento, descubrimos una frecuencia de uso alta, con un 31,8% de nuestro universo recurriendo a las aplicaciones dos a tres veces por semana, seguido por un 23,2% que marcó usarlas cuatro a seis veces por semana.

3.2. Motivaciones de Uso

3.2.1 Motivaciones

A lo largo de este capítulo, examinamos los diversos motivadores que nuestro universo marcó en torno al uso de las aplicaciones de citas, con el fin de obtener una respuesta y acercamiento a nuestro primer objetivo general de esta investigación.

La curiosidad fue la motivación principal para bajarse la aplicación para un 62,9% de nuestros encuestados, seguido por el aburrimiento (45%). En nuestras entrevistas uno de los participantes, Lautaro, 23 años, manifestó que “estaba aburrido y me baje la aplicación y no tenía un fin.” y Sofía, 25 años, aclaró que se bajó las aplicaciones “(...) solo para ver, me dio curiosidad (...) Era literalmente para ver qué onda.”. Estos datos nos revelaron que, más allá de descargarse la aplicación para conocer gente (el objetivo principal de la aplicación), los usuarios también presentan un interés por utilizar estas aplicaciones como un medio de entretenimiento. Así mismo, un 46,4% de nuestros participantes marcaron que su motivación de descarga fue la búsqueda de relaciones esporádicas, mientras que un 25,8% los incentivó la idea de encontrar una relación a largo plazo.

Otra de las motivaciones marcadas fue la búsqueda de encuentros sexuales (29,1%) y el deseo de probar algo nuevo (43%). Este dato fue identificado en nuestra entrevista con Tadeo, de 22 años: “Curiosidad y aburrimiento, pero por parte también a buscar sexo.”. Así mismo, en esta pregunta de la encuesta se destacó la influencia de presión social (5,3%) y la recomendación de amigos (22,5%). Ambas cuestiones se encontraron también en la entrevista de Tadeo: “Todos mis amigos hablaban del sexo y las apps y probe” y de Sofía, “(...) porque veía que mucha gente la usaba”. Por otra parte, se destacó el deseo de conocer gente fuera del círculo social habitual (39,1%) que también se identificó en la entrevista de Samuel, 28 años: “La posibilidad de poder conocer a nuevas personas completamente fuera de tu grupo de personas.”. Asimismo, encontramos que otra de las motivaciones de nuestros encuestados era la búsqueda de mejorar su autoestima, tema que se analizará exhaustivamente en el próximo

capítulo. Por último, otra parte de nuestros encuestados marcaron que se descargaron las *apps* para encontrar actividades durante la pandemia (0,7%), no obstante, esta motivación no fue identificada en nuestras entrevistas. Estos datos y revelaciones de las entrevistas demuestran que las motivaciones para utilizar estas plataformas van más allá del simple objetivo de buscar relaciones a corto o largo plazo.

Uno de nuestros intereses reside en comprender si existe una preferencia en nuestro grupo demográfico en cuanto a los encuentros casuales o la construcción de relaciones románticas duraderas, ya que tener este dato nos permite comprender sus patrones de uso. Ante la afirmación que presentamos en la encuesta “Utilizó más la aplicación para encuentros casuales y divertirme”, obtuvimos una mayoría combinada del 47,2% que marcó estar de acuerdo (31,3% de acuerdo y el 15,9% muy de acuerdo). Esto demuestra que casi la mitad de nuestros encuestados identifican a las *apps* como una herramienta para experiencias más fugaces. Por el otro lado, hubo una mayoría significativa del 58,3% que marcó estar muy en desacuerdo y en desacuerdo ante la siguiente premisa: “Utilizo más la aplicación para encontrar relaciones serias y duraderas”. Solo un 21,2% (17,2% de acuerdo y un 4% muy de acuerdo) ve estas plataformas como medios efectivos para esto.

Siguiendo con nuestro análisis, nos interesaba también comprender el tipo de relaciones que nuestros encuestados formaron a través de las *apps*. Esto nos permite entender qué resultados obtuvo nuestro universo a partir de sus motivaciones iniciales que exploramos en el párrafo anterior. Estos resultados nos permitieron comprender que las relaciones que se establecieron reflejan la tendencia de los resultados anteriores, en la cual la gran mayoría indicó que formaron conexiones casuales con personas que conocieron en estas aplicaciones. A partir de la pregunta “¿Qué tipo de relaciones estableciste con personas que conociste mediante las aplicaciones de citas?”, un 43% de los encuestados marcó una relación casual o esporádica, y un 36,4% mencionó que establecieron relaciones meramente para encuentros

sexuales. Por el otro lado, un 17,9% manifestó formar un noviazgo a partir de las *apps*. Además, un dato que nos sorprendió, fue que un 16,6% desarrolló amistades. Este es un dato revelador ya que, la única aplicación que tiene la opción de conectar con personas con el mero propósito de encontrar amigos es *Bumble* con su funcionalidad *BFF*, pero esta obtuvo un 100% de respuesta que nuestros encuestados solo la utilizaban en función *DATE*, es decir, para formar conexiones románticas.

Asimismo, hemos identificado la facilidad de conexión en estas plataformas como un motivador. Esto resalta la necesidad de las personas a vincularse con otras personas y como las aplicaciones de citas ofrecen un medio para eso. Esto puede ser identificado en la entrevista de Lautaro, al mencionar en su entrevista que “antes, en la generación de nuestros padres o abuelos, se conocían en un *bar*, veían a alguien en la calle, o alguien les llamaba la atención e iban a hablarles, era su único medio (...) hoy en día es el *like* de Instagram o el *swipe* de las aplicaciones de citas.”.

Nuestra encuesta reveló opiniones diversas sobre esta eficacia para conocer personas mediante las *apps* en comparación a métodos tradicionales. Ante la premisa “Las aplicaciones de citas son más efectivas para conocer personas que otras aplicaciones o de forma orgánica (en un bar, en una salida o a través de amigos)”, obtuvimos los siguientes resultados:

- Muy en desacuerdo: 22,5%
- En desacuerdo: 27,2%
- Neutral: 24,5%
- De acuerdo: 17,9%
- Muy de acuerdo 7,9%

A pesar de opiniones divididas, hay una cantidad notable de encuestados que encuentra que las aplicaciones de citas son más eficientes para conocer gente nueva. Este

deseo de conectar con gente por medio de las aplicaciones de citas se evidencia en la relevancia que los usuarios dan en cuanto a la distancia geográfica al seleccionar posibles *matches*. Así pues, un 63,6% de los usuarios de *Grindr* declaró estar muy de acuerdo en que la proximidad geográfica es crucial, mientras que en *OkCupid*, *Bumble* y *Tinder*, esta percepción también es alta (47,6%, 43% y 42,3% respectivamente).

Estos datos exponen que, además de buscar relaciones, ya sean casuales o serias, otra de las motivaciones para el uso de estas plataformas se vincula a la comodidad de poder conocer gente nueva y encontrar *matches* geográficamente cerca. Esta necesidad de encontrar conexiones fáciles y de forma conveniente también se refleja en nuestras encuestas, tal como se puede identificar en las declaraciones de Gonzalo (21 años) “es muy difícil conocer gente en la vida real” y Samuel, 28 años, que remarca “lo fácil que era conocer gente y establecer nuevos vínculos” a través de estas aplicaciones.

La practicidad de estas plataformas, el ahorro de tiempo y la facilidad en el proceso de conocer a alguien también fue un tema recurrente en nuestras entrevistas. Uno de nuestros entrevistados, Lautaro, lo resume así: “Considero que la practicidad es el gran punto a favor, la velocidad y descartas cosas muy fácilmente que antes necesitabas dos o tres citas para ver si iba o no. Entonces te ahorras tiempo, plata y malestares”. De este modo, la facilidad de establecer o descartar *matches* se convierte en una motivación para los usuarios a seguir utilizando estas plataformas. Tal como menciona Tadeo (22 años): “Es muy fácil conocer gente nueva, y si alguien mínimamente no me copa, es muy fácil descartarla”. Por el otro lado, Sofía (25 años) agrega otra dimensión a esta discusión al señalar que en las *apps*: “(...) sabes que esa persona está dispuesta a salir o que está buscando algo, sea casual o tener relaciones sexuales. Entonces como que ya está. Como que rompiste esa barrera.” Por ende, la claridad en las intenciones y la facilidad son identificadas como ventajas significativas. Más allá de la practicidad, una motivación primordial para la gran mayoría de usuarios es el

deseo de conocer gente nueva. Gonzalo declara que algo que lo motivó a bajar estas aplicaciones y que lo impulsa a seguir utilizandolas es el deseo de conocer gente y salir “(...) me parece divertido ver toda la diversidad de gente que hay”. Estos comentarios destacan como las aplicaciones de citas son vistas como una herramienta eficaz para la búsqueda de conexiones rápidas y fáciles que funcionan tanto como una motivación inicial para descargarlas como también una de las razones que los mantienen activos en las *apps*.

Algo que nos llamó la atención fue que, a pesar de que los usuarios satisfacen sus necesidades en las *apps*, los usuarios destacan varias consecuencias emocionales negativas, pero que continúan utilizandolas con la esperanza de que esto cambie. Estos efectos negativos se identifican primordialmente en los efectos en el autoestima y percepción de los usuarios al utilizar estas aplicaciones. Una de las motivaciones que inclinan a los usuarios a estas plataformas es para subir su autoestima, tal como menciona Mora, “(...) no me la descargue con la finalidad de conocer a alguien presencial sino tener validación.”. Una mayoría significativa de nuestros encuestados manifestaron que, al obtener un *match*, sentían felicidad y validación. No obstante, en el capítulo 3.3.1 estudiamos este tema en profundidad con el fin de analizar cómo esta motivación se convierte en un arma de doble filo en los usuarios.

3.2.2 Diferencias de las apps

En el capítulo 1.3 hemos justificado las razones detrás de la elección de las cuatro aplicaciones que utilizamos para abordar nuestra investigación: *Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*. Resulta primordial resaltar un sesgo que hemos encontrado al momento de recopilar los datos tanto de las encuestas como de las entrevistas. Este sesgo se identifica en el desafío en torno a la representatividad que tuvimos en la recopilación de datos de usuarios de *Grindr*. De un total de 153 participantes, solo siete indicaron utilizar esta aplicación. Además, durante la etapa de entrevistas, de los once entrevistados, sólo uno manifestó ser usuario de *Grindr*.

Por ende, la escasez de respuestas de *Grindr*, nos limita la posibilidad de poder sacar conclusiones generalizables en cuanto a la experiencia de sus usuarios en nuestra investigación. De todas formas, cada aplicación tiene sus peculiaridades y especificidades en cuanto a sus usos y esto será investigado a continuación.

A partir de nuestras encuestas, hemos notado que nuestros encuestados han manifestado tener preferencia por ciertas aplicaciones, con un 66,9% respondiendo que prefieren unas por sobre otras. Dentro de esas 103 personas que respondieron afirmativamente a tener preferencias, hubo un gran consenso entre *Tinder* (31,4%) y *Bumble* (39,2%). La tercera aplicación con mayor inclinación fue *OkCupid* con 20 personas prefiriendo esta *app* por sobre otras, seguido por *Grindr* (4 personas), *Happn* (3 personas) y las otras 5 respuestas restantes se repartió entre *dating.com*, *Hinge* e *Inner Circle*.

Dentro de nuestros encuestados que manifestaron haber utilizado aplicaciones de citas, un 90,7% fueron usuarios de *Tinder* en algún momento. Esto muestra que es una aplicación sumamente utilizada dentro de nuestro universo estudiado.

A la hora de analizar las diferencias de cada *app*, es importante analizar funciones comunes entre ellas, tal como la elección de la distancia y la edad, presente en las cuatro aplicaciones estudiadas. En cuanto a *Tinder*, hemos notado una gran relevancia en torno a la geolocalización, ya que el 81% de nuestros encuestados lo considera entre una cuestión relevante y muy relevante, siendo 42% los encuestados que mencionaron que era muy relevante. En torno a la edad, un 70,8% consideran muy relevante y relevante el poder seleccionar el rango etario a los perfiles para *matchear*. Estos datos son similares a los hallados en *Bumble*, en donde un 52,3% de los encuestados marcaron haber utilizado esta aplicación. Dentro de este porcentaje, 78,4% remarca que la distancia es un factor altamente relevante al seleccionar un posible *match*. En torno a la edad, un 70,88% visualiza a la edad como importante, parecido a *Tinder*. Luego, en *OkCupid* se repite este patrón en torno a la

geolocalización, con un 76,1% y a la edad con 71,4%. En *Grindr*, a pesar de que obtuvimos solo un total de nueve respuestas, la relevancia geográfica es de un 81% y la edad es de un 45,5%. Si bien la cantidad de respuestas varía entre las aplicaciones, podemos observar una repetición en los porcentajes, marcando que tanto la edad como la distancia geográfica como un factor de relevancia común.

La gran diferencia que hemos notado entre las *apps*, gira en torno a las motivaciones de uso, gratificaciones obtenidas y efecto en el bienestar. En primer lugar, analizaremos las motivaciones de los usuarios en cada aplicación. Por un lado, *Bumble* se destaca por su particularidad en que las mujeres deben iniciar la conversación, lo cual parece ser una motivación en varios de nuestros encuestados. Casi la mitad de los encuestados que respondieron la sección de *Bumble*, afirman que esta particularidad es una de las principales razones para utilizar esta aplicación. Esto puede marcar una preferencia o apreciación a dinámicas que desafían las convenciones tradicionales del cortejo. El hecho de que las mujeres tengan el poder de la iniciativa, les proporciona una motivación aparte, ya que les ofrece un control y autonomía en el proceso de cortejo. Sofia (25 años) indicó en nuestras entrevistas que utiliza *Bumble* porque “siento que es más segura, ya que la mujer inicia la conversación.” Otra de las particularidades de *Bumble* es el límite de 24 horas para iniciar una conversación con un *match*. Esto también se identifica como una motivación importante, con un 40,5% de los encuestados respondiendo que los inclina a comenzar las conversaciones y un combinado de 60,7% que declara que los motiva a utilizar más la aplicación. No obstante, esto también tiene consecuencias en el bienestar de los usuarios ya que hay un 21,5% que indica que les genera una presión adicional y un 13,9% que manifiesta preferir más tiempo. Por otro lado, las motivaciones de los encuestados a utilizar *OkCupid* se basan principalmente en la búsqueda de conexiones más genuinas y auténticas, ya que se considera una aplicación que hace hincapié en la búsqueda de conexiones basadas en intereses y

valores. Más de la mitad de nuestros encuestados (52,4% de acuerdo y 23,8% muy de acuerdo) manifestó apreciar el enfoque de *OkCupid* hacia la búsqueda específica basada en intereses y valores. Algo distintivo de esta aplicación es que ofrece a sus usuarios un porcentaje de compatibilidad con otros internautas a partir de una serie de preguntas que el usuario debe responder al crear su cuenta. Los datos de nuestra encuesta demuestran que una amplia mayoría avala esta función, con un 73,7% indicando que están de acuerdo y muy de acuerdo con la eficacia de esta función, lo cual demuestra un deseo a conexiones más profundas basadas en coincidencias en la compatibilidad. En conexión a esto, un 35,7% indicó estar de acuerdo y un 23,8% muy de acuerdo con que las presentaciones detalladas de los perfiles ayudan al momento de hacer un *match*. Así pues, puede identificarse la libertad de expresión como una motivación, tal como mencionó Gonzalo (21 años), “(...) es un ambiente, más parecido a uno mismo en todos los aspectos”. Esto difiere por completo de *Tinder* ya que, a pesar de que es una aplicación ampliamente utilizada, un 30% de los encuestados marcaron que la estructura de la aplicación no les permite reflejar quiénes son. De todas formas, esto parece ir en combinación a lo que nuestros encuestados identificaron que es una aplicación enfocada en los encuentros casuales y esporádicos, con un combinado de un 63,5% que manifiestan estar de acuerdo y muy de acuerdo a que se utiliza *Tinder* con este fin. Por último, *Grindr* es conocida principalmente por conexiones más casuales y sexuales, con un 81,81% estando de acuerdo con esta premisa, como también por su orientación hacia la comunidad LGBTQ+. De nuestros encuestados que respondieron la sección de *Grindr*, un 72,72% manifestaron estar de acuerdo que esta aplicación se centra más en la comunidad y se ajusta más a sus preferencias.

Nuestros resultados demuestran que las gratificaciones obtenidas de las *apps* están vinculadas a las motivaciones particulares de cada aplicación. Así pues, en *Bumble* la gratificación principal es la dinámica que las mujeres inician la conversación, en *OkCupid* el

enfoque basado en los intereses y valores proporcionado por el porcentaje de compatibilidad, *Tinder* por su facilidad de uso y amplia variedad de usuarios y por último, *Grindr* proporciona la gratificaciones en términos de conexiones rápidas y espontáneas.

La utilización de estas aplicaciones de citas tienen un efecto en el bienestar, un eje primordial en nuestra investigación. En primer lugar, en *Bumble*, el límite de tiempo para iniciar una conversación tiene un impacto dual en el bienestar: por un lado, los incentiva a entrar a la aplicación, pero por el otro, les genera presión. Sin embargo, los diversos efectos en el bienestar que hemos ido identificando son principalmente en torno a las formas de representación. Mientras que en *Tinder* y *Grindr* la limitación de autoexpresión y establecimiento de conexiones pueden no satisfacer las necesidades y deseos de los usuarios, en *OkCupid* y *Bumble* la capacidad de expresarse genuinamente y tener conversaciones más profundas pueden tener un impacto positivo en el bienestar. Estas cuestiones en torno a la limitación de autoexpresión pueden resultar en frustraciones o la incapacidad de formar una conexión genuina. No obstante, estos efectos serán estudiados en profundidad en el capítulo

3.3.2.

3.2.3. Interfaz

Tal como hemos mencionado a lo largo de este escrito, las aplicaciones estudiadas en esta investigación han transformado radicalmente la forma en la que los individuos buscan parejas, conexiones casuales y hasta incluso amistades. Un aspecto primordial que explican la popularidad y operatividad de estas *apps* es el modelo freemium⁸. Este modelo permite a los usuarios utilizar la aplicación de forma gratuita con acceso a funcionalidades básicas, mientras que también les ofrece la posibilidad de pagar un cierto monto para tener acceso a

⁸ El modelo freemium es un modelo de negocios donde se ofrece un servicio o un producto en su forma básica de manera gratuita pero que tiene un servicio premium con funcionalidades más avanzadas habilitable luego de pagar cierta barrera de precio. Esto se da en muchas aplicaciones de citas, donde el usuario puede disfrutar de funcionalidades básicas de manera gratuita pero si quiere tener un acceso mayor a las funciones que la aplicación ofrece debe de pagar cierto precio.

funciones más avanzadas. En el caso de las aplicaciones de citas estudiadas en esta investigación, las funcionalidades avanzadas en el modelo pago pueden ir desde que los usuarios sepan quién les dio “like”, la posibilidad de *swipear* ilimitadamente, hasta funcionalidades más específicas como mejorar la exposición del usuario y ser presentado a una mayor cantidad de perfiles.

Este modelo no sólo explica parte de la estructura económica de estas aplicaciones, sino que influye en la dinámica de uso y experiencias de los usuarios. Este es un aspecto que hemos estudiado tanto en las encuestas como en las entrevistas. En este análisis hemos identificado una tendencia clara hacia la preferencia por el servicio gratuito: un 90,7% de los encuestados indicaron no haber pagado jamás por el uso del servicio *premium*. Esta alta tasa hacia la preferencia de la experiencia gratuita se divide en dos tipos de usuarios: aquellos que no quieren pagarlo como nuestro entrevistado Lautaro (23 años) ya que opina lo siguiente: “(...) no le voy a dar plata a una aplicación para ver quien le gusta mi foto de perfil o no.” Por otro lado, hay usuarios que observan que las funciones básicas de la aplicación satisface sus necesidades y motivaciones, por ende no encuentran ninguna motivación a invertir financieramente en la aplicación, tal como Santiago, 25 años “(...) no siento que te den nada por lo que valga la pena pagar. Obvio acortan plazos a la hora de encontrar tu *match* y esas cosas. Pero el que pagues por una aplicación de citas no significa que automáticamente consigas una pareja.”.

No obstante, dentro de nuestro universo hay un 9,3% que indicaron que optaron por pagar por el servicio *premium*. En este pequeño fragmento, los usuarios manifestaron diversas motivaciones que los llevaron a realizar el pago. La razón predominante, con un 66,8%, fue el deseo de ver los perfiles que le habían dado *like* al usuario, lo que demuestra una valoración hacia la búsqueda de validación y facilitación de conexiones. Otra de las motivaciones que se destaca en nuestros datos incluyó la posibilidad de tener *likes* ilimitados

con un 25%. A la par, otros incentivos incluyeron la posibilidad de aumentar la exposición de sus perfiles (18,8%) y la posibilidad de conectar con perfiles fuera del país de origen del usuario (31,3%). Por otro lado, las opciones de obtener más *superlikes*⁹ y la posibilidad de revertir decisiones anteriores, como dar *unmatch*¹⁰, fueron las menos populares, ambas con un 6,3%.

Estos datos sugieren que las motivaciones de los usuarios del universo de nuestra encuesta que están dispuestos a pagar son por un lado aumentar sus oportunidades de hacer conexiones, o ganar más visibilidad. A pesar de que no poder generalizar nuestros resultados en torno a esta cuestión ya que son una gran minoría (9,3%), ofrece una perspectiva valiosa sobre los servicios *premium*.

Una de las tácticas de las aplicaciones para capturar la atención de sus usuarios es mediante las notificaciones, y las aplicaciones de citas no son las excepción. Nosotros clasificamos dos tipos de notificaciones: aquellas directas y funcionales que informan al usuario que recibió un mensaje o un *match*, y aquellas con índole más comercial diseñadas para captar la atención del usuario con el fin de ingresar a la aplicación como “*Obtén gold para que veas a quien le gustas*” o “*¡Ay! Te perdiste un match*”. El primer tipo de notificación es clave para la prontitud de respuestas y la creación de una conexión, mientras que el objetivo de la segunda es mantener activo al usuario en la aplicación al jugar con la curiosidad e interés del usuario, tal como dice Juan de 25 años “Es algo que al usuario lo invita a seguir ahí en la aplicación. Mismo con las notificaciones, es intenso.”. Así pues, la atención y la participación del usuario se capta claramente mediante el uso de las notificaciones. No obstante, la elección de activarlas o no reside en el usuario. En torno a esta

⁹ Los *superlikes* se utilizan en las aplicaciones de citas con el fin de destacar notablemente por sobre otros. Cuando un usuario (A) le da superlike a otro perfil (B), el perfil del usuario A aparecera automáticamente al usuario B, menciondoles que el perfil A les dio un *superlike*. En *Bumble* esta práctica se llama de otra forma: *superswipe*.

¹⁰ La eliminación de un *match* que el usuario hizo previamente.

cuestión, en nuestra encuesta, nuestro universo se divide en dos partes: un 50,3% tienen las notificaciones encendidas, mientras que el 49,7% restante opta por no hacerlo.

Las motivaciones que impulsan a nuestros encuestados a encender las notificaciones varían entre no perderse ningún mensaje (30,8%), estar al tanto de un *match* en específico (38,5%) y el deseo de responder más rápido (12,8%). Estas tres cuestiones presentan a un usuario proactivo y pendiente a lo que sucede dentro de la aplicación. En conexión a esto, hubo un 21,8% que marcó que las tienen encendidas por el simple hecho de mantenerse más activos, lo que representa la inmediatez que requieren las aplicaciones. Así mismo, casi una mitad de los encuestados que mantienen las notificaciones encendidas (44,9%) indican que es por defecto, ya que siempre las tienen activadas en todas aplicaciones, y las aplicaciones de citas no son la excepción. Finalmente, hay un 10,3% que menciona la curiosidad como motivación para mantener las notificaciones encendidas. Estos datos sugieren que la decisión de activar las notificaciones en las aplicaciones de citas va más allá de su utilidad para la interacción, sino que también revelan cómo los usuarios participan y prestan atención en estas *apps*. Estos datos revelan cómo las aplicaciones se convirtieron parte de la vida cotidiana de las personas, cumpliendo no solo sus necesidades de conexión sino que también satisface sus rutinas tecnológicas.

En el análisis de las encuestas y las entrevistas, hemos identificado que las aplicaciones de citas fueron referidas comúnmente como un juego. Reconocidas por su simplicidad de uso y por el enfoque e importancia que le dan a las imágenes, estas aplicaciones se han vuelto cada vez más fugaces. En torno a esta cuestión, Mora de 27 años, expresa que “ (...) uno se vulnerabiliza; pones una foto tuya, una descripción tuya y la gente decide si le gustas o no. El miedo de la mirada ajena siempre está en juego, aunque lo niegues, en el fondo sabes que sí.”. El usuario comprende la practicidad y simpleza de su uso, siendo que a la izquierda está el voto negativo mientras que a la derecha el positivo. Con

simples *clicks* y en cuestión de segundos es como los internautas pueden llegar a conectar con un usuario que sea de su interés, provocando así sensaciones encontradas en los consumidores de la aplicación, sintiéndose a menudo como productos en una estantería esperando a ser evaluados por ojos ajenos y finalmente elegidos o desechados. Esto último es lo que resalta Lautaro en su entrevista cuando menciona que un aspecto que no le gustaba de las aplicaciones de citas era que se sentía “(...) un producto de supermercado.”. Esto también es expresado por Greta (26 años) “(...) al fin y al cabo lo que estás haciendo es un poquito de *online shopping*. Es lo mismo que cuando estás comprando online (...), lo que estás viendo se tiene que vender y verse lo suficientemente bien para que vos digas “Bueno esto encaja en mi vida, lo necesito, lo quiero”.”.

Los datos de nuestra encuesta demuestran que la facilidad que existe al momento de *swipear* perfiles puede desencadenar en comportamientos indiscriminados. En torno a esta cuestión, un 14,6% de nuestro universo manifestó estar de acuerdo con la práctica de *swipear* indiscriminadamente, mientras que un 9,3% muy de acuerdo. Este comportamiento demuestra la facilidad en la cual los usuarios navegan por un catálogo de opciones, “Es como un catálogo, siento que si uno no se lo toma en serio puede ser un juego.” (Juan, 25 años).

Por ende, podemos inferir de estos datos la existencia de interacciones rápidas y faltas de sentido en las aplicaciones de citas, donde se fomenta una conexión desconectada. Esta deducción se ve complementada por otros datos de nuestra encuesta. Por ejemplo, los usuarios que participaron de nuestra encuesta marcaron una preferencia a tratar tópicos superficiales con sus *matches*. Hallamos un acumulativo de 66,2% de usuarios que indican que la especie que conversaciones que llevan a cabo dentro de este espacio virtual suele ser de esta clase, desinteresadas y frívolas. A su vez, el estudio resalta que al 36% de nuestro universo prefiere este tipo de interacciones y a un 26% se mantiene neutral ante un tipo de interacción vacía de sentido y una más profunda. Reforzando estos datos brindados por la

encuesta, tenemos la información adicional de que 40,4% de los usuarios declararon estar en desacuerdo y muy en desacuerdo con la afirmación “Prefiero tener conversaciones más personales y profundas en la aplicación”. Así pues, podemos deducir que las prácticas que se llevan a cabo dentro de las aplicaciones de citas suelen tender a ser frívolas y distantes, como también prácticas ya que, tal como relata Juan “por más de que haces *match*, hablas con muy pocos, si estas en una *app* de citas para hablar con gente y no terminas hablando ¿para que estas? Para chusmear.”.

Apoyándonos en lo dicho por Juan es que traemos a colación el siguiente punto de nuestro análisis. Observando las prácticas de los usuarios entrevistados es que nos encontramos con diferentes tipos de usuarios, entre ellos a los coleccionistas. Estos son los que no inician conversaciones y los que optan por no borrar *matches* inactivos, dándoles así el nombre. Este tipo de usuario suele estar asociado a aquello que estuvimos trabajando anteriormente, es decir, son aquellas personas cuya motivación principal para estar en la aplicación es la curiosidad y que no tienen en claro que es lo que están buscando. Según los datos recopilados en nuestra encuesta, el 49% de los usuarios de aplicaciones de citas indicaron que esperan a que los *matches* les escriban primero. Si bien esto puede deberse a que en nuestra encuesta hay un 66,5% de mujeres comparado a un 32,6% de hombres, consideramos remarcable que habiendo en la encuesta una aplicación donde son las mujeres las que tienen que dar el primer paso como en *Bumble*, siga existiendo una cantidad considerable de usuarios que toman un rol pasivo a la hora de interactuar. Este punto se refuerza también cuando observamos que un 39,6% de usuarios responden que están en desacuerdo con la afirmación de “*Suelo iniciar la conversación con mis matches*” mientras que 22,1% permanecieron neutrales ante la afirmación, dando así un 61,7% de usuarios que se inclinan a la negativa, resultando así en el perfil de coleccionista pasivo.

Pero justamente, este tipo de usuarios pueden emerger también por el foco ‘*user friendly*’ bajo el cual las aplicaciones están construidas. Esto significa que las aplicaciones hacen que los usuarios experimenten una cantidad de sensaciones en cuestión de segundos y a tan solo un par de *clicks*. Desde gratificaciones instantáneas, como puede ser el *match* o un mensaje, hasta los aspectos negativos que hacen que estas aplicaciones parezcan máquinas tragamonedas donde el éxito puede llegar a ser muy exaltante y el fracaso muy deprimente. Así pues, nos resultó relevante indagar las recompensas que el usuario sentía en torno a esta cuestión de una forma más específica. Ante la premisa “Me siento feliz cuando obtengo un *match*”, los datos de nuestros encuestados revelan que un combinado del 56,3% marcó que les da satisfacción obtener *matches*. Así pues, esta recompensa que actúa como una gratificación instantánea lleva a los usuarios a seguir utilizándolas con la finalidad de alcanzar ese resultado, comúnmente referido en nuestras entrevistas como un “premio”. Tal como describe Mora, 27 años “(...) es como un juego, vas *swipeando*, haces *match* y sentís que ganas algo, y así. A veces *swipeaba* perfiles que sabía que no me gustaban solo para tener el sentimiento de que me aparezca “*It's a Match!*”. Me llenaba por un lado, pero me dejaba vacía por el otro. (...) un arma de doble filo” y Juan, de 25 años, describe la sensación del *match* como “emocionante en algún punto”. Así pues, al preguntarle a los encuestados si la cantidad de *matches* tenía un impacto en su uso de las aplicaciones, un 37,1% manifestó estar de acuerdo y muy de acuerdo, y un 25,2% optó por mantener una posición neutral al respecto. En nuestras entrevistas, cuando intentamos comprender la razón de esta gratificación y cómo fomenta el uso de estas aplicaciones, Mora expresó que “(...) nadie la usaría si no te da gratificaciones. El tema es que para mí, esas gratificaciones no son tangibles, entonces la gente vuelve a buscarlas”. Siguiendo el hilo de lo comentado, Juan nos compartió que este mecanismo “(...) está pensado para que uno tenga esas ganas de seguir mirando y *swipeando*”. Por el otro lado, un 39,7% de los encuestados marcaron sentir

desilusión al no conseguir un *match* deseado. No obstante, nos parece interesante destacar un dato que obtuvimos en la encuesta en cuanto a la desilusión en este punto; este sentimiento no desmotivaba a los usuarios a seguir utilizándola. Un 62,6% expresó estar muy en desacuerdo y en desacuerdo ante la afirmación propuesta de ‘Dejo de usar la aplicación si no obtengo la cantidad de *matches* que deseaba.’

En este punto se nos presenta una contradicción en nuestros resultados. Por una parte, un combinado del 37,1% de los usuarios (sumatorio entre acuerdo y muy de acuerdo) indican que cuanto más *matches* obtienen, más los motiva a utilizar las apps, lo cual presenta el acumulativo de *matches* como un incentivo. Por el otro, solo un 16,1% (combinado entre de acuerdo y muy de acuerdo) marcaron que dejan de usar la aplicación si no obtienen la cantidad de *matches* deseada, que podría interpretarse como respuesta ante la desilusión o frustración. Tal como menciona Emma (24 años) en la etapa de entrevistas, “Si me va mal no entro, es desmotivante no tener *likes*.”. Estos dos conjuntos de datos, presentan una paradoja interesante en torno al comportamiento de los usuarios en las *apps* en el nuestro grupo demográfico y etario estudiado. Esta contradicción revela claramente la diversidad de motivaciones y expectativas ante el uso de las *apps*. Mientras que un segmento interpreta la conexión como un estímulo positivo, otro segmento depende de números específicos como un indicador de éxito que, al no cumplirse, no los incentiva a utilizar las aplicaciones. Esta reacción negativa podría ser resultado de expectativas y metas no realistas en cuanto a la cantidad numérica de *matches*, y cuando estas no se materializan, el mecanismo que inicialmente los motivó a utilizarlas, es la misma que lleva una respuesta contraria que impacta en el bienestar de los usuarios. Por el otro lado, la discrepancia del segmento del 37,1% que indica que los *matches* incentivan a un mayor uso, mientras que en otra premia una gran mayoría del 62,6% manifiesta que no dejaría de usar las *apps* ante la falta de *matches* deseados, presenta otro tipo de impactos en el bienestar. Los encuestados que

marcaron no sentirse influenciados por la cantidad de *matches* indica una flexibilidad en cuanto a su uso y un disfrute mayor de la plataforma, ya que no necesitan alcanzar ciertas métricas para disfrutar las aplicaciones. Esto puede verse reflejado entre la diferencia en las respuestas de Mora y Gonzalo (21 años), que presentan dos formas de pensarlo. Por un lado, Mora presenta una postura más flexible al pensar que “todos somos descartables. Encuentran algo mejor y chau, nunca fue tan fácil conocer gente pero nunca fue tan difícil conectar. Creo que eso es lo que la gente no entiende.” y Gonzalo dice que los *matches* funcionan como una gratificación que debe alcanzarse al declarar que “(...) cuanto más gente *matcheo*, mas subo de nivel. Cuando ya te sentís desesperado de no subir de nivel metes like a cualquier persona para al menos tener uno, aunque no te guste likeas.” Otro de los efectos en el bienestar que presenta esta discrepancia en los resultados es que, aunque una cantidad elevada de *matches* es tomado como positivo para los usuarios, no es un factor determinante para dejar de usarlos. Así pues, a pesar de que es una gratificación deseada, su ausencia no es lo suficientemente desmotivadora como para dejar de utilizar las aplicaciones. Esto se refleja con lo dicho por Gonzalo que las aplicaciones “(...) tiene eso, es un ciclo de tener una buena racha, es como un jueguito y te enganchas, tenes mala racha y lo dejas y así consecutivamente. Y así repetís el ciclo.”. Así pues, se presenta una gama amplia de motivaciones para utilizar estas plataformas que van más allá de la cantidad de *matches*.

Tal como venimos mencionando a lo largo de este capítulo, las aplicaciones de citas son vistas por sus usuarios como un juego y, como toda plataforma de entretenimiento, su uso tiene un efecto en el bienestar emocional. A través de los datos recopilados en la encuesta, identificamos como las aplicaciones de citas potencian sentimientos de soledad, sensación de conexión falsa y sentimientos de reemplazabilidad. Los resultados, en cuanto a la premisa de la encuesta que “Las aplicaciones de citas a menudo me dejan sintiéndome más solitario/a”, presentan una división. Por un lado, un 41,7% de nuestro universo no se siente más

solitario/solitario al utilizar estas aplicaciones, mientras que un 39,1% discrepa y declara que sí contribuye a sentimientos de soledad. Esta diferencia es aún más remarcada al tomar en consideración que un 19,2% se mantiene neutra ante la afirmación. Estos datos se ven complementados al analizarlo con otra de nuestras premisas que presentamos a nuestros encuestados enfocado en la percepción de sensación de falsas conexiones. Un combinado del 53,6% declaró que no consideran que las conexiones dentro de las aplicaciones sean auténticas. Así pues, la complementariedad de ambos datos demuestran las limitaciones de las *apps* de ser un medio efectivo para crear conexiones auténticas y profundas, algo que aleja a las aplicaciones de su objetivo inicial que es formar parejas.

Un poco retomando aquello que se estuvo trabajando a lo largo de este capítulo, estos porcentajes nos muestran cómo es que las *apps* están diseñadas para que el usuario se enfrente a interacciones fugaces y llanas, en su mayoría frías y de falta de sentido, lo que da esta sensación de una falsa conexión. Una aplicación que se basa en la utilización de imágenes es más propensa a resultar en interacciones superficiales. Esto demuestra que la estructura de la interfaz, que además presenta una gran cantidad de perfiles a sus usuarios, puede influir negativamente en la soledad, conexión y también en el sentimiento de reemplazabilidad. Al analizar los datos de nuestra encuesta, descubrimos que esto parece influir de forma negativa en la autopercepción de los usuarios, con un 36,5% de nuestro universo que se siente fácilmente reemplazable y un 14,6% que mantuvo una postura neutral. Estos datos potencian la premisa de nuestra encuesta que “Las aplicaciones de citas y su facilidad para conocer personas me hacen sentir que el otro es simplemente reemplazable y que puedo encontrar algo mejor” con la cual un combinado del 40,4% marcó identificar al otro como simplemente reemplazable. Finalmente, aunque la mayoría de los usuarios no se considera "adicto" a las aplicaciones de citas (con un porcentaje de 85,4% negando esto), hay una proporción significativa que siente que cuantos más *matches* tienen, más quieren usar las

aplicaciones. Esto sugiere que para algunos, la utilización de aplicaciones de citas puede basarse en un ciclo de recompensas incesantes que los impulsa seguir utilizándolas.

Tal como hemos visto en el capítulo de definición del problema (capítulo 1.3), un estudio de *Tinder* reveló que el 72% de los jóvenes hacen una decisión consciente de permanecer solteros, y nos parecía importante investigar si esto se debía a los efectos que puedan causar las aplicaciones de citas. Lo que observamos tanto en la encuesta como en las entrevistas, es que estas aplicaciones no parecen influir de manera significativa en los conceptos del “amor” y el “compromiso”. Un combinado del 23,3% manifestó que su uso derivó a un cambio en la percepción en torno a estas cuestiones, mientras que una amplia mayoría combinada del 60,6% marcó que no incide. Esto puede identificarse claramente en las entrevistas. Por un lado, participantes tal como Tadeo, explica que “la búsqueda de relaciones de todo tipo va a perder todo el valor.”, pero que no relaciona que esto sea por las *apps*, sino que funcionan como un espejo de la sociedad ya que, “Cuando surgen estas apps y sus manierismos, nadie dijo que estaba mal, al revés, hubo un consenso colectivo a seguir con estas prácticas superficiales carentes de sentido.”. Esto se complementa con lo que dice Lautaro (23 años) sobre que “las *apps* solo reflejan lo que ocurre en la sociedad en general” y lo mencionado por Greta (26 años) que las aplicaciones le “permitió ver cómo la sociedad especialmente mi generación ve el compromiso o ve el amor (...)”. Por otro lado Emma (24 años), declara que hay que sacar a las aplicaciones de citas fuera del contexto ya que “(...) no hay que inflarlas más de lo que son, es una *app* de citas. El amor romántico yo creo que como te lo venden en *Disney* no existe, pero por experiencias mías fuera de estas aplicaciones. Y no lo digo como algo pesimista, sino que lo digo como algo realista y liberador. Las *apps* me parecen un medio más para conocer gente.”. Esto se complementa con lo dicho por Gonzalo (21 años) con su opinión que, para él, son “(...) un medio para un fin, y el fin ni siquiera es enamorarse, es empezar a entablar una relación con alguien.”.

Así pues, las aplicaciones de citas son un puente que permite a los usuarios conectarse con otras personas, como también recibir validación. No obstante, esto viene acompañado de desafíos y preocupaciones relacionadas a la autoestima, autenticidad y calidad de conexiones formadas. Lautaro reflexiona que las aplicaciones derivan en “(...) gente con problemas de mucha ansiedad y depresiones. La incapacidad de relacionarse de forma profunda e importante que vaya más allá de las tendencias sociales.”. Este dicho se complementa con lo mencionado por Mora (27 años) que observa que los usuarios se encuentran “cada vez más desconectados y más superficiales.”. Estas cuestiones serán analizadas en mayor profundidad en el siguiente capítulo.

3.3 Bienestar

A lo largo de nuestro trabajo hemos aludido a la importancia que tiene el estudio del bienestar en nuestra tesis ya que, nuestro segundo objetivo, se centra en el análisis del mismo. No obstante, somos conscientes de que el bienestar es algo único que difiere de persona en persona. Pero, al investigar esta dimensión de forma general en la encuesta, y luego de forma personal en las entrevistas, tuvimos la posibilidad de hacer un acercamiento a cómo los usuarios conviven y experimentan estas plataformas y al entorno digital. Como mencionamos, el "bienestar" es una palabra que puede definirse e interpretarse de varias maneras. Por ello, formulamos que uno de nuestros objetivos específicos sea la creación de nuestros propios medidores que sean relevantes para nuestra investigación, con el fin de poder analizar estos componentes en nuestros hallazgos y también definir que significa "bienestar" en el contexto de este estudio.

Para ello, a partir del estudio de nuestra encuesta y entrevistas, hemos delimitado nueve medidores que nos permiten abordar el análisis de nuestros hallazgos y generar unos

resultados más enriquecedores en torno al estudio del impacto del uso de estas aplicaciones en el bienestar integral de sus usuarios:

Medidor 1: Cansancio

- Manifestaciones recurrentes de agotamiento físico y mental. Investigamos si el uso intensivo de estas aplicaciones pueden llevar a estos sentimientos e identificar cómo impacta en sus usuarios.
- En torno a este agotamiento, resulta crucial estudiar si este sentimiento puede tener una influencia directa en la voluntad de los usuarios a seguir utilizando estas *apps*.

Medidor 2: Autopercepción

- Investigamos si las experiencias y las dinámicas que experimentan los usuarios en este tipo de aplicaciones, tal como el rechazo, tienen un efecto en cómo los usuarios se autoperciben y se adjudican valor propio.
- Al tratar temas de autopercepción y valor propio, nos vamos a encontrar con una serie de experiencias únicas. Sin embargo, lo crucial en este punto es analizar las variaciones o patrones que identifiquemos en nuestros participantes.

Medidor 3: Disfrute:

- Analizamos cuales son los componentes y experiencias que llevan a los usuarios a tener una experiencia positiva.
- En conexión al disfrute, utilizamos este medidor con el fin de identificar una serie de motivadores que expliquen las razones detrás de la elección de los usuarios a seguir utilizando o no las *apps* de citas.

Medidor 4: Prejuicios

- En cuanto a los prejuicios existentes en torno al uso de las aplicaciones de citas, nuestro interés radica en descubrir si el uso de las mismas altera actitudes y/o creencias preexistentes.
- Asimismo, queremos comprender si la existencia de estos prejuicios influyó (o no) en la habilidad de los usuarios a crear vínculos en estas aplicaciones.

Medidor 5: Vergüenza

- De mano al medidor anterior, este nos permite identificar la existencia de ciertos estigmas sociales sobre estas plataformas y, si es que los hay, exploramos de qué formas los afecta y si esto tiene un impacto en su uso.
- Analizamos el sentimiento de vergüenza con el fin de comprender si esto tiene un efecto directo en su experiencia dentro de la plataforma como también la dificultad (o no) de conectar con otros usuarios.

Medidor 6: Culpa

- Investigamos si nuestros participantes son invadidos por sentimientos de culpabilidad en cuanto a su uso. Deseamos explorar la razón de eso como también cómo los afecta.
- En el caso de que sí afecte a nuestros participantes, estudiamos cómo este sentimiento puede afectar en su salud emocional.

Medidor 7: Satisfacción

- Investigar si estas aplicaciones satisfacen las expectativas y deseos de sus usuarios.
- A partir de este primer punto, podremos analizar si la satisfacción (o no) que obtienen en estas plataformas tiene un impacto en el bienestar general de sus usuarios.

Medidor 8: Ilusión

- Exploramos si los sentimientos de ilusión que puedan tener los usuarios al descargar estas aplicaciones influyen en cómo experimentan las vinculaciones en las aplicaciones de citas. En conexión a esto, nos interesa entender si esta ilusión optimista o, en su contrario, si el usuarios tiene una inclinación pesimista, afecta en su uso de las aplicaciones de citas en busca del amor.
- Investigamos si las experiencias reales que tuvieron los usuarios en las aplicaciones modifican esos sentimientos de ilusión y, por ende, comprender si esto impacta en su bienestar general.

Medidor 9: Ansiedad

- identificamos de qué modo sentimientos de estrés y preocupación desprenden de la utilización de las aplicaciones de citas y, de este modo, entender cómo impacta al usuario.
- Exploramos las diversas técnicas llevadas a cabo por sus usuarios con el fin de contrarrestar estos sentimientos de ansiedad y preocupación.

Así pues, hemos delimitado una serie de nueve medidores fundamentales para analizar los hallazgos de estas siguientes partes. La utilización de las mismas nos provee un marco para comprender qué significa "bienestar" en nuestra investigación y como analizamos

esta cuestión. Asimismo, provee un marco contundente que demuestra claramente cómo el uso de estas aplicaciones tiene un efecto e impacto en diversas áreas de la vida humana.

3.3.1 Validación y Autoestima

Los datos recopilados tanto del análisis de nuestra encuesta como de las entrevistas demuestran que hay dos elementos de la condición humana que se ven afectados por el uso de las aplicaciones de citas: la autovaloración y la búsqueda de aprobación de otros. Tal como hemos explicado anteriormente, la auto-presentación en estas plataformas se ven limitadas a imágenes personales y descripciones concisas. Así pues, en nuestro análisis hemos descubierto que el foco puesto en el aspecto físico tiene un efecto en los usuarios en torno a la autoestima y validación.

La elección de las fotografías y cómo el usuario decide expresarse en la descripción plasman cómo cada uno se ve a sí mismo y, consecuentemente, repercute en cómo somos vistos y evaluados por otros usuarios. En base a esos elementos que el usuario decide mostrar, otros internautas de las aplicación deben decidir si le gusta o no, es decir, el fundamento en la decisión de hacer *swipe* a la izquierda o la derecha. Así pues, en el marco de nuestra investigación, resulta crucial estudiar el impacto de la autoestima en este entorno digital, más aún teniendo en consideración que tanto nuestra encuesta como entrevistas lo han marcado tanto como un incentivo para utilizar estas aplicaciones como también un punto de inflexión.

Además de que el elemento de la autoestima se convirtió en una motivación para los usuarios, hemos decidido analizarlo en la sección de bienestar ya que hemos encontrado que tiene un efecto colosal en el bienestar y salud emocional de los individuos. Por ende, analizaremos esta sección con la ayuda de nuestro segundo medidor de bienestar

(autopercepción), ya que nos permite entender cómo la identidad personal y el bienestar personal y emocional se ve afectado por estas plataformas.

A pesar de que las expectativas de cada usuario en la aplicación varían, hay una cosa que tienen en común: el deseo de ser *matcheado*. Para ello, el perfil del usuario debe ser gustado por otros. Una de las motivaciones predominantes que identificamos en nuestro estudio es el uso de estas plataformas como búsqueda de reconocimiento y revalidación, estrechamente vinculados con el concepto de autovaloración. Ante la premisa en nuestra encuesta “Cuando obtengo un *match*, siento que mi autoestima o confianza aumenta”, un combinado del 66,9% respondió que estaba de acuerdo y muy de acuerdo, con tan solo un 15,2% que expresó estar en desacuerdo. Así pues, una gran proporción de nuestro universo indicó un aumento en su autopercepción y autovaloración al obtener un *match*. Esto demuestra el papel primordial y la importancia de las confirmaciones externas que los usuarios buscan en estas plataformas. Mora, 27 años, explica que una de sus motivaciones era la búsqueda de autovalidación: “(...) Quería ver si era una persona deseable o no.” Por ende, funciona como un impacto psicológico positivo que influye en la autopercepción y validación y motiva a los usuarios a utilizar las aplicaciones. Sofía, de 25 años, menciona esto en su entrevista al declarar que “(...) a veces la usamos como fuente de autoestima más que por ganas de conocer gente realmente.” Estos hallazgos sugieren el rol primordial que juegan las aplicaciones de citas en la autoestima y autoimagen de los usuarios. Al ofrecerles recompensas inmediatas a través de *matches*, tienen el poder de causar un efecto en los usuarios. Esto puede manifestarse de diversas formas, tal como la búsqueda de atención que menciona Samuel (28 años) en su entrevista: “Atención. Si sentía que no estaba obteniendo suficiente atención, chau.”. No obstante, la dependencia de confirmaciones externas suscita dudas en torno a la perdurabilidad de ese aumento de confianza. Tal como menciona Mora, este incremento era fluctuante: “Si, aumento mi confianza. Pero como recae en la mirada

ajena, en el momento que no tenía matches, mi autoestima volvía a estar por el piso. Es un arma de doble filo, te puedes creer en la cima o que no vales nada. Peligroso.”

De este modo, a pesar de que la búsqueda de confirmación y validación funciona como un incentivo importante para utilizar estas aplicaciones, trae también un cuestionamiento hacia las consecuencias de que la autoestima recaiga en las opiniones y aprobaciones ajenas. Tal como menciona Lautaro (23 años): “La parte mala es que yo me siento juzgado, me presto a ser juzgado. El juzgamiento es invariable, pero necesitar que alguien te juzgue, es algo que no me gusta.”.

Con lo mencionado a lo largo del capítulo, podemos identificar que una de las gratificaciones obtenidas es la validación al obtener *matches*. Esto se ve ilustrado en nuestra premisa “Me siento feliz cuando obtengo un *match*.”, con un combinado del 56,3% que manifestaron estar de acuerdo y muy de acuerdo. Esta felicidad expone claramente que el sentimiento de validación, que hemos discutido previamente, es claramente una gratificación importante al usar estas aplicaciones. La alegría que proviene de un *match* refuerza las percepciones de deseabilidad y autoestima, lo cual motiva a los usuarios a continuar usando las aplicaciones con el deseo de poder repetir esa experiencia positiva. Tal como menciona Juan, de 25 años, en su entrevista, “Al principio cuando recién me había descargado *Tinder* me re emocionaba tener muchos *matches*, me re divertía. Cada vez que recibía un *match*, la seguía utilizando solo para poder recibir otro, me generaba una sensación difícil de explicar en palabras.”.

La vinculación entre validación y felicidad presenta una motivación compleja, ya que se presenta un nuevo objetivo de los usuarios al instalar estas aplicaciones. Es decir, ya no solo funcionan para buscar conexiones románticas (o sociales), sino que también como una búsqueda de validación personal dadas por las gratificaciones que estas plataformas ofrecen. Tal como menciona Marcela (22 años) en su entrevista, “A veces de hecho entras por

entretenimiento nomas, como para sentir validación, ni siquiera para *matchear*.” y Mora al mencionar que“ (...) en ese momento no me la descargue con la finalidad de conocer a alguien sino eso, tener validación.”. El hecho de que un 61,9% de nuestro universo haya estado de acuerdo que se siente validado al obtener un *match*, y un 56,3% que reportó sentirse feliz cuando sucede eso, muestra la importante conexión de las emociones positivas con el uso de las aplicaciones. Esto es aún más notorio cuando analizamos su contraposición. En nuestras entrevistas, varios aludieron al hecho de que si no obtenían *matches*, dejaban de utilizar las aplicaciones ya que entendían eso como un rechazo, “Pero también sentía que si no obtenía (*matches*) me estaban rechazando. Ahí empiezan las siguientes preguntas: ¿por qué no me dan bola?, ¿no seré lindo?, ¿hay mejores *matches* ahí afuera?, ¿no soy interesante?. Y esas preguntas eran mucho para mí entonces directamente prefería borrarla y evitar esa crisis existencial.” (Samuel, 28 años).

Este efecto dominó de buscar un *match*, sentirse validado y por ende, sentir felicidad, permite entender uno de los componentes que hacen atractivas a las aplicaciones de citas. No obstante, también abre la puerta a una serie de preguntas en torno al efecto emocional que esta dependencia de validación conlleva. Emma (24 años) ilumina sobre esta problemática en su entrevista, al presentar la validación que ofrecen las *apps* como un arma de doble filo “(...) si ese día me estoy sintiendo fea por así decirlo y tengo pocos likes si me lo empeora, y lo mismo viceversa. Si me estoy sintiendo linda y veo que tengo muchos *matches* como que me mejora mi percepción de aquel momento.”.

Asimismo, identificamos sentimientos fuertes de desilusión y dudas sobre uno mismo, que afectan negativamente en la autoestima de los usuarios. Aproximadamente un 39,7% de los internautas de estas plataformas manifestaron en nuestra encuesta sentirse desilusionados al no obtener un *match* con alguien que deseaban. Este sentimiento deriva de que sienten una falta de reconocimiento o interés en su persona por parte de otros y, por ende, esto

desencadena en una serie de sentimientos negativos. Esto se añade al 33,1% de los usuarios que duda de sí mismo cuando no obtienen los *matches* que esperaban, y un 38,4% que pone en tela de juicio su apariencia física cuando esto sucede. Tal como se menciona en nuestras entrevistas, “El miedo de la mirada ajena siempre está en juego, aunque lo niegues, en el fondo sabes que si.” (Mora, 27 años). Así pues, los datos mencionados exponen como la falta de validaciones externas puede desencadenar en un cuestionamiento de la apariencia física y deseabilidad en los usuarios, lo cual revela claramente el rol que juegan estas aplicaciones en el autoestima y bienestar emocional. Tal como mencionó Juan, de 25 años, “En definitiva uno siempre espera un poco esa validación externa pero. Si hubiese tenido 2 likes en 2 meses de uso si me hubiera afectado, pero por suerte no me pasó.”

Los datos que revelan sensaciones de desilusión y autocuestionamiento contrastan con el 73,5% de los usuarios que declaran sentirse más atractivos cuando obtienen varios *matches*. Por ende, estos sentimientos contrastantes revelan como los *matches* pueden ejercer como un reforzador positivo o una herramienta negativa, “El uso continuo de la aplicación está limitado a la cantidad de likes que obtengas” (Santiago, 25 años). Así pues, estas plataformas funcionan como un espejo que reflejan como sus internautas entienden su valor en el mercado de citas y el amor, tal como menciona Samuel: “ (...) es una validación a que sos atractivo, que en el mercado de citas, te buscan y te quieren. Hay gente que te observa y le gustas por meramente lo físico. Te sentís deseado, que vales algo. Suena triste pero lo veo así.”

La dualidad en los efectos revelan una dependencia por parte de los usuarios de la validación externa con el fin de construir su autoestima. Por un lado, los *matches* funcionan como fuente de gratificación y reafirmación, pero también pueden venir acompañados de efectos contraproducentes que afectan directamente en el bienestar emocional de los usuarios. Tal como hemos mencionado anteriormente, en estas plataformas se enfatiza la apariencia

física. Los resultados de nuestra encuesta revelan que un combinado del 31,2% (de acuerdo y muy de acuerdo) y un 15,9% que presentó una postura neutral, manifestaron sentirse juzgados por su apariencia física en las aplicaciones de citas. Gonzalo (21 años) hace referencia a esta temática en su entrevista al mencionar lo siguiente: “A mi me pasa que me da esta sensación de que estoy en la amplia mayoría que no somos ni divinos ni feos entonces siempre es fácil tirarse abajo (...)”. Por ende, podemos observar que existe una preocupación por parte de los usuarios en cómo percibidos por miradas ajenas y cómo pueden entrar en juego las inseguridades de los usuarios. Un 53,7% de nuestro universo afirma que los *matches* actúan como una validación de apariencia física.

Otro de los efectos en el bienestar que identificamos tanto en nuestros encuestados como entrevistados, es la percepción que tienen en torno a los sentimientos de reemplazabilidad. Ante la premisa “Las aplicaciones de citas me han hecho sentir que soy fácilmente reemplazable y que hay una “opción mejor”, un 36,5% de nuestros encuestados manifestaron estar de acuerdo y muy de acuerdo, mientras que el 14,6% presentó una postura neutral. De este modo, una gran mayoría de nuestro universo siente que pueden ser fácilmente reemplazados en estas plataformas.

Esta sensación de reemplazabilidad también afecta en cómo los usuarios valoran a los demás. Un combinado del 40,4% marcaron estar de acuerdo y muy de acuerdo de que las aplicaciones de citas los hacen sentir que el otro es simplemente reemplazable y que pueden encontrar algo mejor. La diferencia de estos números de si uno se siente reemplazable y que otro es fácilmente reemplazable podría ser que uno nunca va a identificarse como una persona reemplazable, siempre va a querer observar lo mejor de uno mismo y posicionarse de la mejor forma posible en el mercado de citas. Por ende, aquí puede presentarse un sesgo de auto-percepción. En cuestión a este tema, Mora (27 años) declara en su entrevista que “(...) todos somos descartables. Encuentran algo mejor y listo, nunca fue tan fácil conocer gente

pero nunca fue tan difícil conectar. Creo que eso es lo que la gente no entiende (...) El amor se convirtió un juego, que triste no?”.

A lo largo de este capítulo, podemos observar que a pesar de las gratificaciones iniciales obtenidas, se deben tener en consideración los efectos que pueden tener a largo plazo en el bienestar emocional de los usuarios. Pese a que se presentan aspectos positivos tal como el aumento de autoestima o una mejor autopercepción, vimos que al analizar otras cuestiones, se pone en cuestionamiento su durabilidad e importancia. Así pues, se revela como la constante exposición de los usuarios a ser evaluados por miradas ajenas, puede resultar en sentimientos de inseguridad, insatisfacción y reemplazabilidad, contrarrestando los beneficios temporales que habían sentido en un principio con las validaciones obtenidas por los *matches*. En conclusión, a pesar de que las aplicaciones ofrecen gratificaciones instantáneas, estas no perduran en el tiempo. Funcionan como un punto de venta de las aplicaciones de citas, tal como hemos trabajado en capítulos anteriores. Los usuarios de estas aplicaciones se ven invadidos por un falso sentido de felicidad de corto plazo para luego ser inundados por una sensación de reemplazabilidad y malestar e inseguridades en torno a su apariencia física.

3.3.2 Armado del yo

Sibilia (2008) en su libro *La intimidad como espectáculo*, expone que en la actualidad, la vida privada pasó a ser pública y que, en consecuencia, el individuo tiende a espectacularizarla con el fin de obtener reconocimiento externo. En el marco de nuestra investigación, las aplicaciones de citas no solo se configuraron como un medio exitoso para conectar con personas, sino que también como un ámbito en el cual los usuarios tienen la libertad de ir formando su propia versión del “yo”. Así pues, los usuarios crean identidades en estas plataformas, en el cual, en el caso particular de las aplicaciones de citas, tiene un objetivo final claro: el deseo. Adrede a las expectativas individuales de cada usuario, el

objetivo final de la aplicación es conseguir conectar con otra gente y, para ello, se necesita el *swipe* a la derecha. Para que esto suceda, las miradas ajenas deben mirar ese perfil como deseable. A lo largo de este capítulo, exploramos cómo esta configuración digital del “yo” en este entorno digital tiene implicancias en el bienestar emocional y social de sus usuarios.

La creación de un perfil viene acompañado de una serie de factores psicológicos y sociales. Esto se identifica desde la elección de fotos para el perfil hasta que datos el usuario elige compartir de sí mismo. Esta construcción suele tener un tinte de superficialidad ya que, con objetivo de ser deseado ante otros, los usuarios tienden a darle más importancia a su atractivo físico o, por ejemplo, armar su identidad en base a normas socialmente aceptadas. En base a nuestros datos tanto cuantitativos como cualitativos, hemos identificado tendencias en torno a este aspecto en las prácticas de uso y cómo afecta a los usuarios. Esto varía desde la presión que manifiestan a ser vistos de forma atractiva “(...) cosas que veo que se repiten en todos los perfiles. *Beboteo*¹¹ a pleno en la primera foto (...) en la primera siempre tenes que captar la atención de la gente, como un producto.” (Samuel, 28 años), como también la búsqueda de compatibilidades auténticas y el deseo de presentarse de forma genuina “Podes entender como soy yo. Es como que podes entender un pantallazo general de quien soy yo.” (Tadeo, 22 años).

A pesar de que las aplicaciones de citas tienen gran foco en torno a las apariencias físicas, un aspecto que identificamos en nuestra investigación es que nuestro universo manifestó un interés predominante a la autoexpresión y búsqueda de genuinidad en este ámbito digital. Aproximadamente, el 55% de los participantes de nuestra encuesta indicó que se esfuerzan en analizar toda la información de los perfiles de los usuarios, más allá de las fotos. Este dato contradice la creencia de que en estas plataformas rigen la superficialidad y

¹¹ Práctica de los nuevos métodos de seducción en la era digital. Consiste en fotos o *selfies* que se suben a diversas plataformas, como las redes sociales, con la finalidad de captar la atención y deseabilidad de otras personas.

atracción física. Así mismo, un 62,2% de nuestro universo indicó que desliza selectivamente los perfiles, lo cual muestra una selección cautelosa en torno a qué conexiones establecen.

Sin embargo, estos datos difieren de otro de nuestros hallazgos. Al indagar más sobre el uso de las aplicaciones en nuestros encuestados, nos encontramos que un sólido 54,3% indicaron sentirse en desacuerdo y muy desacuerdo con la afirmación de darle más importancia a la descripción de los perfiles que a sus fotos. Esto nos permite entender que, si bien los usuarios de las aplicaciones de citas llegan a analizar la información completa que ofrece el perfil, terminan rigiéndose por las imágenes curadas por las personas que se encuentran utilizando estas plataformas. Este hallazgo salta a la luz en la entrevista de Mora (27 años) cuando ella señala lo siguiente: “Suenan re superficial perdón, pero nunca me paso de ver una foto de un pibe que no me parece atractivo pero vi que su *hobby* era algo que me gustaba (...) y diga ‘ay re lo *swipeo!*’ No.”.

La estructura de cada una de las aplicaciones influye en cómo los usuarios presentan su verdadero “yo” en este entorno digital. Por lo tanto, era de nuestro interés investigar las diferencias que podrían llegar a existir en *Tinder*, *Bumble*, *OkCupid* y *Grindr*.

En *Tinder* y *Bumble*, nuestros encuestados respondieron que la estructura de estas aplicaciones no les permite armar un perfil que refleje quiénes son completamente. En *Tinder*, un 30% de sus usuarios en nuestro universo de la encuesta manifestó que no les permite crear un perfil que refleje a ellos mismo, con un 38,7% que presentó una postura neutral al respecto. En *Bumble*, un 26,6% marcó que no sienten que la estructura les permite crear un perfil detallado, mientras que el 32,9% indicó una postura neutral.

Estos datos toman relevancia cuando se compara con *OkCupid*, en el cual nuestros encuestados que utilizan esta aplicación expresaron apreciación hacia el nivel de detalle que tiene la creación del perfil. Esto se da tanto en el cuestionario inicial con preguntas abiertas como los sistemas de compatibilidad que permite a los usuarios a conectar mejor con otros

internautas. Por ende, la configuración del perfil es más detallada y los internautas pueden presentarse de forma más genuina. Esto puede identificarse en que hay un interés para tomar ventaja de todas estas características que ofrece la aplicación. Ante la pregunta: “¿Respondiste las preguntas del cuestionario de la *app* para mejorar la compatibilidad con tus *matches*?”, un 50% respondió que sí lo había hecho. Por otro lado, un 73,8% aprecia estos porcentajes de compatibilidad y un 76,2% les gusta la búsqueda específica basada en intereses y valores. Las coincidencias de intereses y porcentajes de compatibilidad motiva a un 38,1% de nuestros encuestados a iniciar conversaciones, mientras que el 45,2% indica que alguna vez los ha motivado. Por el otro lado, el 55% de nuestro universo total que indicó que invierte tiempo en analizar la información del perfil se pone en evidencia con *OkCupid*, en el cual un 59,5% de los encuestados que usan esta aplicación indicaron que las presentaciones detalladas los ayudo en la decisión del *match*.

Lo mencionado anteriormente se ve reflejado también en el sentimiento que esta aplicación genera sobre sus usuarios. El código de uso que se maneja dentro de la aplicación *OkCupid* es mucho más relajado a aquellos que se encuentran en *Tinder* y en *Bumble*. Marcela (22 años) compartió con nosotros en su entrevista que, a pesar de haber utilizado *Tinder*, *Bumble* y *OkCupid*, es en esta última donde se siente más cómoda. “La verdad es que me siento más auténtica en *OkCupid*. (...) Ahí puedo ser un poco más relajada en cuanto a las fotos que subo como porque total la persona que estoy mostrando que soy yo va más con la aplicación. En cambio con *Tinder* me pasa que por ahí tengo que elegir un poco distintas las fotos, más de *beboteo*, como que hay otro código ahí. Me siento más cómoda con el código de *OkCupid*.”

Un elemento que hemos estudiado con detenimiento a lo largo de todo este trabajo son las satisfacciones obtenidas de las aplicaciones ya que es importante para comprender las experiencias de los usuarios y las razones porque las siguen utilizando o no. En el capítulo

3.3.4 presentaremos como algunas de las desmotivaciones que influyen negativamente en el bienestar, en lugar de impulsarlos a dejar de utilizarlas, los llevan a seguir utilizandolas, un hallazgo significativo en nuestro estudio. No obstante, en este capítulo, uno de los descubrimientos más significativos de nuestro estudio en torno al armado del “yo” es que la mayoría de los encuestados indican que creen que la creación de un perfil más elaborado incrementa sus chances de conseguir *matches*. Esto indica la importancia que nuestros encuestados adjudican a la autoexpresión con el fin de lograr una conexión genuina. No obstante, los datos previamente expuestos indican que en sus decisiones finales en cuestión de los *matches*, terminan rigiéndose por las imágenes más que por la descripción.

Un perfil detallado y genuino podría resaltar en aplicaciones como *OkCupid*. Sin embargo, a pesar de que puedan existir preferencias hacia la genuinidad, un 47,1% admite que siente una presión a modificar sus presentaciones de modo que no refleje fielmente su auténtico “yo”. Por lo tanto, los usuarios se encuentran en una dicotomía de balancear su autenticidad con ser aceptados socialmente. Esto también entra en juego ante las estrategias de presentación que se utilizan en las aplicaciones de citas, algo en lo que entramos en detalle con nuestros entrevistados. Emma (24 años) alude a este sentimiento en su entrevista cuando menciona que “(...) hay cierta presión de presentarse de cierta manera, pero no se lo adjudico únicamente a las aplicaciones de citas. (...) Todas las aplicaciones tienen sus términos y condiciones en el sentido de sus usos prácticos y sociales. Entonces si siento que hay cierta presión de mostrarte de cierta manera, pero no siento que sea falso.”. Por ende, esta presión social de presentación no solo se presenta en estas plataformas, sino que en varios ámbitos del entorno digital tal como *Instagram*, *LinkedIn* o *TikTok*.

Una de las preguntas de nuestras entrevistas era en torno a si sentían una necesidad de embellecer sus perfiles. Con respecto a esto, Emma respondió que sí, pero qué se debe al uso generalizado de las redes sociales, sin embargo, lo argumentó con algo que nos llamó la

atención. Mencionó que “ (...) hay mucho de eso en las redes porque es algo muy fugaz, los tiempos digitales son muy rápidos, veo tu perfil 2 segundos y me fui. Entonces por ahí si que necesitas llamar más la atención. Pero, la vida se trata de venderse.”. Nuevamente los entrevistados vuelven a tocar esta idea de la comercialización en las aplicaciones de citas, donde uno debe de ser vendido de la manera correcta para ser comprado, en el sentido de las aplicaciones obtener el *match*.

Otros cuantos de nuestros entrevistados tocaron el concepto de la comercialización cuando fueron preguntados acerca del armado del ‘yo’. Santiago (25 años) comparte el punto de vista de Emma a la hora de venderse de la forma correcta, pero añade otro punto de análisis interesante: “Por otro lado, supongo que un factor importante que determina cómo te presentas en las aplicaciones es a las personas que buscas atraer. Para llamar la atención de una clientela específica tenes que mostrarte y venderte de una manera específica que atraiga la atención de esa clientela.”. Lo que queremos destacar de este aporte de Santiago es la percepción que nos comparte de ajustar ciertos aspectos del yo que encajen con las necesidades de la clientela que uno quiere alcanzar, relacionándose así con nuestra pregunta acerca del embellecimiento del perfil.

Algo que se conecta con esta idea del armado del individuo que venimos trabajando en este capítulo son las ideas expresadas por Warnick (2004). La autora utiliza como ejemplo los juicios con jurado y afirma que uno desea presentarse de la mejor manera posible ya que, es a partir de la percepción del carácter de uno que el jurado llegará a un veredicto. La investigación de Barbara Warnick se refleja en los comentarios que hacen tanto Tadeo (22 años), como Sofía (25 años) y Mora (27 años) en sus entrevistas. Estos tres vuelven a tocar el punto de la comercialización del ser a través de las aplicaciones de citas pero, esta vez, compartiendo las estrategias que cada uno tiene para conseguir llegar al público deseado. Tadeo comentó que “no pongo cosas que no se reflejan en mi, pero evito poner las cosas que

sé que no venden de mi.”, por este mismo camino de pensamiento es que Sofía expresa que “No siento que mi perfil refleje quién soy, sino que refleja cómo quiero que me vean y eso sería la más atractiva posible, dentro de lo que se puede” y ,por último, Mora confiesa lo siguiente: “O sea no es que dije mentiras sobre mí misma, sino que solo mostraba lo atractivo de mi para ser swipeada.”. Estos tres usuarios compartieron con nosotros las estrategias de comercialización que tienen, la cual es ocultar aquellos aspectos negativos o no tan atractivos de su persona y exacerbar los aspectos positivos que saben que funcionan dentro de las aplicaciones y dentro del público con el cual les interesa hacer *match*.

Por ende, a lo largo de este capítulo hemos analizado los distintos tipos de estrategias que los usuarios emplean en estas aplicaciones para la formación de su identidad personal. Los datos que hemos presentado revelan una relación complicada en cuanto a la expresión de uno mismo en estos medios, la búsqueda de autenticidad, la elección de perfiles, y el deseo de ser reconocido por otros usuarios utilizando estrategias de venta de uno mismo. Hemos podido encontrar en este análisis de las interacciones y percepciones, una lucha interna entre una presentación genuina pero que también se alinee a las expectativas y normas sociales que permita a los usuarios presentarse socialmente atractivas. Así mismo, nuestros datos han presentado una contradicción a la creencia general que estas aplicaciones son meramente superficiales, ya que notamos una tendencia de nuestro universo a expresarse de una forma sincera. No obstante, luego descubrimos que las fotos tienen más relevancia en la decisión de un usuario a hacer *match*. En conexión a esto, también identificamos la presión que sienten al momento de presentarse y las tácticas de ventas que existen para posicionarse de una mejor forma en el mercado de citas para conseguir reconocimiento social.

Por lo tanto, existe una dualidad en los usuarios a ser fieles a ellos mismos pero también obtener aceptación social. En este juego de equilibrios, nuestros datos de la encuesta

y entrevistas sugieren que los internautas suelen comprometer su identidad para poder obtener reconocimiento social.

3.3.3 Prejuicios y vergüenza

Hoy en día, las aplicaciones de citas son usadas masivamente alrededor del mundo. Se han convertido en una herramienta capaz y valiosa para formar nuevas conexiones con personas. No obstante, aún existen tabúes sobre su uso, ¿por qué sucede esto?. Este es un punto crucial de nuestra investigación que deseábamos explorar ya que, la existencia de estigmas y prejuicios pueden tener un impacto en el bienestar de sus usuarios. Nuestra búsqueda sobre este tópico inició en la encuesta, donde nuestro primer acercamiento fue a partir de la afirmación “Me siento culpable o avergonzado/a por usar estas aplicaciones”. Lo que observamos a partir de las respuestas de los encuestados fue que un 31,8% de nuestra población estaba muy en desacuerdo con la premisa, dándonos a entender que no se encontraban avergonzados o no sentían culpa de utilizar la aplicación. Sin embargo, lo que nos terminó llamando la atención fue que un 25,2% de los encuestados se sentía neutral ante la consigna que propusimos y un 17,9% estaba de acuerdo. Si bien estos porcentajes no superan a aquellas personas que indicaron estar en desacuerdo, decidimos profundizar esta cuestión en las entrevistas para poder dar voces a aquellos que sintieran algún estigma ante las aplicaciones, ya sea actual o de un pasado.

Una de las primeras cuestiones que pudimos observar en las entrevistas era la percepción ocurrente del uso de las *apps* como tabú. Mora (27 años) y Emma (24 años) expresan sentimientos complejos que dan luz a los estigmas que se desprenden del uso de estas plataformas. Por un lado, Mora fue muy directa: “Hay una realidad y es que las apps de citas, son tabú.”. Esto la llevó a cuestionar su propia necesidad de usarlas, como una insuficiencia en su vida social “(...) tan mal estoy que no puedo conocer a alguien en un

boliche y tengo que estar un jueves a la noche *swipeando* perfiles de hombres a la 1am tirada en la cama?” y además marcó prejuicios por el miedo a la mirada ajena “no quería que la gente sepa que estaba en las *apps*.”. Respaldando esta mirada de Mora, nos encontramos con los dichos de Marcela (22 años) quien nos compartió lo siguiente: “Por un lado, como que no se por que, pero lo veía como de desesperada. (...) Lo sentía como más frío, como que fracasas conociendo a gente en persona entonces te descargas la aplicación.”. Lo que nos llamó la atención a la hora de realizar el análisis fue que la entrevistada utilizara la palabra “fracaso” para describir a aquellos que se encuentran en la aplicación, al menos en algún principio. Este es un sentimiento que podemos encontrar con el testimonio de Mora cuando hace mención a estar mal porque *swipea* a la 1 de la mañana. Claramente hay una visión negativa ante los usuarios de la aplicación, una visión de que fracasan en el área sexoafectiva de los encuentros en persona que se ven forzados a acudir a una aplicación para poder satisfacer aquellas necesidades e interactuar con personas de ese modo.

La experiencia que nos relata Sofia (25 años) presenta el impacto de los prejuicios y el estigma social en el bienestar de los usuarios. Su vivencia en torno al uso de estas plataformas presenta como la interacción con las *apps* puede desencadenar en sentimientos negativos, tal como la depresión y la ansiedad. Sofia experimenta sentimientos de depresión debido al prejuicio y percepción que recurrir a ellas sería en realidad un acto de último recurso. Esto puede derivar de un estigma personal y social que aquellas personas que buscan pareja por las aplicaciones de alguna forma “fallaron” en la forma tradicional.

En el caso de Mora, que expresa el tabú que existe alrededor de las *apps*, también se vincula con la preocupación de que otras personas sepan que están solteras y activamente buscando compañía. Tanto Mora como Samuel nos comentan que tuvieron que apagar las notificaciones de las *apps* en su celular por el miedo a que alguien lo vea. Mora nos da su visión en cuanto al tema expresando que se “Sentía que era como desesperada, es decir en

voz alta ESTOY SOLA Y BUSCANDO. Y ahí la gente te pregunta, o saben que tenes ganas de conocer a alguien (...)", y Samuel nos contó que las apagaba por el temor a que alguien viera su celular, ya que "(...) no quería que nadie sepa que yo usaba las apps.". Con respecto a este punto, el análisis se enriquece por lo dicho por Emma "Siento que es algo sobre lo que todos tienen intriga pero no todos se animan."

El miedo de Mora y Samuel de ser descubiertos usando las aplicaciones de citas es similar al de Tadeo (22 años) que nos comparte que le avergüenza "(...) si alguien ve que me llega una notificación de las apps, me da vergüenza. Que alguien te agarre el celu y vea eso, me da vergüenza, es un miedo constante.". Aquí hallamos una preocupación en cómo otros pueden ver su soltería y el miedo a ser juzgados socialmente.

Estos miedos asociados con su uso pueden nacer de los prejuicios que existen de las aplicaciones. Emma analiza una dinámica existente en su grupo social cercano, en donde el acto de utilizar dichas aplicaciones provoca sorpresa "(...) me decían cosas como 'vos te animas'. (...) si lo hace alguien que conocen es como 'Ah bueno, por ahí pruebo'. Las palabras 'vos te animas' encapsulan un significado detrás de desafío y juicio implícito. Por otro lado, Marcela (22 años) menciona un prejuicio en torno a la percepción social en la Argentina al manifestar que "(...) también en Argentina me pasaba que las tenía como muy juzgadas, o viste que tenías vergüenza de decir que tenías apps de citas." Pero señala una evolución, ya sea social o personal, al decir que "(...) en estos últimos años se normalizó más, o a mi ya no me da vergüenza decirlo.". No obstante, la preocupación que nos cuenta tener cuando se descargó la aplicación muestra el miedo que tenía a ser juzgada y la ansiedad que acompaña "Pero en su momento era 'Ojala no me cruce a nadie que conozca en esta aplicación'."

Lo mencionado en esta parte se contrasta con el testimonio dado por Juan, quien declara nunca haber sentido vergüenza "(...) hay mucha gente que siente vergüenza a la hora

de descargarse apps de citas, yo la verdad nunca sentí vergüenza de mi decisión. Siempre lo hice muy consciente y la verdad siempre que lo tuve que decir lo dije.”. Esta perspectiva individual en cuanto a las normas sociales, los estigmas y la vergüenza, proporciona un contrapunto a lo que mencionamos hasta este momento en el análisis de las entrevistas. No obstante, reconoce la vergüenza asociada al uso de estas *apps*, por lo cual se destaca que existen normas y percepciones sociales generalizadas en torno a esta cuestión. Por el otro lado, Lautaro también presenta un cambio de actitud y perspectiva en torno a las aplicaciones de citas. Él presenta un prejuicio interno que tenía basada en una concepción “anti-aplicaciones” ya que no estimaba que podía ser un medio “para generar un vínculo especial con alguien.”. No siente vergüenza en utilizarlas, pero las ve con escepticismo en ser una herramienta efectiva para la formación de una relación significativa.

La experiencia que nos relata Sofía (25 años) presenta el impacto de los prejuicios y el estigma social en el bienestar de los usuarios. Su vivencia en torno al uso de estas plataformas presenta como la interacción con las *apps* puede desencadenar en sentimientos negativos, tal como la depresión y la ansiedad. Sofía experimenta sentimientos de depresión debido al prejuicio y percepción que, recurrir a ellas, sería en realidad un acto de último recurso.

A pesar de que en la primera instancia de de este capítulo mencionamos que en las encuestas descubrimos una mitad de nuestro universo que se encontraba en desacuerdo con la premisa de sentirse avergonzado o culpable al usar las aplicaciones, al haber indagado un poco más en las experiencias individuales de nuestros entrevistados, encontramos grandes diferencias. Hay usuarios como Marcela (22 años), Mora (27 años), Tadeo (22 años) y Samuel (28 años) que resaltan la vergüenza, ya sea a la hora de entrar a las aplicaciones porque sientes que “fallaron” en el ámbito tradicional como también que su círculo cercano social se entere de que forman parte de estas aplicaciones. Por otro lado, tenemos la mirada

de Emma (24 años) y Lautaro (23 años) que señalan los tabúes que acompañan a estas aplicaciones como la dificultad de formar vínculos significativos y que aquellos que se encuentran en estas plataformas solamente buscan sexo. Y, finalmente nos encontramos con el malestar presente en los testimonios de Sofia que menciona sentimientos de depresión y ansiedad.

3.3.4 Descanso y desmotivaciones

En el capítulo 3.2.1, hemos investigado acerca de las motivaciones que llevan a los usuarios a utilizar estas aplicaciones. No obstante, también es importante analizar las desmotivaciones que los lleva a dejar de utilizarlas, ya que esto puede revelar datos importantes acerca del impacto que conlleva su uso y brinda aportes cruciales al efecto que tiene en el bienestar. Pese a que son plataformas con una adopción amplia, hemos visto tanto en la encuesta como en las entrevistas que, cuanto más se utilizan estas plataformas, los internautas son más proclives a encontrarse con distintas barreras que los desmotivan a utilizar estas aplicaciones. En este capítulo, nuestro objetivo es lograr comprender qué es exactamente lo que lleva a los usuarios a dejar de utilizarlas y, si la decisión se basa en el impacto que estaba teniendo su uso en el bienestar emocional.

En torno a la pregunta de nuestra encuesta “¿Usás apps de citas actualmente?”, un 63,3% de nuestro universo respondió afirmativamente, mientras que el 36,7% marcó que no. Por ende, casi una tercera parte de nuestros encuestados señalan que utilizan actualmente las aplicaciones. Sin embargo, dentro de ese 36,7% que respondió negativamente, un 40,6% respondió que la última vez que la utilizaron fue en el 2023, seguido por el 17,8% que marcó el 2022. Por ende, hay una gran proporción de usuarios que dejaron de utilizar estas plataformas en años recientes. Esta tendencia podría ser por varias razones, tanto de la aplicación como cuestiones personales. No obstante, si bien esto es algo que no se alcanzó a

indagar lo suficiente en las encuestas, si fueron temáticas que aparecieron a lo largo de las entrevistas, donde usuarios señalaron experiencias personales que los llevó a dejar de utilizarlas. Una cuestión que notamos en las entrevistas, es la necesidad de un descanso de este entorno digital. Emma (24 años), alude a esta cuestión en su entrevista al explicar la decisión de eliminar las aplicaciones de citas por un periodo de tiempo como parte de disminuir su presencia en las redes y tener un *cleanse digital*¹²: “(...) no lo hice con intención de no volver nunca más, sino que fue un descanso, un *cleanse* digital. O sea, lo que hago es simplemente no entrar a la *app* por meses, pero no la borro, la dejo juntando polvo en el escritorio del teléfono.”. Por lo tanto, este es un comportamiento que revela la necesidad de distanciarse de estas aplicaciones. En la entrevista de Marcela, podemos identificar una desmotivación relacionada al funcionamiento de la aplicación en sí que la lleva a dejar de usarlas directamente: “Mil veces, a veces es como que ya me cansaba y ya no tenía ganas de salir con nadie. Hacía match por hacer, pero estaba desmotivada a tener citas.” Esto demuestra como la falta de progreso y de nuevos estímulos lleva a los usuarios a cuestionar su uso, lo cual lleva a la necesidad de un descanso mental y emocional.

En nuestra encuesta, le preguntamos a nuestro universo si alguna vez eliminaron las aplicaciones solo para volver a descargarlas después, y una gran mayoría del 76,7% respondió que sí, mientras que solo el 23,3% respondió negativamente. La necesidad de pausar o frenar temporalmente el uso de las aplicaciones es una tendencia que también identificamos a lo largo de nuestras entrevistas. Esta necesidad fue impulsada por diversas razones, tal como la desilusión, el aburrimiento o la búsqueda de conexiones más genuinas. Sin embargo, siempre terminamos encontrando menciones hacia la necesidad de tomar un descanso, ya fuera voluntario o no.

¹² Este término alude a un proceso que pueden practicar las personas cuando deciden abstenerse por un período de tiempo al uso de herramientas tecnológicas y/o plataformas digitales. Los individuos deciden desintoxicarse de las pantallas con la finalidad de conectarse con su entorno físico (Vila, 2023).

Este punto nos llamó mucho la atención a la hora de analizar las entrevistas, ya que encontramos un quiebre entre los dos tipos de ‘recreos’ que los internautas necesitaban de las aplicaciones de citas. En primer lugar, tenemos los tiempos de descanso que se tomaban usuarios como Emma, quien optaba por hacer un *cleanse* y era ella quien activamente desinstalaba la aplicación o decidía no entrar en ella. Por otro lado, el otro tipo de descansos que descubrimos a partir de las entrevistas eran aquellos que hacían usuarios como Greta (26 años). Estos descansos consistían en un recreo tal vez no tan consciente. Greta comenta lo siguiente: “(...) no las borro. Simplemente las dejo de usar y con el tiempo se me borran solas del teléfono (...)”. No obstante, a pesar de que estos descansos sean voluntarios o involuntarios, siempre hay un retorno. Tanto Emma como Greta mencionan esto en sus respectivas entrevistas, la primera nos comparte que “Si estoy en el *mood* de usarla genial, sino no.” mientras que la otra manifiesta que “de vez en cuando las vuelvo a descargar”. En su entrevista, Santiago (25 años), también expresa sentimientos de indiferencia y aburrimiento al mencionar que la repetitividad de los perfiles lo llevan a pausar su uso: “Supongo que el sentimiento ese que me inunda cuando las uso es el aburrimiento y la indiferencia. Llega un punto donde todos estos perfiles son iguales y te aburrís de ver caras y todo eso. Así que, por eso dejo de hacer el uso en ese momento.”. Tanto Greta como Santiago manifiestan un desinterés del momento más que un rechazo completo de las aplicaciones.

Tanto Samuel como Gonzalo también expresaron una dinámica de uso intermitente, en el cual la falta de originalidad y las expectativas no cumplidas llevaron a la eliminación de la aplicaciones. El deseo de Samuel no cumplido lo lleva a eliminar la aplicación: “Al principio, conocer gente, después, matchear con la mayor cantidad de pibas posible. Y si no tenía eso, borraba la app. Así de fácil.” Por otra parte, Gonzalo expresa “Me dio fiaca y la deje de usar y después volvía.” Aquí podemos notar que existe una dualidad en el

aburrimiento de los usuarios. Aquello que los desmotivó a seguir utilizando las *apps*, es lo mismo que los lleva a volver a descargarlas. Esto puede identificarse cuando Samuel expresa que “La borraba cuando me empezaba a aburrir de la aplicación, y volvía a descargarla porque estaba aburrido también.”. Varios entrevistados mencionaron que borraron la aplicación solo para volver a descargarla, a pesar de que su experiencia fue negativa. Tadeo menciona “(...) no me gustan las relaciones casuales y era medio raro y me sentía incomodo pero al mismo tiempo me las seguía instalando.”.

Sofía y Tadeo aluden que una de las razones para eliminar las aplicaciones son los sentimientos de sentirse abrumados y el desinterés en invertir energía mental en estas plataformas. En torno a esta cuestión, Tadeo expresa que la necesidad de descanso se vincula al incumplimiento de su objetivo al bajar la *app* “(...) ese fin no es necesariamente lo que quiero, me ocupa espacio mental al pedo.” Por otro lado, Sofía (25 años) menciona “(...) me sentía abrumada y aburrida y como que no tenía ganas de dedicarle como espacio mental.”. En esa misma línea de ideas, Mora (27 años) también señala el aburrimiento y, también, como la superficialidad la lleva a tener una falta de interés por estas plataformas: “ No estaba encontrando lo que quería, o los perfiles me parecían aburridísimos o no conseguía *matches* y la borraba. A veces solo para descargarla otra vez una semana más tarde, pensando que algo podía cambiar jajaja. Pero la verdad que si tengo que decir dos motivos sería aburrimiento y superficialidad.”.

Cuando Mora alude que vuelve a descargarlas con la ilusión de que algo cambie, puede identificarse como la reinstalación, o una de las causantes que mantiene enganchados a los usuarios, es la esperanza de que su objetivo se cumpla. Sofía menciona el aburrimiento y la falta de conexión como desmotivantes: “Me desmotiva mucho, pero por alguna razón, siempre vuelvo a utilizarlas. La esperanza aún sigue.” De este modo, Sofía expone su deseo de encontrar una conexión profunda en estas aplicaciones, y sentirse desilusionada cuando no

sucede “(...) me desmotiva conocer otras personas cuando veo que por chat y el perfil estaba todo bien pero despues en persona no logramos conectar genuinamente o que no llegaba a nada.” Aquí observamos como la esperanza y la realidad chocan y esto desemboca en una pérdida de fé “(...) me deprime usar las aplicaciones porque siento que nada va a llevar a nada (hablando en términos de construcción de una relación) y pierdo un poco la fe al utilizarlas.”.

Una de las cuestiones que investigamos en el capítulo 3.3.2, en torno a la construcción del “yo” era la encrucijada de los usuarios a mostrarse auténticos pero, que también llamen la atención en un mundo lleno de perfiles y opciones. Una de las tácticas que emplean es la acumulación de *likes*. No obstante, si no las consiguen, esto se indicó como un desmotivador a seguir utilizando las aplicaciones de citas. Una de las preguntas de nuestra encuesta indagaba si la falta de *matches* con alguien que les interesaba los hacía sentir desilusionados. En este punto, obtuvimos respuestas muy parecidas en torno a si estaban de acuerdo con esa premisa o no. Mientras que un 39,7% marcó que les desilusiona no conseguir un match que deseaban, un 39,1% marcó que no. En las entrevistas, observamos como la falta de *likes* o atención era un desmotivante para ciertos usuarios. Emma (24 años) observa que la falta de *likes* disminuye su motivación a usar estas plataformas: “(...) es desmotivante no tener *likes*. Digo, si me dan *likes* y tengo *matches* siento que la aplicación te motiva a que sigas viendo perfil y *swipeando* para ver a quien más le gustas y siento que es lo mismo al contrario, si *swipeaste* un par de veces y no tenes ni un solo like medio que dejas de usar la app porque te desmotiva ver que no le gustas a ninguno de los perfiles en los cuales *swipeaste*.” Por otro lado, Samuel (28 años) manifiesta que la falta de likes lo hacía sentir frustrado y ansioso: “(...) Frustrado si no recibía ninguno y como un rey cuando si. Pero igual, el que prevalencia siempre era la ansiedad.(...) Pero la seguía usando no se porque, me enganche en el juego y querer recibir más likes.”. Esto demuestra el vaivén emocional y la inestabilidad emocional

que pueden ligarse al uso de estas plataformas. Otra de las razones por la cual Samuel declara que las aplicaciones lo hace sentir ansioso es por la preocupación de perderse de conocer a alguien importante, nuestro entrevistado se pregunta: “que si había un perfil mejor y ya cierro la app y despues no me aparece? O que si esta chica no me contesta, o que si esa chica que no swipee en realidad era el amor de mi vida? Me daba ansiedad.”.

Para acompañar a los datos de desmotivación, también tenemos que hablar de la frecuencia con la que los usuarios entran a la *app* y cuan atrapados se encuentran con las aplicaciones. A partir de la encuesta, encontramos que la gran mayoría de los usuarios utiliza la aplicación un par de veces por semana, dándonos que un 31,79% la utiliza entre dos a tres veces por semana, un 24,15% la usa entre cuatro y seis veces a la semana que un 12,25% la suele usar una vez a la semana. Estos números nos indican que es común la revisión de *likes* y mensajes, a la vez que el recorrido de perfiles en busca de *swipes* a lo largo de la semana. Sin embargo, que se deje pasar tanto tiempo entre un uso y otro también implica que hay ciertos factores que no terminan de captar al usuario por completo. Esto mismo se termina validando cuando observamos las respuestas obtenidas ante la premisa “Siento que soy adicto/a a las aplicaciones de citas.”. En este apartado de la encuesta recopilamos que un 70,2% de los encuestados dicen estar muy en desacuerdo con la afirmación en conjunto con un 15,2% que dice estar en desacuerdo. Esto nos da un 85,4% de la muestra de nuestra encuesta que indica no ser adicto a las aplicaciones de citas. Juan es un claro ejemplo de esta desconexión orgánica, en su entrevista nos comentó que “Cuando *matchee* con mi actual novia, que la conocí por *Tinder*, me di cuenta 2 días después porque justo estaba en una época en la que no entraba a la aplicación. Entonces la verdad no le daba mucha bola. Un día entraba, la usaba una hora y la dejaba por 3, 4 o 5 días.”.

Los usuarios también se enfrentan ante la dicotomía de la búsqueda de conexiones superficiales y el deseo de crear un vínculo más profundo. Esto juega un papel primordial al

momento de estudiar su grado de satisfacción y como influye en sus decisiones de utilizar o borrar las aplicaciones. En la encuesta, un 66,2% de nuestro universo indicó que las conversaciones suelen ser superficiales y cortas. No obstante, en otra de las premisas, que indagamos qué tipo de conversaciones preferían, un 38% marco que prefiere este tipo de conversación cortas, mientras que el 36% indicó que prefieren conversaciones más profundas. Para corroborar este dato, también le preguntamos a nuestro universo si preferirían tener conversaciones más personales y profundas y obtuvimos que un 35,1% estaba a favor de este tipo de interacciones y un 40,4% en contra. En estas dos preguntas, podemos identificar datos parecidos tanto para de acuerdo como desacuerdo. Por ende, podemos decir que hay una proporción de usuarios que desean tener conversaciones más profundas pero no lo obtienen. Lautaro alude a este tema en su entrevista al expresar que “Las convos eran muy secas, muy superficiales y vacías.” y luego añade que esto lo llevaba a que en “la media hora, la *app* me canso, y deje de usarla una semana ponele.”

Tadeo y Mora (27 años) manifiestan en sus entrevistas que tienen una relación tóxica con las aplicaciones de citas. Por un lado, Tadeo marcó que los sentimientos de frustración y fracasos lo llevan a una experiencia negativa en estas plataformas, “la verdad que tengo una relación tóxica con las apps porque no me gustan, y no me siento cómodo usándolas. No tengo tanta suerte por las apps”. Mora expresa que “(...) Era un amor-odio jajaja, me gustaba pero al mismo tiempo no. No me gustaba, pero siempre recaía en volver a usarla. Tiene su lado bueno y malo, hay que ver si lo malo compensa a lo bueno (...)”.

A lo largo de este capítulo, podemos identificar como la necesidad de pausar el uso de las aplicaciones de citas se convirtió en una táctica para manejar sentimientos de aburrimiento, desilusión, frustración y agobio. Las desmotivaciones son personales y varían tanto en la falta de conexión, la necesidad de una depuración digital, o falta de interés en las interacciones virtuales. Greta (26 años), menciona que la monotonía y el aburrimiento la

llevó a dejar de usar las aplicaciones, pero que no se debe a que la afectaron emocionalmente o psicológicamente, sino que “simplemente me aburrí de estas y deje de entrar, pero no es que decidí tomarme un descanso por que mi psiquis lo necesitaba.” No obstante, otros entrevistados mencionan palabras como “Ansiosa” (Mora, 27 años), “(...) abrumada o ansiosa” (Sofía, 25 años), “Frustrado” (Samuel, 28 años), y “aburrimiento y la indiferencia” (Santiago, 25 años). Por otro lado, Juan tiene una relación más desapegada, “(...) nunca sentí que estas aplicaciones me consumieran mucho tiempo o ánimos para tener que borrarlas tal vez como si me paso con instagram en algún momento. Así que no.”.

Por ende, la recopilación de datos y las narrativas de las entrevistas presentan distintos sentimientos y tácticas para mitigar los efectos negativos de las *apps*. Asimismo, podemos observar que las estrategias para manejar estos sentimientos tienen la finalidad de preservar un equilibrio entre su existencia dentro de estas aplicaciones y su salud emocional. Por otro lado, observamos que estas frustraciones que llevan a los usuarios a desinstalar las aplicaciones son las mismas que los motivan a bajarlas nuevamente, tal como el aburrimiento. Varios de nuestros encuestados señalan que borraron la aplicación de citas solo para volver a bajarlas, pero observamos en sus fundamentos que esto se debe a la esperanza que arraigan a estas plataformas, ya sea la ilusión de poder cumplir su objetivo, como la búsqueda de validación o de una pareja.

4. Discusión general.

En la presente investigación exploramos las motivaciones, gratificaciones e impacto en el bienestar que tienen las aplicaciones de citas en nuestro grupo etario estudiado. Para recolectar los datos de nuestra investigación, llevamos a cabo una investigación mixta, integrando un análisis cuantitativo y cualitativo. La elección de utilizar ambas metodologías

nos permitió obtener una mirada completa sobre los temas estudiados, con el fin de trabajar en nuestros dos objetivos:

- Descubrir cuáles son las motivaciones que impulsan a jóvenes adultos de entre 20 y 30 años de la ciudad de Buenos Aires, Argentina, a utilizar aplicaciones de citas, como también comprender qué gratificaciones obtienen de ellas.
- Evaluar si el uso de las aplicaciones de citas tiene un impacto en el bienestar emocional y social de sus usuarios, indagando también la existencia de diferencias de uso entre hombres y mujeres que puedan alterar estas experiencias.

Para nuestra investigación, retomamos principios de la psicología social como base teórica para comprender el amor, ya que utilizar esta mirada nos ofrece comprender cómo las relaciones amorosas se ven atravesadas y modificadas por el contexto sociocultural. Si lo estudiamos en el marco de nuestra investigación, podríamos decir que el amor se ve atravesado por las nuevas tecnologías como, por ejemplo, las aplicaciones de citas. Por ende, si tomamos a esta teoría como punto de partida para nuestro análisis, podremos identificar a las aplicaciones de citas como un nuevo medio para formar vínculos, ya sean románticos y/o amistosos.

Nuestro primer objetivo general de esta investigación es en torno a la búsqueda de motivaciones que llevan a los usuarios de estas aplicaciones a utilizarlas. Con el fin de enriquecer esta etapa de análisis, retomamos el texto de Hobbs et al. (2016), expuesto en el marco teórico, en el cual los autores delimitaron cinco tipos de motivaciones:

1. Relación
2. Autovalidación
3. Aspectos Sociales

4. Eficiencia
5. Exploración del yo

En base a los datos recolectados, tanto en nuestro análisis cuantitativo y cualitativo, observamos que estas motivaciones se vieron reflejadas en nuestra investigación. En primer lugar, a diferencia del estudio de Hobbs et al. (2016) que marca que solo el 25% de su universo utilizaba las aplicaciones de citas para encuentros casuales, este tipo de vinculación es una de las motivaciones principales de nuestros encuestados, con un 46,4% que afirma buscar relaciones esporádicas en estas plataformas. Este número se arrima al estudio de Strugo et al. (2019), que descubrió que un 52% de sus encuestados buscaban vincularse casualmente. La diferencia de porcentajes también revela que es una cuestión sometida a variaciones ya que dependerá de la edad de los encuestados y el lugar geográfico donde se lleva a cabo el estudio, dado que pueden intervenir otro tipo de normas sociales y culturales. No obstante, en nuestro estudio descubrimos que, en las motivaciones de los usuarios, se encuentra en primer lugar las relaciones esporádicas, mientras que solo el 25,8% busca una relación a largo plazo en estas plataformas. Otro tipo de relación que reveló nuestro estudio es la búsqueda de amistades, con un 16,6% puntuando esta vinculación como una motivación. Asimismo, en torno a las gratificaciones, nuestro universo encontró lo que buscaba. Un 43% marcó en nuestra encuesta que establecieron relaciones casuales con personas que conocieron por medio de las aplicaciones, un 36,4% formó relaciones meramente para encuentros sexuales y un 17,9% estableció un noviazgo. Por ende, en relación a la clasificación de Lee (1997), en nuestro universo domina el *Ludus*, mientras que el *Eros* podría ser interpretado para aquellos usuarios que establecieron una relación seria pero inició por una atracción física dado que se conocieron en las aplicaciones de citas, donde rige el aspecto físico.

Los datos de nuestro estudio también identificaron a la búsqueda de validación como un motivador para los usuarios de las aplicaciones de citas. El medio para satisfacer sus

expectativas de validación es a través de los *matches*. Esto se evidencia con el 56,3% de nuestro universo que siente felicidad al obtener un *match* y con el 17,9% que manifiesta que una de las motivaciones para descargar estas *apps* fue para mejorar su autoestima. Samuel menciona en su entrevista que son “(...) una validación a que sos atractivo, que en el mercado de citas, te buscan y te quieren. Hay gente que te observa y le gustas por meramente lo físico. Te sentis deseado, que vales algo”. Hobbs et al. (2016) marcan de sus entrevistas que la cantidad de *matches* funcionan como una validación social del atractivo del individuo y repercute en su autoestima (nuestro segundo medidor de bienestar clasificado en el capítulo 3.3). Esto es mencionado en nuestras entrevistas cuando Mora (27 años) declaró que los *matches* aumentaban su “autoestima porque recibía validación”. Por ende, el deseo de recibir aprobación y validación por otros se convierte en una gran motivación para utilizar estas aplicaciones “Me da un poco de vergüenza decirlo pero autovalidación. Quería ver si era una persona deseable o no.”. Esta vergüenza que manifiesta Mora puede observarse también en los resultados de nuestra encuesta. Un gran porcentaje de nuestros encuestados (53%) indican no sentirse juzgados por su apariencia física en las aplicaciones de citas, sin embargo, luego vemos este número contrastado con un 53,7% de usuarios que indican sentirse validados a partir de los *matches* obtenidos y un 73,5% de encuestados que indican sentirse atractivos cuando tienen muchos *matches*. Esto nos indica que, si bien muchos no se sienten necesariamente juzgados físicamente de manera directa en las aplicaciones de cita, la consecuencia de estar en estas aplicaciones vistas como *matches* o *likes* tienen un reflejo y una conexión directa en el autoestima y en la autopercepción de los usuarios.

En tercer lugar, el aspecto social también fue marcado como una motivación para la utilización de estas plataformas. En nuestra investigación, hemos encontrado tres ejes que demuestran que el contexto social influye en la decisión de utilizarlas o no. En primer lugar, la presión de grupo (5,3%) y recomendación de los amigos (22,5%). Esto se evidencia con los

dichos de Gonzalo (21 años) “La descargue por primera vez cuando estaba con una amiga que también conoció a su novio por ahí o sea yo tengo realmente como una un entorno social que todo el mundo conoció a sus novios por las *apps*.” La tercera motivación dentro del aspecto social fue conocer gente por fuera del círculo social, con un 39,1% de nuestro universo marcando esto cómo influencia para utilizarlas. Esto también se refleja en la entrevista de Emma (24 años) al declarar que “para mí se trata de conocer gente nueva. Porque a la gente de mi ambiente, los ambientes buenos son burbujas y suelen ser medio chicos y es como que terminas un poco conociéndote con todos. Y a mi personalmente lo que me llama es abrir un poco mi espectro.”.

La cuarta motivación que identificamos, también delimitada por Hobbs et al. (2016), es la eficiencia. Lautaro, 23 años, las utiliza por “Su eficiencia y el ahorro de tiempo para conocer a alguien.”. La facilidad y la rapidez para conocer a otras personas y generar un vínculo con personas cercanas geográficamente se presenta como una motivación contundente para utilizar las aplicaciones de citas. En nuestra encuesta, observamos que también son efectivas para organizar encuentros presenciales, con un 60,9% que marcó concretar encuentros con personas que conocieron por este medio. La cercanía geográfica se convierte en un pilar fundamental, con el 81% (*Tinder*), 78,4% (*Bumble*), 76,2% (*OkCupid*) y 81,8% (*Grindr*) del universo de nuestro estudio que marcaron que la distancia geográfica es un factor sumamente relevante al momento de *matchear*.

La quinta motivación que descubrimos es la exploración personal. Nuestra investigación revela la curiosidad y el interés de experimentar nuevas cosas como una motivación para el 43% de nuestro universo. Hobbs et al. (2016) vinculan la “exploración del yo” desde el punto de vista del *self-branding*¹³, auto-promoción y construcción de identidad.

¹³ El *self-branding* es la gestión de la marca personal. La forma en la que uno actúa y se presenta frente a un público de forma que dicho público entienda quien eres y qué ofreces. En relación a nuestra tesis, este término se relaciona a la construcción de la persona en su perfil de las aplicaciones de citas y como se presenta frente a los usuarios.

Tal como menciona Marwick (2010), la marca propia se vincula con la construcción de una autoimagen estratégica para atraer a una audiencia. Nuestra encuesta reveló que un 41,7% de nuestro universo admite sentir una presión a modificar sus perfiles que no reflejen auténticamente quienes son con el fin de ser aceptados socialmente. Mora, 27 años, manifestó en su entrevista que “(...) no es que dije mentiras sobre mí misma, sino que solo mostraba lo atractivo de mi para ser swipeada. Es como en todas las redes sociales, uno presenta lo mejor de uno mismo.”. Emma reflexiona que este fenómeno no sólo puede adjudicarse a las presiones sociales de embellecer el perfil, sino que también puede ser por su característica “(...) fugaz, los tiempos digitales son muy rápidos, veo tu perfil dos segundos y me fui. Entonces por ahí si que necesitas llamar más la atención. Pero, la vida se trata de venderse.”. En cuanto a la auto-promoción, descubrimos en nuestra investigación que los entrevistados aluden frecuentemente a la idea de comercialización en el “armado del yo” virtual. El *match* pasa a significar “*fui comprado*”. Santiago refleja esto al declarar que, “Para llamar la atención de una clientela específica tenes que mostrarte y venderte de una manera específica que atraiga la atención de esa clientela.”. Los perfiles pasan a ser un producto de supermercado en la estantería esperando ser valorados por ojos ajenos y, finalmente, elegidos. Lautaro manifiesta que las aplicaciones de citas lo hicieron sentir “(...) un producto de supermercado.”, Greta (26 años) compara la utilización de las *apps* con *online shopping* y Juan declara que la estructura de la aplicación “Es como un catálogo, siento que si uno no se lo toma en serio puede ser un juego.”. Por ende, los hallazgos de nuestra investigación revelan que los usuarios perciben las aplicaciones de citas como un medio para el mercaeo personal, en el que los perfiles de los usuarios pasan a ser productos en exhibición, exponiéndose a una selección rápida de posibles “consumidores” (es decir, otros usuarios de la aplicación). Esto desemboca en la urgencia de auto-promocionarse y destacarse en un ámbito fugaz repleto de opciones, donde el *match* se convierte en meta suprema.

Otro de los descubrimientos de esta investigación es que el entretenimiento y el aburrimiento se convierten en motivadores cruciales que inclina a los individuos a utilizar las aplicaciones de citas. De acuerdo a nuestra encuesta, la razón principal que motivó al 62,9% de nuestros encuestados a descargarse la aplicación fue la curiosidad, seguido por el 45% de los participantes que marcaron el aburrimiento como una de las motivaciones principales para utilizarlos. Lautaro expresó que “(...) estaba aburrido y me bajé la aplicación y no tenía un fin.”. No obstante, un hallazgo fundamental que identificamos fue que la misma motivación que llevó a descargarse la aplicación, fue uno de los grandes desmotivadores para dejar de utilizarlas. A partir de las entrevistas fue que notamos esta particularidad. Samuel manifestó lo siguiente: “La borraba cuando me empezaba a aburrir de la aplicación (de citas), y volvía a descargarla porque estaba aburrido”. Por ende, el aburrimiento se convierte en un arma de doble filo en la utilización de estas plataformas, ya que se identifica como la segunda razón que motiva a potenciales usuarios descargarla, pero también borrarlas “Estoy un rato, me aburro y las dejo (...)” (Santiago, 25 años).

Al destacar la motivación y desmotivación que surge a partir del aburrimiento, podemos inferir que, más allá del propósito inicial de las aplicaciones de citas de establecer conexiones, también funciona como fuente de entretenimiento. Así pues, se utilizan como una distracción o llenar tiempo libre, tal como menciona Samuel, 28 años, “ (...) lo usaba cuando estaba aburrido, necesitaba compañía, estaba al pedo sentado en el baño y que se yo, me ponía a *swipear*.”. En conexión con la idea de entretenimiento, en el análisis de las entrevistas notamos un patrón de referir a las aplicaciones como un juego. Mora, 27 años, alude esta idea de que es “(...) como un juego, vas *swipeando*, haces *match* y sentís que ganas algo, y así. A veces *swipeaba* perfiles que sabía que no me gustaban solo para tener el sentimiento de que me aparezca “*It's a Match!*”. Me llenaba por un lado, pero me dejaba vacía por el otro.”. Por el otro lado, Emma (24 años) declara que a su parecer “(...) si es un

juego, sobre todo porque al no tener todo el texto de la presentación del perfil disponible si no clickeas sobre la foto hace que pienses más en las imágenes de los perfiles y sea algo mucho más superficial. Sos lindo swipe, sos feo swipe y chau. Y también es como así salen los trends de *Tik Tok* para estas apps con la canción de “*left right*”.”. En esta configuración de juego, el *match* pasa de ser de una herramienta de autovalidación y cuantificación de atractivo, a un instrumento meramente de entretenimiento, donde la búsqueda final es recolectar la mayor cantidad de *matches* como si se tratara de una especie de moneda virtual en un videojuego “(...) la recompensa es total. Esto me da hasta vergüenza ajena decirlo, pero es como que a cuanto más gente *matcheo*, mas subo de nivel. Cuando ya te sentis desesperado de no subir de nivel metes like a cualquier persona para al menos tener uno aunque no te guste *likeas*.”.

En relación al segundo objetivo, a lo largo de nuestro estudio, hemos podido indagar y comprender la influencia que tienen las aplicaciones de citas en la salud y bienestar emocional de sus usuarios. Nuestros hallazgos en torno a esta particularidad son claves dentro de nuestra investigación, que fue impulsada por la curiosidad de comprender el efecto que tienen estas plataformas en los individuos. A nuestro entender, este aspecto es crítico dada la naturaleza de estas plataformas, diseñadas específicamente para conectar románticamente con otros usuarios, es decir, que están intrínsecamente vinculadas con las emociones humanas. Dicho esto, ¿que revelan los datos de nuestra investigación en cuanto a las consecuencias del uso de las aplicaciones de citas?

Hasta este punto del capítulo, hemos resumido los efectos positivos identificados en el capítulo de hallazgos que desprenden del uso de las aplicaciones de citas al analizar en detalle las motivaciones. Hemos identificado que las motivaciones que llevaron a los usuarios a descargarlas en primer lugar, fueron satisfechas y obtuvieron gratificaciones de ellas. No obstante, si analizamos el impacto en el bienestar de forma positiva, nuestra investigación

reveló que el uso de estas herramientas aumentan la autoestima dada la validación que sienten por la cantidad de *matches* “(...) siento como que me sube el autoestima, tener muchos *matches* y muchos likes” (Sofía, 25 años), y el aumento de confianza por salir con gente de las aplicaciones “a partir de estas apps empecé a salir más y el salir más me genero un plus en como me veo y me siento. Me siento con más confianza, una mina más copada.” (Marcela, 22 años).

Sin embargo, a lo largo del mismo capítulo hemos encontrado cómo es que el mismo uso de estas aplicaciones tiene el efecto contrario en el bienestar. Con la finalidad de explicarlos detalladamente, detectamos ocho ejes que impactan negativamente en la salud emocional de sus usuarios:

- Frustración
- Fracaso
- Indiferencia
- Desilusión
- Agobio
- Ansiedad
- Cansancio
- Depresión
- Vergüenza



Estas categorías pueden ser clasificadas dentro de los medidores de bienestar definidos en el capítulo 3.3 y que se relaciona a nuestro objetivo específico número dos. En primer lugar, identificamos la frustración como un sentimiento que se desprende del uso de las aplicaciones y que tiene un impacto negativo en los usuarios. Por un lado, vemos la frustración en declaraciones de Tadeo (22 años) al mencionar “la verdad que tengo una

relación tóxica con las *apps* porque no me gustan, y no me siento cómodo usándolas. No tengo tanta suerte por las *apps*.”. Por otro lado, Samuel expresa frustración en relación a la cantidad de *likes* “(...) Frustrado si no recibía ninguno y como un rey cuando si. Pero igual, el (sentimiento) que prevalecía siempre era la ansiedad.(...)”. En este punto, identificamos la ansiedad como otro efecto negativo de las aplicaciones. En este caso, se relaciona a la cantidad de perfiles disponibles, ya que no podía escoger y, si lo hacía, no estaba seguro que era la opción correcta. Ante esta misma experiencia Sofía expresa sentirse abrumada “cuando tengo muchos *matches* me siento abrumada (...)”. Asimismo aparece un sentimiento nuevo ante la vista constante de perfiles, la indiferencia. Este sentimiento queda expuesto en la entrevista de Santiago que manifiesta lo siguiente: “Supongo que el sentimiento ese que me inunda cuando las uso es el aburrimiento y la indiferencia.”. Este sentimiento es parecido al que menciona Marcela (22 años) quien indica “No sé, tal vez me siento como *numb*¹⁴, no se como decirlo en castellano.”.

Un sentimiento recurrente que identificamos en nuestros entrevistados es la vergüenza y el prejuicio, que llega a tal punto que desencadena en miedo. Tadeo comparte que le avergüenza que la gente se entere que utiliza las *apps* “Que alguien te agarre el celu y vea eso, me da re vergüenza, es un miedo constante.”. Por ende, estos miedos podrían asociarse a los prejuicios que existen en torno al uso de estas plataformas. Emma (24 años) compartió que en su círculo cercano le decían “(...) como ‘vos te animas’. (...)” que revela un juicio implícito. Samuel revela que tenía que apagar las notificaciones de las aplicaciones por “(...) el temor a que alguien viera su celular, ya que “(...) no quería que nadie sepa que yo usaba las *apps*.”.

La desilusión en el marco de nuestro estudio se relaciona a las expectativas no cumplidas. Mora (27 años) menciona que “No estaba encontrando lo que quería, o los perfiles

¹⁴ En español, esta palabra alude a sentirse entumecido y/o adormilado.

me parecían aburridísimos o no conseguía *matches*”, mientras que Sofía declaró que la desmotivaba “(...) conocer otras personas cuando veo que por chat y el perfil estaba todo bien pero después en persona no logramos conectar genuinamente o que no llegaba a nada.”. La explicación de Sofía desencadena en vinculaciones con la depresión, “me deprime usar las aplicaciones porque siento que nada va a llevar a nada (hablando en términos de construcción de una relación) y pierdo un poco la fe al utilizarlas.”. De este modo, identificamos que su experiencia desencadena en sentimientos negativos, tal como la depresión, debido a un prejuicio y percepción que recurrir a las aplicaciones de citas es vista como un “fracaso”, un último recurso. Esto desencadena en un estigma que las personas que buscan parejas por las *apps* de citas es porque fallaron en la forma tradicional. Este sentimiento de fracaso puede identificarse en la entrevista de Marcela que menciona que el uso de estas herramientas digitales las “(...) veía como desesperada. (...) Lo sentía como más frío, como que fracasas conociendo a gente en persona entonces te descargas la aplicación.”.

Los sentimientos negativos que desprenden de la utilización de las aplicaciones de citas, tal como el aburrimiento y el cansancio, también actúan como desmotivadores que incitan a los usuarios a pausar o eliminar las aplicaciones de citas. Hemos identificado que dicha estrategia es utilizada por los internautas para buscar un equilibrio de la utilización de estas herramientas digitales y su salud emocional. Así pues, surge una cuestión que merece ser indagada: ¿Cuáles son las razones por la cual, aún experimentando consecuencias negativas en su bienestar, los usuarios suelen reincidir y volver a utilizarlas luego de haber tomado la decisión de eliminarlas? La esperanza.

“Eso creo que me mantiene enganchada en la *app*: el sentimiento de la esperanza.” (Sofía, 25 años). La data recolectada de las entrevistas nos permitió identificar que la razón por la cual los usuarios vuelven a utilizarlas a pesar de tener experiencias negativas es la esperanza de que en algún momento la aplicación cumpla su cometido, ya sea encontrar una

relación a largo plazo o casual. Marcela explica su experiencia en las aplicaciones como un círculo vicioso: “Pero volvía a querer salir con gente semanas o meses después y después volvía a descargarlas. Era como un círculo vicioso.”. Mora (27 años) pone en jaque la eficiencia de las aplicaciones, pero que, por alguna razón u otra, volvía a utilizarlas “No me gustaban (las aplicaciones), pero siempre recaía en volver a usarla. Tiene su lado bueno y malo, hay que ver si lo malo compensa a lo bueno (...)”. Por último, también identificamos este sentimiento en la entrevista de Gonzalo (21 años), al expresar que “(...) nunca me la desinstale porque dije ‘el camino’ es largo y bueno, en algún momento volveré, la esperanza sigue intacta.”.

¿Cómo podríamos explicar este fenómeno? Si retomamos los hallazgos de Skinner, podemos comprender que la conducta de nuestros entrevistados podría analizarse bajo el mecanismo de recompensa. El propósito del experimento era comprender si los animales reforzaban su conducta en relación a la consecuencia de sus acciones. Esto podría ser explicado bajo el ejemplo del tragamonedas: los jugadores saben que pueden perder plata, pero eso no evita que lo sigan intentando con la esperanza de ganar. En el marco de nuestro estudio, el tragamonedas sería interpretado como la aplicación escogida y el premio a obtener sería el match o también generar un vínculo amoroso o casual. La incertidumbre de los usuarios de no saber si aquél “premio” será obtenido, lleva a que los usuarios recaigan en seguir utilizándolas, hasta cumplir su cometido.

Por último, nuestro segundo objetivo también buscaba indagar cómo la experiencia de la utilización de las aplicaciones de citas varía entre ambos sexos, mujeres y hombres. Para ello, utilizamos los datos de nuestras entrevistas. Observamos que tanto los hombres y mujeres enfrentan desafíos distintos, pero complementarios, “(...) un hombre va a tener una experiencia distinta que una mujer en las apps y viceversa! Obviamente se comparten cosas pero hay diferencias.” (Mora, 27 años). En primer lugar, identificamos dos variables en las

experiencias en torno a los *matches*. Desde la perspectiva masculina, Gonzalo comparte que “siempre es mucho más difícil llegar a un *match*” y, por su parte, Samuel (28 años) manifestó algo parecido al decir que los hombres obtienen “una menor tasa de respuesta o menos *matches*, las mujeres pueden tener miles de *matches* y los pibes y unas 20 ponele”. Por lo tanto, los hombres destacan su desafío a conectar con otros usuarios. Esta limitación se distingue a lo que relata Mora (27 años) sobre que las mujeres tienen “(...) pocos perfiles interesantes para *matchear*, osea puedes tener muchos mas *matches* que los hombres pero de pésima calidad”. Esto es compartido por Sofía que manifiesta que “(...) es más desafiante para los hombres por eso que reciben pocos *likes*, igual como los *likes* que si reciben, siento que suelen ser de mayor calidad que los *likes* que reciben las mujeres.”. Por ende, a pesar de estas diferencias entre hombres y mujeres, podemos identificar una insatisfacción mutua sobre la calidad vs. la cantidad de *matches*.

Si bien hemos encontrado diferencias en las vivencias experimentadas entre ambos sexos entrevistados, hay diferencias que recaen en cómo nos manejamos y vivimos como sociedad. Un par de nuestros entrevistados responden que una de las diferencias mayores está en la preocupación que sienten ante el momento de concretar el encuentro presencial. Tanto los hombres como las mujeres comentan tener estrategias de resguardo en estas primeras citas, donde el encuentro se hace en lugares públicos y abiertos, dando así un sentido de seguridad. Esto recae especialmente en el lado de la mujer, donde son ellas quienes tienen que estar a la defensiva de situaciones que las puedan poner en peligro. Esto se observa en comentarios como los de Emma (24 años) “Bueno, la verdad es que siempre mantengo ciertos códigos ante los primeros encuentros con un *match*. Tiene que ser en algún espacio público, algún bar o cafetería por tema de seguridad y también para poderme ir en caso de que sea una cita incómoda o que no me termine de gustar el *match*.”. Los hombres también manifiestan entender esta disparidad de seguridad entre los sexos, lo menciona Samuel, 28

años, en su entrevista cuando remarca que “Como hombre no me da miedo conocer minas en las *apps* y juntarme a tomar una birra, como piba si quizás les da miedo o tienen sus dudas por todo lo que puede pasar, y es super entendible.” Por su parte, Mora (27 años) también comparte que las mujeres pueden enfrentarse a interacciones indebidas que impacta negativamente en sus experiencias y pueden derivar en sentirse inseguras en este entorno digital: “También tenes un montón de groseros que lo primero que te dicen es algo indebido.”.

Por otro lado, las mujeres manifiestan que sienten presiones estéticas y sociales, Mora (27 años) expresa esto al decir “Los pibes ven tantos perfiles de mujeres hermosas, que terminamos compitiendo entre nosotras por esos escasos perfiles copados que existen.”. Lautaro también ofrece la perspectiva masculina sobre esto al decir que “La mujer sube algo así se siente más acomplejada por los estándares culturales, los hombres no.”. Emma agrega, que “Una mujer seis en la aplicación no es lo mismo que un hombre seis.”. Así pues, identificamos que las mujeres tienden a sentir más presión a los ideales de belleza. A la par, observamos como las normas de género impactan en las maneras de comunicación. Tadeo comentó que “(...) el hombre tiene que dar el primer paso, invitar y cosas así.”. Por ende, sienten más presión al comenzar el cortejo. Marcela (22 años) agrega que “(...) de 10 hay 6 varones que dejan en claro en los primeros 10 minutos de conversación que tipo de vínculo buscan mientras que con las mujeres es 1 de cada 10 por ejemplo.”. Por último, identificamos de nuestros encuestados que la manera en la cual los hombres y las mujeres eligen sus *matches* varía. Emma señala: “(...) los hombres le dan a cualquiera. (...) Las mujeres tienen un mayor filtro a la hora de dar *matches* en las aplicaciones.”. Es decir, manifiesta que los hombres no son selectivos y priorizan la cantidad. Por otro lado, Greta (26 años) explica que “como mujer es mucho más fácil tener *matches* en aplicaciones de citas a comparación a la de

los hombres. (...) es más fácil matchear con gente, o sea que tenes un poco más abierta las oportunidades de con quién podés llegar a interactuar siendo mujer que siendo hombre.”.

En suma, hemos encontrado las siguientes diferencias en torno al uso y experiencias de hombres y mujeres en las aplicaciones de citas:

- Seguridad
- Expectativas
- Métodos de selección
- Presiones estéticas
- Calidad y cantidad de conexiones

Estas últimas observaciones hechas no pueden ser analizadas desde un contexto general, ya que los datos recabados son experiencias personales de varios entrevistados, por lo cual podrían estar sesgados por sus experiencias. Por ende, no se pueden realizar datos generalizables de una población en base a sus experiencias, no obstante, ofrece un marco contundente para futuras investigaciones.

5. Conclusión.

A modo de cierre, hemos identificado a lo largo de nuestra investigación el modo en que las aplicaciones de citas han configurado una nueva forma de vincularse en la actualidad. A pesar de que las motivaciones que llevan a los usuarios a descargarsela y las gratificaciones que obtienen de ellas son puramente personales, hemos identificado patrones que nos permiten un acercamiento al entendimiento de las dinámicas existentes en estas herramientas digitales. Así mismo, hemos estudiado y encontrado los impactos que subyacen de su uso en torno al bienestar general de sus internautas.

Los principales hallazgos que se obtuvieron fueron en torno a las motivaciones y gratificaciones. En cuestión a este punto, descubrimos las siguientes: búsqueda de relaciones casuales y románticas, autovalidación, aspectos sociales, eficiencia, exploración del “yo”, entretenimiento y aburrimiento. Con respecto a las gratificaciones obtenidas encontramos que los usuarios encuentran el tipo de relaciones que buscan, la cantidad de *matches*, un incremento en la confianza, la expansión de su grupo social, y el uso de las aplicaciones como un medio de entretenimiento efectivo que vinculan frecuentemente como un “juego”. Estas gratificaciones los impulsan a seguir utilizandolas, no obstante, se enfrentan a desmotivadores que se relacionan primordialmente por los efectos negativos en el bienestar que pudimos identificar: frustración, fracaso, indiferencia, desilusión, agobio, ansiedad, cansancio, depresión y vergüenza. Por último, con relación a las diferencias de sexo identificamos los siguientes ejes: seguridad, expectativas sociales, presiones estéticas y calidad y cantidad de *matches*.

Por ende, nuestra investigación no solo nos permitió comprender las razones por las cuales los individuos eligen utilizar las aplicaciones de citas, sino que también cuales son las gratificaciones instantáneas que obtienen, no solo en su utilización, sino que también en relación al amor y la construcción de vínculos afectivos. Lo mismo sucede cuando estudiamos el impacto en el bienestar, ya que los efectos que desprenden de su uso también nos ofrecen perspectiva de las frustraciones del amor en la actualidad. Observamos en nuestro estudio como la vida *online* afecta ineludiblemente la vida *offline* en diversos ámbitos de la vida.

En cuanto a las limitaciones, encontramos ciertos obstáculos en torno a la metodología empleada. El desafío más notable que identificamos es la utilización del muestreo de “*bola de nieve*”. A pesar de que este método presenta una serie de ventajas

cuando se estudia un grupo específico con ciertas cualidades, como sucede en esta investigación, en nuestra experiencia no presentó beneficios. El uso de este método conlleva una serie de sesgos que no nos permite generalizar los resultados de nuestro estudio ya que nuestra red de referencias llevó a respuestas mayoritariamente de mujeres y personas más jóvenes dentro de nuestro grupo etario. Esta revelación subraya la importancia de reexaminar el método empleado para futuras investigaciones relacionadas al uso de las aplicaciones de citas. Por ende, para futuras recomendaciones, consideramos que la metodología que empleamos debería ser complementada por otras estrategias de muestreo. En primer lugar, recomendamos que la encuesta sea distribuida en varias otras plataformas, y no solo por *Instagram* y *Whatsapp* como sucedió en nuestra investigación. Utilizar otras estrategias de muestreo podría solucionar los obstáculos que enfrentamos en torno a la falta de representatividad en nuestro estudio.

Por otro lado, nuestra investigación también presenta un sesgo de selección, ya que la mayoría de nuestras respuestas están conformadas por jóvenes universitarios (64,6%). Este punto se ve corroborado con el hecho de que obtuvimos respuestas de individuos principalmente entre las edades de 20 y 24, alcanzando la mayor tasa de respuesta en los 22 años con un 20,1%. Aquí se nos presenta otro problema en cuestión a la representatividad en nuestro estudio, dado que nuestro grupo etario objetivo era de los 20 a 30 años. Por ende, las respuestas de nuestra encuesta podrían tender a las perspectivas y experiencias de jóvenes universitarios de entre 20 a 24 años.

Asimismo, el universo de nuestra encuesta está compuesto principalmente por mujeres, abarcando el total del 66,5%, en comparación al 36,2% de hombres y 0,9% de individuos no binarios. Así pues, aquí tenemos otro problema de representatividad ya que no nos permite generalizar los hallazgos de nuestra encuesta a hombres y personas no binarias

dado que las respuestas reflejan, en su gran mayoría, a la experiencia y perspectiva de las mujeres. El hecho de que haya más respuestas de mujeres podría ser explicado que les interesa más el tema y por ende, estaban más predispuestas a contestar nuestra encuesta. Por último, la mayoría de nuestro universo marcó identificarse como heterosexual, con la gran mayoría del 73,4%. De este modo, los hallazgos de nuestra encuesta tampoco podrían generalizarse a las experiencias y percepciones de la colectividad LGBTQ+ .

Sin embargo, a pesar de estos sesgos en nuestra investigación, la utilización de ambos métodos, cuantitativos y cualitativos, contrarresta en cierta medida nuestras limitaciones. Nuestras once entrevistas, compuesta por seis hombres y cinco mujeres, nos permitió comprender las experiencias personales, lo cual enriquece las estadísticas de la etapa cuantitativa y por ende, nuestro análisis. A pesar de las limitaciones destacadas, consideramos que nuestro estudio podría ser considerado como una investigación que ofrece conclusiones y hallazgos útiles y contundentes para futuros estudios sobre las aplicaciones de citas. A pesar de que nuestros resultados no pueden ser generalizados, revelan datos y conclusiones que subrayan la importancia de estudiar las gratificaciones que obtienen los usuarios de las aplicaciones de citas y como su uso puede impactar en el bienestar emocional. Por ende, esta investigación funciona como fundamento para investigaciones futuras sobre este tema y demuestra la importancia de estudiar este fenómeno en profundidad.

6. Referencias bibliográficas.

Admin, & Admin. (2019, 10 de diciembre). El amor sigue siendo una construcción social.

Gaceta UNAM. <https://www.gaceta.unam.mx/el-amor-sigue-siendo-una-construccion-social/>

Amor en la era del algoritmo: un tercio de los usuarios latinoamericanos ha encontrado a su media naranja vía apps de citas. (2023, 6 de Marzo). latam.kaspersky.com.

https://latam.kaspersky.com/about/press-releases/2023_amor-en-la-era-del-algoritmo-un-tercio-o-de-los-usuarios-latinoamericanos-ha-encontrado-a-su-media-naranja-via-apps-de-citas

Aprendemos Juntos 2030. (2021, 21 de Septiembre). *Versión Completa. La neurociencia de las emociones. Marian Rojas-Estapé, psiquiatra y escritora* [Video]. YouTube. Recuperado 26 de Febrero, 2024, de <https://www.youtube.com/watch?v=TjqrualxgkI>

Barraza, C. (s. f.). *Teoría del reforzamiento de Skinner*. Issuu. Recuperado 26 de febrero de 2024, de https://issuu.com/crismelbarraza/docs/album_de_gestion_e/s/12912883

Blake, K. R., Portingale, J., Giles, S., Griffiths, S., & Krug, I. (2022). Dating app usage and motivations for dating app usage are associated with increased disordered eating. *Journal of Eating Disorders*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00693-9>

Castañón Martínez, R., & Pérez Mora, D. M. (2021). La búsqueda de recompensa: el motivo de nuestra adicción al móvil. *Digital 360*.

<https://www.computing.es/movilidad/la-busqueda-de-recompensa-el-motivo-de-nuestra-adiccion-al-movil/>

Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6500. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>

Castro, A., Barrada, J. R., Ramos-Villagrasa, P. J., & Fernández-del-Río, E. (2020). Profiling dating app users: Sociodemographic and personality characteristics. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 3653.

Casullo, M. (2004). Elección de pareja en adolescentes y adultos jóvenes. *Psicod debate. Psicología Cultura y Sociedad*, 4, 39-56.

Clarín, R. (2022, 10 de Mayo). Grindr, la aplicación de citas pionera para la comunidad gay, quiere cotizar en la bolsa. *Clarín*.

https://www.clarin.com/tecnologia/grindr-aplicacion-citas-pionera-comunidad-gay-quiere-cotizar-bolsa_0_SzCBy1nDat.html

Dating Apps: ¿qué aplicaciones de citas se usan más en el mundo? (n.d.). Betway Insider.

<https://blog.betway.mx/casino/dating-apps-qu%C3%A9-aplicaciones-de-citas-se-usan-m%C3%A1s-en-el-mundo/>

De Onzoño, J. Í. (2019, 1 de Abril). Diez años de Grindr, el sueño de un economista que quería geolocalizar a sus ligues. *El Español*.

https://www.elespanol.com/social/20190401/anos-grindr-sueno-economista-queria-geolocalizar-ligues/386961378_0.html

De Silva Coronado González, B. (2021). Impacto del uso de aplicaciones de citas en la vivencia de la sexualidad. *Comillas Universidad Pontificia*.

Díaz Navarro, Silvia Andreli, & Mateo Mejía, Luis Gabriel. (2017). Tecnologías del yo. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 7(12), 00005. Recuperado en 26 de febrero de 2024, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072017000200005&lng=es&tlng=es.

Donath, J. y Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal* [en línea], 22(4), 71-82. Disponible en: <http://www.danah.org/papers/PublicDisplays.pdf>

[Consulta: 2011, 3 de mayo].

Elorza, V. (2022, 19 de Septiembre). La Teoría de Usos y Gratificaciones: qué es y qué explica sobre la sociedad. *Psicología Y Mente*. Retrieved January 2, 2024, from <https://psicologiaymente.com/social/teoria-usos-gratificaciones>

European Centre for Disease Prevention and Control, ECDC. (2015). Understanding the impact of smartphone applications on STI/HIV prevention among men who have sex with men in the EU/EEA. Stockholm. DOI 10.2900/908148. Recuperado el 9 de marzo de 2021 de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7a04d613-c8ae-11e5-a4b5-01aa75ed71a1>

Fehr, B., & Russell, J. A. (1991). The concept of love viewed from a prototype perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(3), 425–438. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.425>

Felipe, V. (2010). Las distopía de las relaciones interpersonales. *Icono14*, 2, 118-135. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3301964>

Gelles, D. (2011, 29 de Julio). Inside match.com. *Financial Times*. Retrieved February 26, 2024, from <https://www.ft.com/content/f31cae04-b8ca-11e0-8206-00144feabdc0>.

Grosskopf, N. A., LeVasseur, M. T., & Glaser, D. B. (2014). Use of the Internet and Mobile-Based “Apps” for Sex-Seeking Among Men Who Have Sex With Men in New York City. *American Journal of Men’s Health*, 8(6), 510–520. <https://doi.org/10.1177/1557988314527311>

Gutiérrez, V. S. (2023, 25 de Abril). *Tinder y Bumble*, las aplicaciones líderes en el mundo de las citas en línea. *Diario La República*.

<https://www.larepublica.co/ocio/tinder-y-bumble-las-lideres-en-el-mundo-de-las-citas-en-linea-3600863#:~:text=Luego%20aparece%20Bumble%2C%20con%20100,3%20millones%20por%20cada%20mill%C3%B3n>.

Hällström, C. (2022). 66 Key Millennial and Gen Z dating Statistics in 2022. *Attachment in Adult Relationships*. <https://brianamacwilliam.com/millennial-gen-z-dating-statistics/>

Historia de Grindr. (n.d.). Histografias.

https://histografias.com/historia_grindr_joel_simkhai_infografia.html

Hobbs, M., Owen, S., & Gerber, L. (2016). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271–284.

<https://doi.org/10.1177/1440783316662718>

Igartúa, Juan: “Teoría e investigación en comunicación social”. Capítulo: 13

iProfesional. (2022, 9 de Febrero). *Uno de cada tres argentinos conoció a su pareja en línea: ¿qué apps de citas usaron?*

<https://www.iprofesional.com/actualidad/357187-mas-argentinos-conocen-a-su-pareja-en-linea-que-apps-usan>

KATZ, E., BLUMLER, J. G. Y GUREVITCH, M. (1974) The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (pp. 269-286). London: Sage.

Klein, J. (2022, 25 de Febrero). Are Gen Z more pragmatic about love and sex? *BBC*

Worklife.

<https://www.bbc.com/worklife/article/20220104-are-gen-z-more-pragmatic-about-love-and-s>

ex

La Gaceta, R. (2022, 12 de Febrero). El 30% de los argentinos tiene pareja gracias a una app.

LA GACETA.

<https://www.lagaceta.com.ar/nota/930720/tecnologia/30porciento-argentinos-tiene-pareja-gracias-app.html>

La puerta, O. F. (2023, 30 de Mayo). ¿Qué es el amor y qué tipos de amor existen? - Instituto Cláritas. *Instituto Cláritas.*

<https://institutoclaritas.com/que-es-la-felicidad-el-secreto-mejor-guardado/>

Lee, K. M. (2022, 2 de Octubre). *Settling Down: Romance in the era of Gen Z - Yale Daily News.* Yale Daily News.

<https://yaledailynews.com/blog/2020/02/14/settling-down-romance-in-the-era-of-gen-z/>

Linne, J. (2020). “No sos vos, es Tinder”. Gamificación, consumo, gestión cotidiana y performance en aplicaciones de “levante.” *Convergencia-revista De Ciencias Sociales*, 27, 1.

<https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.13365>

Mansukhani, A. Dependencias Interpersonales: Las Vinculaciones Patológicas.

Conceptualización, diagnóstico y tratamiento. En: García AD y Cabello F, editores.

Actualizaciones en Sexología Clínica y Educativa. Huelva: Universidad de Huelva; 2013. p 197-214.

Martins-Silva, P. O., Trindade, Z. A., y Silva Junior, A. (2013). Teorias sobre o amor no campo da Psicologia Social. *Psicologia: Ciência y Profissão*, 33(1), 16-31.

Marwick, A. E. (2010). Status update: celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0 [Tesisdoctoral]. Nueva York: Universidad de Nueva York.

Mateus, J. C., León, L., & Vásquez-Cubas, D. (2023). Aplicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en la investigación en Comunicación: una revisión sistematizada.

Observatorio (OBS)*, 17(3). <https://doi.org/10.15847/obsobs17320232327>

Monteiro, M. P. L. (2019, 30 de Mayo). *La adolescencia en el contexto del amor romántico*. Desde La Niñez a La Vejez.

<https://www.teseopress.com/sociologiadelas edades/chapter/la-adolescencia-en-el-contexto-de-l-amor-romantico-estudio-de-grupos-focales-en-cochabamba-bolivia-en-el-ano-2017/>

Orchard, T. (2019). Dating apps. *Encyclopedia of Sexuality and Gender*, 1-3.

https://doi.org/10.1007/978-3-319-59531-3_19-1

Palomares, A. (2023). La pesadilla de Tinder: la adicción a las aplicaciones de citas es real y la cifra de adictos es. . . *Tendencias*.

<https://www.tendencias.com/sexo-y-relaciones/pesadilla-tinder-este-numero-adictos-a-aplicaciones-citas-estudio>

Palumbo, Mariana (2019), “Criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales: capital erótico y las expectativas de género”, en *Sociedade e Cultura*, vol. 22, núm. 2.

DOI: <https://doi.org/10.5216/sec.v22i2.52483> Disponible en:

<https://www.revistas.ufg.br/fchf/article/view/52483>

Paola, M. (2023, 7 de Agosto). Adictos a las apps de citas como si fueran tragaperras: un fenómeno que va en aumento. *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/vivo/20230807/9146274/apps-ligar-citas-caracter-adiccion-tinder-grindr-sexo.html>

Pereira, C., & Pereira, C. (2022). OkCupid. *MundoCuentas*.

<https://www.mundocuentas.com/okcupid/>

QuestionPro, C. (2023). Generación Z: Todo lo que necesitas saber de ellos. *QuestionPro*.

<https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>

Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80– 101. doi:10.1177/2050157916664559

Regader, B. (2015, 30 de Mayo). *Los 4 tipos de amor: ¿qué clases distintas de amor existen?*

Psicología Y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/tipos-de-amor>

Salazar, T. R. (2012). El amor en las ciencias sociales: cuatro visiones teóricas. *DOAJ*

(*DOAJ: Directory of Open Access Journals*).

<https://doaj.org/article/003e8412f71c4c47aa2fd8d999ee3bea>

Serrano, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad.

Historia y comunicación social, 2, 353-364. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4670930>

Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. *FONDO DE CULTURA ECONÓMICA*,

3(2), 154–155. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3750358.pdf>

Sierra, A., & Sierra, A. (2023, 18 de Febrero). Adictos a las 'apps' de citas: un 90% las utiliza hasta en horario laboral. *ELMUNDO*.

<https://www.elmundo.es/vida-sana/sexo/2023/02/18/63ef68d3fdddf985f8b45d9.html>

Sinc, A. (2021, 2 de Enero). Las aplicaciones para ligar no destruyen el amor: mismo bienestar, más diversidad y mejor convivencia. *Hipertextual*.

<https://hipertextual.com/2021/01/apps-ligue-no-destruyen-amor>

Single has Spoken. (n.d.). Tinder Newsroom.

<https://www.tinderpressroom.com/single-has-spoken>

Skinner, B. F. (1953). *Science and Human Behaviour*. New York: Free Press.

Solomon, R. C. (1977). *The passions*. Garden City, NY: Anchor Press

Statista. (2023, 14 de Diciembre). *América Latina: número de usuarios de servicios de citas online por país 2023*.

<https://es.statista.com/previsiones/1192531/usuarios-servicios-citas-online-america-latina>

Statista. (2023, 14 de Marzo). *América Latina: número de usuarios de servicios de citas online por país*

2022.<https://es.statista.com/previsiones/1192531/usuarios-servicios-citas-online-america-latin>

[a](#)

Statista. (2023, 15 de Octubre). *Argentina: número de descargas mensuales de Grindr 2019-2020*. <https://es.statista.com/estadisticas/1191429/grindr-descargas-argentina/>

Strugo, J., & Muise, A. (2019). Swiping for the right reasons: Approach and avoidance goals are associated with actual and perceived dating success on tinder. *The Canadian Journal of Human Sexuality*, 28(2), 93–104. <https://doi.org/10.3138/cjhs.2019-0010>

Suárez, M. (2023, 28 de Mayo). Más del 60% de jóvenes de la Generación Z encuentran pareja por apps de citas. *Infobae*.

<https://www.infobae.com/mexico/2023/05/28/mas-del-60-de-jovenes-de-la-generacion-z-encuentran-pareja-por-apps-de-citas/#:~:text=Un%20estudio%20arroj%C3%B3%20que%20las,e n%20su%20d%C3%ADa%20a%20d%C3%ADa>

Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating Application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>

Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information Society*, 34(2), 59–70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>

Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017a). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual's perspective on Tinder use and motives. *Personality and Individual Differences*, 110, 74–79. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>

Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017b). Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior*, 70, 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.028>

Vila, C. (2023, 27 de Septiembre). Detox digital: qué es y por qué debemos hacer al menos uno a la semana. *GQ España*. <https://www.revistagq.com/articulo/detox-digital-que-es-y-por-que-debemos-hacer-al-menos-uno-a-la-semana>

Vogels, E. A. (2023, 2 de Febrero). *Key findings about online dating in the U.S.* Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/02/02/key-findings-about-online-dating-in-the-u-s/>

Vygotsky, L. S. (1962). *Thought and language*. Cambridge, MA: MIT Press.

Walther y Parks, M. (2002). *Cues filtered out, cues filtered in. Handbook of interpersonal communication*. Thousand Oaks: Sage.

Warnick, Barbara (2004). “Online ethos”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 48 No. 2, October, pp. 256-265.

Weiser, D. A., Niehuis, S., Flora, J., Punyanunt-Carter, N. M., Arias, V. S., & Baird, R. H.

(2018). Swiping right: Sociosexuality, intentions to engage in infidelity, and infidelity experiences on Tinder. *Personality and Individual Differences*, 133, 29–33.

Westcott, H. and S. Owen (2013) 'Friendship and Trust in the Social Surveillance Network', *Surveillance & Society* 11(3): 311–23.

Wilson, R. (2024, 14 de Febrero). Tinder downloads are falling but the dating app era isn't over yet. *CNN Business*. Retrieved February 26, 2024, from <https://edition.cnn.com/2024/02/14/business/dating-apps-2024-hinge-tinder-dg/index.html#:~:text=Young%20adults%20under%2030%20are,spouse%20according%20to%20the%20202.>



Universidad de
San Andrés

7. Anexo

7.1. Preguntas de la etapa cuantitativa

Nombre: *Encuesta sobre Experiencias y Comportamientos en Aplicaciones de Citas*

Organización de la encuesta

- **Sección 1: Preguntas Básicas**

- Edad
 - Abierto (pueden escribir su edad aclaramos en la parte de arriba de la encuesta que es solo para gente de 20 a 30 años)
- Género
 - Femenino
 - Masculino
 - No Binario
 - Prefiero no decirlo
 - Otro:
- Educación máxima alcanzada
 - Primario completo
 - Secundario Completo
 - Universitario (en curso)
 - Universitario completado
 - Posgrado (en curso)
 - Posgrado completo
 - Otro: (quizás aca pueden poner por ejemplo Master).
- Orientación sexual
 - Heterosexual
 - Homosexual
 - Bisexual
 - Pansexual
 - Prefiero no decirlo
 - Otro:
- Situación romántica
 - Soltero/a
 - En una relación
 - Casado/a

- Divorciado/a
- En una relación abierta
- Otro:
- **¿Estuviste en una relación amorosa seria?**
 - Si.
 - Nunca he estado en una relación.
 - He estado en relaciones casuales.
 - Prefiero no decirlo.
- ¿En qué localidad o barrio de Buenos Aires resides actualmente?
- ¿En qué ciudad o provincia naciste?
- ¿Utilizaste alguna vez una aplicación de citas?
 - Si
 - No (no puede continuar con la encuesta y se corta)

Sección 2: Preguntas Relacionadas a Las Apps de Citas

- ¿Usas apps de citas actualmente?
 - Si
 - No
- Si respondiste que “No” a la pregunta anterior, ¿cuándo fue la última vez que las usaste?
 - En 2023
 - En 2022
 - En 2021
 - En 2020 (año en que comenzó el confinamiento obligatorio por la pandemia)
 - Antes del 2020
 - Otra...
- ¿Cuántas apps de citas tenes descargadas o usaste alguna vez?
 - 1
 - 2
 - + de 2
- ¿Cuáles? Podés elegir más de una.
 - Poner las más populares y poner otra para que ellos escriban y especificar que pueden elegir más de uno:

- *Tinder*
 - *Bumble*
 - *Happn*
 - *OkCupid*
 - *Grindr*
 - Otro: ..
- ¿Tenés alguna preferencia por ciertas apps de citas?
- Si
 - No
- En caso de responder afirmativamente, ¿cuál?
- Respuesta abierta para que escriban
- ¿Hace cuánto tiempo usas las aplicaciones de citas? (Si ya no sos un usuario activo, selecciona igualmente el tiempo que las usaste).
- Menos de 6 meses
 - Entre 6 meses y 1 año
 - Más de un año
- ¿Con cuánta frecuencia?
- Todos los días
 - 4-6 veces a la semana
 - 2-3 veces a la semana
 - 1 vez a la semana
 - Menos de 1 vez por semana
 - Una vez al mes
 - Raramente uso la app
- ¿Cuál fue el motivo principal para descargar inicialmente las apps de citas?
Podes elegir más de una.
- Buscar una relación a largo plazo
 - Buscar relaciones esporádicas o casuales
 - Curiosidad
 - Quería probar algo nuevo
 - Presión social
 - Recomendación de amigos
 - Para mejorar mi autoestima y recibir elogios

- Por aburrimiento, no tenía ninguna expectativa
 - Otro:
- ¿Pagaste alguna vez por algún servicio premium?
- Si
 - No
- En caso de responder afirmativamente, ¿cuál fue el motivo? (se puede elegir más de 1)
- Quería ver los perfiles que me habían dado like
 - Quería tener likes ilimitados
 - Quería que la app diera más exposición a mi perfil
 - Quería poder usarlo cuando viajaba
 - Quería tener más super likes
- ¿Alguna vez encendiste las notificaciones para los **mensajes** en las aplicaciones de citas?
- Si
 - No
- En caso de responder afirmativamente, ¿cuáles fueron los motivos? Podés elegir más de una opción.
- Para no perderme de ningún mensaje
 - Porque había alguien que me gustaba y quería estar atento/a a si respondía o no
 - Porque quería responderle rápidamente a mis *matches*
 - Me ayudaba a estar más activo/a
 - Me motivó estar al día con la aplicación
 - Siempre tengo las notificaciones activadas en todas las aplicaciones, y esta no fue la excepción
 - Por curiosidad
 - Otra...
- ¿Eliminaste alguna vez las aplicaciones de citas para volver a descargarlas después?
- Si
 - No

- ¿Concretaste encuentros presenciales con personas que conociste por las aplicaciones de citas?
 - Sí, más de una vez
 - Sí, una vez
 - No
- ¿Qué tipo de relaciones estableciste con personas que conociste en las *apps*?
Podes seleccionar más de una si aplica.
 - Noviazgo
 - Relación casual o esporádica
 - Relación meramente para encuentros sexuales
 - Amistad
 - Ninguna
 - Otro (por favor especifica):
- Alguna vez te sentiste presionado/a para presentarte de cierta forma en las aplicaciones de citas que no reflejara tu verdadero “yo” en tu perfil?
 - Siempre
 - A menudo
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca

Sección 3: Objetivos al utilizar las aplicaciones de citas

¿Cómo te sentís al respecto de estas afirmaciones?

La escala es:

- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

- Uso las aplicaciones de citas para buscar una relación a largo plazo - (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)

- Uso las aplicaciones de citas para buscar una relación a corto plazo - (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Uso las aplicaciones de citas para buscar encuentros casuales. (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Analizo exhaustivamente toda la información del perfil del usuario, no solo la foto, antes de decidir si voy a deslizar o no - (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo).
- Deslizo en varios perfiles y, al obtener el *match*, recién ahí selecciono con quien quiero interactuar realmente (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Mis conversaciones suelen ser muy superficiales o cortas. (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Prefiero tener conversaciones más superficiales y cortas.(escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Prefiero tener charlas más personales y profundas con mis *matches* (escala muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Suelo iniciar las conversaciones con mis *matches* (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Suelo esperar a que mis *matches* inicien la conversación conmigo (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Elimino a mis *matches* si no me hablan/contestan luego de cierto tiempo (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Las aplicaciones de citas son más efectivas para conocer personas que otras aplicaciones o de forma orgánica (en un bar, en una salida o a través de amigos). (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Siento que, cuanto más completo mi perfil, más *matches* obtengo. (escala muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Doy más importancia a la descripción de los perfiles que a sus fotos (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- Cuando obtengo un *match*, siento que mi autoestima o confianza aumenta (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)

Sección 4: Propósitos y Recompensas al Usar la App

Tinder

Usaste *Tinder* alguna vez? (pregunta filtro)

- Sí
- No

En caso de responder afirmativamente, los encuestados pasaban a la siguiente sección sobre *Tinder*:

- ¿Vinculaste tu cuenta de Instagram con *Tinder*?
 - Sí
 - No
- ¿Habilitaste la vinculación de *Tinder* con Spotify?
 - Sí
 - No
- En caso de responder afirmativamente, ¿habilitaste **Spotify** para reflejar tus gustos musicales?
 - Sí
 - No
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: Completé de manera exhaustiva mi perfil de *Tinder* (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Con qué frecuencia adquiris o adquiriste servicios premium de *Tinder*? (Ejemplo: *Tinder* Gold o *Tinder* Plus)
 - Nunca
 - Una vez
 - Con frecuencia
 - Siempre que uso la app
- ¿Con qué frecuencia ajustas tu perfil después de haberlo completado inicialmente?
 - Muy frecuentemente
 - A menudo
 - Raramente
 - Nunca
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: Siento que la estructura de la aplicación no me permite armar un perfil que

refleje quién soy completamente. (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)

- ¿Qué tan relevante te parece la **distancia geográfica** al seleccionar posibles *matches*? (Escala de poco relevante a muy relevante)
- ¿Qué tan relevante te parece la **edad** al seleccionar posibles *matches*? (Escala de poco relevante a muy relevante)
- ¿Consideras que en *Tinder* las personas buscan más encuentros casuales y esporádicos en comparación a otras aplicaciones? (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Tus conversaciones fueron más profundas en *Tinder* en comparación con otras aplicaciones?
 - Sí, fueron más profundas en *Tinder*
 - No, fueron más profundas en otras aplicaciones
 - Fueron igual de profundas a otras aplicaciones
 - No puedo comparar porque solo uso y/o use *Tinder*
 - No puedo comparar porque nunca tuve conversaciones profundas en ninguna aplicación
 - Prefiero no responder
- ¿Usaste alguna vez la función de '**Pasaporte**' en *Tinder*?
 - Sí
 - No
- En caso de responder afirmativamente, ¿cuál fue tu principal motivo? Podés elegir más de una opción.
 - Con la finalidad de viajar a un nuevo país o ciudad
 - Curiosidad
 - Diversión
 - Otro:.....

Bumble

Usaste *Bumble* alguna vez? (pregunta filtro)

- Sí
- No

En caso de responder afirmativamente, los encuestados pasaban a la siguiente sección sobre *Bumble*:

- ¿En qué función utilizas principalmente *Bumble*? Selecciona una.
 - Date
 - BFF
 - Bizz
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: Una de las razones principales por la cual elijo utilizar *Bumble* es por su dinámica en la que la mujer inicia la conversación (escala de muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Qué tan relevante te parece la **distancia geográfica** al seleccionar posibles *matches*? (Escala de poco relevante a muy relevante)
- ¿Qué tan relevante te parece la **edad** al seleccionar posibles *matches*? (poco relevante a Muy relevante)
- ¿Con qué frecuencia utilizas las extensiones de tiempo cuando un *match* está por expirar?
 - Siempre
 - A menudo
 - Raramente
 - Nunca
- ¿Con qué frecuencia usás la 'extensión de tiempo' para prolongar un *match* que está por expirar en *Bumble*?
 - Siempre
 - A menudo
 - Raramente
 - Nunca

- ¿Con qué frecuencia ajustas tu perfil después de completarlo inicialmente?
 - Muy frecuentemente
 - A menudo
 - Raramente
 - Nunca
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: Siento que la estructura de la aplicación no me permite armar un perfil que refleje quién soy completamente. (muy en desacuerdo a muy de acuerdo)
- ¿Consideras que las personas en *Bumble* buscan más relaciones serias y comprometidas en relación a otras aplicaciones? (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Qué opinión tenés al respecto del límite de 24 horas para iniciar una conversación en *Bumble*?
 - Me incentiva a querer empezar la conversación
 - Me es indiferente
 - Me genera una presión
 - Preferiría más tiempo
- ¿Creés que esta limitación del tiempo te motiva a revisar la aplicación con más frecuencia? (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Tus conversaciones fueron más profundas en *Bumble* en comparación con otras aplicaciones?
 - Sí, fueron más profundas en *Bumble*
 - No, fueron más profundas en otras aplicaciones
 - Fueron igual de profundas a otras aplicaciones
 - No puedo comparar porque solo uso y/o use *Bumble*
 - No puedo comparar porque nunca tuve conversaciones profundas en ninguna aplicación
 - Prefiero no responder

OkCupid

Usaste *OkCupid* alguna vez? (pregunta filtro)

- Sí
- No

En caso de responder afirmativamente, los encuestados pasaban a la siguiente sección sobre *OkCupid*:

- ¿Respondiste las preguntas del cuestionario de la *app* para mejorar la compatibilidad con tus *matches*?
 - Si, respondí todas o la gran mayoría
 - Solo algunas preguntas
 - No respondí ninguna.
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: La función de ver el porcentaje de compatibilidad me parece excelente (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- En comparación con otras aplicaciones, ¿sentís que las coincidencias en intereses o porcentajes altos en compatibilidad, te inclina más a iniciar una conversación?
 - Sí
 - Algunas veces
 - No, porque no influye en mi decisión
- ¿Qué opinas al respecto de la siguiente afirmación?: A diferencia de otras aplicaciones, aprecio que la aplicación me proporciona una búsqueda más específica basada en mis intereses y valores (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Qué tan relevante te parece la **distancia geográfica** al seleccionar posibles *matches*? (Escala de poco relevante a muy relevante)
- ¿Qué tan relevante te parece la **edad** al seleccionar posibles *matches*?(poco relevante a muy relevante)
- Las presentaciones sumamente detalladas de los perfiles me permitió hacer una mejor elección si conectarme con el usuario o no. (muy de acuerdo a muy en desacuerdo)
- ¿Con qué frecuencia ajustaste o editaste tus respuestas en el cuestionario después de haberlas completado inicialmente?

- Muy frecuentemente
 - A menudo
 - Raramente
 - Nunca
- ¿Qué pensás sobre esta afirmación?: Las presentaciones detalladas de los perfiles me ayudaron a decidir si hacer *match* o no con un usuario. (escala a muy en desacuerdo a muy de acuerdo)
- En comparación con otras aplicaciones de citas, ¿sentís que *OkCupid* se enfoca más en establecer conexiones genuinas?
- Sí
 - Un poco más que otras
 - Similar
 - No más que otras *apps*
 - Prefiero no responder
- ¿Qué pensás sobre esta afirmación?: Respondí las preguntas iniciales teniendo en cuenta que atraería más *matches*. (Escala de muy en desacuerdo a muy de acuerdo)
- ¿Qué opinas sobre esta afirmación?: Las preguntas abiertas me dejan expresarme mejor y de forma más auténtica. (muy de acuerdo a muy en desacuerdo).
- ¿Crees que tus conversaciones fueron más profundas en OkCupid en comparación con otras?
- Sí, fueron más profundas en OkCupid
 - No, fueron más profundas en otras aplicaciones
 - Fueron igual de profundas a otras aplicaciones
 - No puedo comparar porque solo uso y/o use OkCupid
 - No puedo comparar porque nunca tuve conversaciones profundas en ninguna aplicación
 - Prefiero no responder

Grindr

¿Usaste *Grindr* alguna vez? (pregunta filtro)

- Sí
- No

En caso de responder afirmativamente, los encuestados pasaban a la siguiente sección sobre *Grindr*:

- ¿Completaste tu perfil de forma exhaustiva?
 - Sí
 - No
- ¿Con qué frecuencia adquiriste servicios *premium* en la aplicación?
Ejemplo: *Grindr XTRA*.
 - Nunca
 - Una vez
 - Con frecuencia
 - Siempre que uso la aplicación
- ¿Qué tan relevante te parece la **distancia geográfica** al seleccionar posibles *matches*? (Escala de poco relevante a muy relevante)
- ¿Qué tan relevante te parece la **edad** al seleccionar posibles *matches*? (poco relevante a muy relevante)
- ¿Qué pensás sobre esta afirmación?: Siento que la estructura de la aplicación no me permite armar un perfil que refleje quién soy. (Muy en desacuerdo muy de acuerdo)
- ¿Cómo compararías el tipo de encuentros en *Grindr* con los de otras aplicaciones? Podés seleccionar más de una respuesta.
 - Los encuentros son más casuales
 - Son más serios u orientados a relaciones a largo plazo
 - Son más sexuales y espontáneos
 - No noto ninguna diferencia
- *Grindr* es una aplicación dirigida hacia la comunidad LGBTQ+ ¿Sentís que la aplicación proporciona un lugar más seguro para expresarte?
- ¿Usas otras aplicaciones de citas dirigidas o inclusivas para la comunidad LGBTQ+?
 - Si, uso al menos una otra

- No, solo uso *Grindr*
- A pesar de que las otras aplicaciones también ofrecen opciones para hombres gays, ¿por qué elegís usar Grindr? Podés seleccionar más de una.
 - Está más centrado en la comunidad gay y me siento más conectado/a
 - Porque percibo que *Grindr* se alinea más a mis preferencias en cuanto a encuentros casuales.
 - Porque siento que *Grindr* coincide con el tipo de relación seria que estoy buscando.
 - Porque mis amigos o gente que conozco usan la aplicación
 - Prefiero su interfaz
 - Siento que hay más usuarios en *Grindr* en mi área
 - Me siento más seguro/a y/o aceptado/a en *Grindr*.
- ¿Opinas que tus preguntas fueron más profundas en Grindr en comparación con otras aplicaciones?
 - Sí, fueron más profundas en Grindr
 - No, fueron más profundas en otras aplicaciones
 - Fueron igual de profundas a otras aplicaciones
 - No puedo comparar porque solo uso y/o use Grindr
 - No puedo comparar porque nunca tuve conversaciones profundas en ninguna aplicación
 - Prefiero no responder
- **Pregunta opcional:** ¿Sentís que Grindr te ofrece un beneficio que no encontraste en otras aplicaciones? Si la respuesta es afirmativa, ¿qué otros beneficios te ofrece?
 - Respuesta abierta.....

Sección 5: Percepciones emocionales relacionadas a la aplicación

¿Qué opinás al respecto de las siguientes afirmaciones?

La escala es:

- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo

- Neutral
- De acuerdo
- Muy de acuerdo
 - Me siento validado/a al hacer *match* con otra persona.
 - Me siento feliz cuando obtengo un *match*.
 - Me siento desilusionado/a cuando no tengo un *match* con alguien que me interesaba.
 - Dudo de mí mismo/a cuando no consigo *matches*.
 - Pongo en cuestionamiento mi apariencia física cuando no consigo *matches*.
 - Me siento atractivo/a cuando tengo muchos *matches*.
 - Cuantos más *matches* tengo, más quiero usar las aplicaciones.
 - Mi autoestima varía según la cantidad de *matches* o conversaciones que tengo.
 - Considero que las aplicaciones de citas están promoviendo en nuestra generación más encuentros casuales y relaciones esporádicas.
 - Dejo de usar la aplicación si no obtengo la cantidad de *matches* que deseaba.
 - Las aplicaciones de citas a menudo me dejan sintiéndome más solitario/a.
 - Creo que las aplicaciones de citas me dan una falsa sensación de conexión.
 - Me ilusiono e imagino un futuro con alguien solo al ver su perfil.
 - Me he sentido juzgado/a por mi apariencia física en las aplicaciones de citas.
 - Siento que los *matches* validan mi apariencia física.
 - Las aplicaciones de citas me han hecho sentir que soy fácilmente reemplazable y que hay una “opción mejor”.
 - Las aplicaciones de citas y su facilidad para conocer personas me hacen sentir que el otro es simplemente reemplazable y que puedo encontrar algo mejor.
 - Me siento culpable o avergonzado/a por usar estas aplicaciones.
 - Siento que soy adicto/a a las aplicaciones de citas.
 - Cuanto más uso las aplicaciones, me es más difícil conocer personas de manera orgánica (en un bar, en una salida o a través de amigos).
 - Las aplicaciones de citas me han dificultado construir relaciones duraderas y significativas.
 - Utilizo más la aplicación para encuentros casuales y divertirme.
 - Utilizo más la aplicación para encontrar relaciones serias y duraderas.

- Las aplicaciones de citas han influido en mi manera de percibir y definir al “amor” y el “compromiso”.

Parte 6: Final

¡Gracias por responder nuestra encuesta!

Como mencionamos al principio, toda la encuesta fue anónima, sin embargo, queremos invitarte a participar en una entrevista individual con nosotros con el objetivo de conversar en profundidad los tópicos que hemos tratado en esta encuesta.

Si te interesa participar en esta segunda parte, deja tus datos continuación así podemos contactarte. Podes dejarnos tu número de celular, email o Instagram y nos pondremos en contacto con vos.

Por el otro lado, podés escribirnos también a nuestros perfiles de *Instagram*:

@eugefarace

@valengianmarco

¡Apreciamos tu participación, ojalá te haya gustado!

(Respuesta abierta)



7.2. Respuestas de encuesta

En el siguiente [enlace](#), podrán ver las respuestas a nuestra encuesta.

Universidad de
San Andrés

7.3. Preguntas de la etapa cualitativa

Aquí están las preguntas que hemos redactado para la etapa de las entrevistas, no obstante, debemos recordar que se trata de un formato semiestructurado para que podamos dirigir la entrevista libremente. Estas preguntas funcionaron como guía.

- ¿Qué es lo que buscas en estas aplicaciones?
 - ¿Amistad, romance, relaciones esporádicas, etc.?
 - En base a su respuesta: ¿lo estás encontrando?
 - ¿Qué te motivó a descargar la aplicación?

- ¿Notaste cambios en tus motivaciones a medida que fuiste utilizando las aplicaciones de citas?
- ¿En algún momento decidiste eliminar estas aplicaciones?
 - Si dice que sí, podemos preguntarle lo siguiente: ¿Qué es lo que te llevó a eliminarla?
 - Si la elimino y la descargo otra vez, le preguntamos: ¿Qué fue lo que te llevó a descargarla y volver a utilizarlas?
- ¿Sentís que tu perfil en las aplicaciones de citas reflejan tu verdadero yo?
- ¿De qué forma completaste tu perfil? ¿Sentís que refleja quien sos vos? Si alguien *match* con vos, ¿crees que pueden entender una esencia de quien sos?
- ¿Crees que la gente se siente presionada a presentarse de cierto modo en estas aplicaciones? Si la respuesta es sí, ¿por qué crees que esto sucede?
- ¿Alguna vez sentiste la necesidad de modificar ciertos aspectos de tu perfil para sentirte más atractivo a vista de otros perfiles?
 - Tenemos que ver su respuesta, este es un gran punto para seguir indagando sobre por qué es que sintió o no sintió esa necesidad.
- ¿Qué aplicaciones usas/usaste?
 - ¿En cuál te sentís más auténtico?
- ¿Alguna vez te encontraste con alguien de forma presencial que conociste por estas *apps*?
 - Si responden que sí:
 - ¿Podés contarnos un poco de esta experiencia?
 - ¿Esta salida, te motivó a seguir utilizando estas aplicaciones y encontrarte con más gente? - Lo importante en este punto es analizar si el encuentro presencial los impulsó a seguir usando.

Preguntas en torno a las experiencias de género:

- Para las mujeres: ¿Sentís que tus experiencias en estas plataformas son distintas a las que puede experimentar un hombre? - Indagar más en torno a este punto.
- Para los hombres: ¿Crees que tenes más desafíos en las aplicaciones de citas que quizás las mujeres no atraviesan?

Activación de notificaciones:

- ¿Prendiste alguna vez las notificaciones de estas *apps*?
 - Si responde que sí, preguntamos lo siguiente:
 - ¿Qué te llevó a prender las notificaciones?
 - ¿Influyen estas notificaciones en tu día a día? ¿Tienen un impacto en tu vida diaria o estado de ánimo?
 - ¿Decís que esto te lleva a estar más pendiente al celular?
 - ¿Qué sentís cuando te llegan notificaciones de la *app*?

Servicios premium:

- ¿Qué te parecen los servicios premium?
- ¿Alguna vez pagaste por algún servicio premium?
 - Si la respuesta es sí: ¿Porque decidiste pagarlo?
 - Si la respuesta es no: ¿Porque no pagarías?

Otras preguntas generales en torno a las aplicaciones de citas:

- Frecuentemente estas aplicaciones se aluden como una forma de juego, ¿Crees que los *matches* actúan como una recompensa?
- ¿Crees que la forma en que las aplicaciones están diseñadas influyen en las sensaciones de gratificaciones que pueden ofrecer?

- ¿Consideras que es una aplicación fácil de usar?
- ¿Alguna vez te enfrentaste a algún desafío en torno a su uso?
 - Si destaca algún desafío: ¿Que te lleva a seguir utilizandolas a pesar de estos desafíos?
- ¿Te sentís enganchado con las aplicaciones de citas?
 - Si dice que sí, le preguntamos: ¿Qué es lo que te impulsa a seguir utilizandolas?
- ¿Estas plataformas te dan cosas que crees que en la vida real no puedes obtener?
- ¿Es un medio efectivo para conectar genuinamente con otras personas?
- ¿Alguna vez notaste diferencias en cómo te presentas en la aplicación y cuando conoces a alguien en la vida real?
- ¿Recibís varios *likes*? ¿Crees que la cantidad de estos es un reflejo de tu atractivo físico?
- ¿Identificaste cambios en tu autoestima o quizás en tu autoimagen desde que usas las aplicaciones de citas?
- Para vos es importante la cantidad de *matches* o *likes* que recibís?
- ¿Alguna vez atravesaste una experiencia negativa en estas aplicaciones?

Indagar acerca de los sentimientos:

- ¿Cómo te sentís después de utilizar las aplicaciones de citas?
- ¿Crees que el uso de estas *apps* te afectaron en algún momento emocional o psicológicamente?
 - Si nos responde que sí, preguntamos: ¿de qué forma?
- ¿Te pasó de necesitar descansos de las aplicaciones de citas?
 - ¿Por qué?

- En las aplicaciones hay una vasta cantidad de perfiles que los usuarios pueden ver, ¿cómo te hace sentir esto?
- ¿Crees que el uso de estas plataformas te influyó de alguna forma tu visión personal en torno al amor y/o al compromiso?
- ¿Cómo ves el futuro de estas *apps*?, ¿sentís que va a cambiar?
 - ¿Crees que vas a utilizar estas aplicaciones en un futuro?, ¿Por qué sí o por qué no?

7.4. Respuestas de las entrevistas

V: Valen

E: Entrevistado

Entrevista: Emma (nombre que eligió la entrevistada) Mujer 24 años Hetero

V: La primera pregunta es, sabiendo que vos respondiste ya la encuesta, ¿qué es lo que buscas principalmente en estas aplicaciones? Amistad, romance, una relación estable o otro tipo de vínculos. ¿Qué es lo que soles buscar cuando entras ahí?

E: Mira, estoy en una etapa de mi vida muy profunda y esotérica, ¿okay? Así que mis respuestas van a estar en ese span de respuestas. Cuando salgo a tomar algo con alguien, cuando hablo con alguien, cuando me escribe alguien, cosas así, para mi se trata de conocer gente nueva. Porque a la gente de mi ambiente, los ambientes buenos son burbujas y suelen ser medio chicos y es como que terminas un poco conociéndote con todos. Y a mi personalmente lo que me llama es abrir un poco mi espectro. Pero, también existe el tema de la inseguridad entonces tampoco es que lo abro para literalmente cualquier dado, pongo filtros como que hayan estudiado en alguna institución que a mi me de confianza, que

tengamos algún conocido en común, algo que a mi me diga “Bueno esta persona me da un poco de confianza” Pero lo que busco quizás es eso, conocer gente.

V: Entonces dirías que tal vez vas sin ningún tipo de expectativas a buscar estos encuentros.

Vos buscas abrir tus horizontes.

E: Si, puede terminar literalmente en un noviazgo o en una charla que me abrió la cabeza y nunca más vi a la persona.

V: ¿Vos sentís que tus motivaciones al entrar a estas aplicaciones cambiaron según el tiempo? Sobre todo sabiendo que dijiste que ahora estás en una etapa más esotérica. Tal vez esto hizo que cambiara tu uso de las apps. ¿Cambió aquello que buscabas?

E: Creo que cuando era más chica no entraba a las apps de citas porque pensaba que era todo más sexual y ahora entiendo que quizás es una oportunidad para conocer a más gente. Obvio que te encontras a los que solo quieren sexo, pero hay de todo.

V: Me dijiste que antes no entrabas quizás a estas apps de citas y ahora te diste cuenta que cambio, que la gente busca otras cosas. ¿Cuál o cuáles fueron las razones por las que decidiste descargar estas apps en primera instancia? ¿Cual fue el cambio que te hizo decir “che no todo es sexo tal vez”?

E: Bueno, esto es muy personal, pero yo estuve de novia muchos años y siempre me paso que mis amigas les gustaba salir, hacer previas, ir al boliche, hacer asados o lo que fuere con el mismo grupo de pibes *hablo de pibes porque soy heterosexual y mi grupo de amigas tambien*. Entonces siempre querían mantenerse en el mismo rango de grupo de pibes y que se yo, y la verdad es que a mi siempre me interesó esto de conocer gente nueva porque me interesa, siento que te abre la cabeza, que te enriquece un montón y porque nunca sabes qué es lo que te puedes cruzar cuando conoces a otra persona. Cómo exponerte a situaciones diferentes. Y cuando era más chica estaba de novia, entonces como que no me daba a mi para salir a buscar tanto ese cambio. Si mis amigas estaban buenísimo y sino era medio como que

bueno, seguir la corriente. Pero desde que corte nada, como que siento que se me abrió un poco esa puerta como para abrirme y no le tengo que rendir cuentas a nadie. Si quiero que me pase algo lindo, mágico, impredecible, o no sé, algo muy de la vida, siento que me tengo que exponer a esas situaciones. Porque encerrada en un tupper las chances son mucho más bajas.

V: Claro, decís que el príncipe azul no va a venir a buscarte a la puerta de tu casa.

E: El príncipe azul, la entrevista de trabajo, tu mejor amigo, el plan más divertido del mundo. Lo que sea. Tenés que exponerte, salir a buscarlo.

V: Ya que mencionaste a tu grupo de amigas, ¿sentiste que te juzgaron cuando mencionaste que tenías las apps de citas descargadas y las usabas? O sentís que en tu círculo también se usan estas apps.

E: No, no comentarios. Si quizás sorpresa, me decían cosas como “vos te animas”. Siento que es algo sobre lo que todos tienen intriga pero no todos se animan. Entonces si lo hace alguien que conocen es como “Ah bueno, por ahí pruebo”.

V: ¿Sentís que sigue siendo un tema tabú el descargar apps de citas?

E: En mi grupo, que son más conservadores, tienen una mentalidad de que les gusta que los hombres la busquen.

V: ¿Borraste la aplicación que tenías descargada en tu teléfono?

E: Sí, pero no por el hecho de que es una app de citas, sino porque borre en conjunto todas las redes sociales que tenía descargadas y esa aplicación entró dentro de la purga de apps que hice. Después volví, no lo hice con intención de no volver nunca más, sino que fue un descanso, un cleanse digital. O sea, lo que hago es simplemente no entrar a la app por meses, pero no la borro, la dejo juntando polvo en el escritorio del teléfono. Si estoy en el mood de usarla genial, sino no.

V: Hablando más sobre la información que utilizas para completar tu perfil dentro de las aplicaciones de citas. ¿Sentís que el perfil te invita a ser sincera en lo que publicas y las fotos que elegís? ¿O consideras que existe alguna especie de estándar o presión?

E: Si siento que hay cierta presión de presentarse de cierta manera, pero no se lo adjudicó únicamente a las aplicaciones de citas. Por ejemplo, LinkedIn tiene también un formato en el que uno debe de presentarse para aparentar más profesional, instagram también, twitter también. Todas las aplicaciones tienen sus términos y condiciones en el sentido de sus usos prácticos y sociales. Entonces si siento que hay cierta presión de mostrarte de cierta manera, pero no siento que sea falso. Porque una persona no es algo 100%, se compone de distintas facetas y caras, entonces si quizás mostrar únicamente una cara, pero eso no significa que sea algo falso. Es incompleto.

V: ¿Sentís que alguien que matcheo con vos puede comprender parte de la esencia tuya, de tu persona?

E: Si, obviamente lo que pongo en mi perfil es parte de mi identidad, pero la verdad es que siento también que soy mucho más de lo que pude ver en mi descripción del perfil. Por lo que, si bien considero que cualquier persona que haya matcheado conmigo puede entender a grandes rasgos quién soy, se sorprendería de conocerme verdaderamente en una cita presencial como también pasando a hablar unas cuantas horas por mensaje conmigo.

V: ¿Dirías que esa es parte de tu estrategia a la hora de usar apps de citas? Esto de dar un primer y acotado vistazo para captar la intriga de la gente y que te escriban y te inviten a salir.

E: No lo pienso como una estrategia. Es decir, en este contexto siento que la estrategia tiene una connotación negativa. Pero no lo pienso como una estrategia, sin embargo sí creo que si una persona hace match conmigo por lo que muestro ahí, sí se llevaría una grata sorpresa si me conoce en persona. Conocerme en persona suma, pero no es parte de la estrategia.

V: ¿Sentís que la gente tiene una necesidad de embellecer ciertos aspectos de su perfil para ser más atractivo? No necesariamente hablando de las imágenes.

E: Puede ser, pero siento que de eso se trata la vida. De venderse a uno mismo en todos lados, y acá bueno está materializado en una plataforma. Si quizás hay mucho de eso en las redes porque es algo muy fugaz, los tiempos digitales son muy rápidos, veo tu perfil 2 segundos y me fui. Entonces por ahí sí que necesitas llamar más la atención. Pero, la vida se trata de venderse.

V: Volviendo a tus experiencias de apps de citas, ¿concretaste algún encuentro presencial con alguno de tus matches?

E: Sí

V: ¿Cómo decís que fue tu experiencia al encontrarte presencialmente con esa persona?

E: Bueno, la verdad es que siempre mantengo ciertos códigos ante los primeros encuentros con un match. Tiene que ser en algún espacio público, algún bar o cafetería por tema de seguridad y también para poderme ir en caso de que sea una cita incómoda o que no me termine de gustar el match. Siempre es para conocer al otro, por lo que siento que termino cumpliendo un rol de periodista, haciendo muchas preguntas como para ver si es posible encasillarlo en alguna categoría conocida. En general igual no vuelvo a repetir las citas.

V: Esto de que no quieras volver a repetir las citas, ¿te desmotiva al momento de usar las aplicaciones?

E: No, por ahí me motiva y me desmotiva a salir con gente en general, pero por donde las conozco, si fue por el boliche, una app, amigos en común, no. O sea no me importa tanto el medio, me desmotiva en el rubro citas en general, pero no en el medio por el cual llegó a conocerlos. Tengo mis rachas en las que no salgo con nadie y no tiene que ver con las aplicaciones.

V: Volviendo un poco a tu experiencia como mujer heterosexual y lo que hablamos anteriormente de tu grupo de amigos. ¿Vos sentís que tu experiencia en estas aplicaciones de citas es diferente a las de otros grupos tuyos? Amigos masculinos por ejemplo. ¿Decís que existe una diferencia a como te manejas vos?

E: Si, pero por ejemplo, a mi lo que me pasa personalmente es que me cuesta conectar con alguien con quien no conecto emocionalmente y veo que a mis amigas no les pasa eso y a mis amigos varones todavía menos. Si hablamos estrictamente de las diferencias de uso entre hombres y mujeres yo considero que los hombres le dan a cualquiera. Es como que tienen esa necesidad de garchar y van. Son más manijas, no sé. Las mujeres tienen un mayor filtro a la hora de dar matches en las aplicaciones, pero también lo que siento es que las mujeres que están en las aplicaciones de citas son por lo general más atractivas que los hombres. Una mujer 6 en la aplicación no es lo mismo que un hombre 6.

V: Ahora hablando del diseño de la interfaz de la aplicación. ¿Qué opinas del concepto de freemium que manejan las apps?

E: Mira, yo no pago porque en general no pago, o sea no soy de esa gente que se baja linkedin premium, youtube premium y todo eso. No lo pago por pajera la verdad. Pero obvio que todas las aplicaciones son mejores en su versión premium. Hay algunas en las que la diferencia es mínima, pero en general están haciendo la brecha de los beneficios cada vez más grande porque hay que tener incentivos para pagar una aplicación.

V: Volviendo nuevamente a la interfaz, ¿sentís que su diseño hace que el match se convierta en un juego?

E: Uno se mide bastante en cuantos likes tuvo, en cuanto lo aprobó la gente. Entonces a mi parecer si es un juego, sobre todo porque al no tener todo el texto de la presentación del perfil disponible si no clickeas sobre la foto hace que pienses más en las imágenes de los perfiles y

sea algo mucho más superficial. Sos lindo swipe, sos feo swipe y chau. Y también es como así salen los trends de tik tok para estas apps con la canción de left right.

V: Hablando justamente de likes y de autoestima. ¿Cómo te hace sentir el uso de la aplicación con esto último? ¿Sentís que la cantidad de likes refleja tus atributos físicos?

E: Si siento que hay una correlatividad entre los likes que uno recibe y el atractivo físico, siento que es ridículo teniendo en consideración que uno no le presta 100% de atención a la aplicación cuando la usa y se le escapan likes como también no likes. No siento que las aplicaciones afectarán mi autoestima, de manera personal, porque puede haber otros casos donde sí afecten. Igual, si acompaña mi percepción diaria sobre mí misma. Es decir, si ese día me estoy sintiendo fea por así decirlo y tengo pocos likes si me lo empeora, y lo mismo viceversa. Si me estoy sintiendo linda y veo que tengo muchos matches como que me mejora mi percepción de aquel momento.

V: ¿Vos consideras importante la cantidad de likes que recibes?

E: Si me va mal me da paja entrar, es desmotivante no tener likes. Digo, si me dan likes y tengo matches siento que la aplicación te motiva a que sigas viendo perfil y swipear para ver a quien más le gustas y siento que es lo mismo al contrario, si swipear un par de veces y no tenes ni un solo like medio que dejas de usar la app porque te desmotiva ver que no le gustas a ninguno de los perfiles en los cuales swipear.

V: ¿Y cómo te sentís de un uso intensivo de estas apps de citas?

E: No hago uso intensivo, siempre lo uso en períodos breves. Pero no por algo de la aplicación, sino porque siento que no hago uso intensivo del celular y de ninguna red social.

V: ¿Y con respecto a la cantidad de perfiles disponibles y de elecciones que podés hacer? ¿Cómo te sentiste?

E: La verdad que eso cambia dependiendo del día. Hay veces que en el poco tiempo que uso la app son varios los perfiles que veo que si me resulta abrumador o hay un punto en el que

todos los perfiles se me hacen iguales. Como que ninguno destaca o tiene un diferenciador así que lo abandonó.

V: Y por último, ¿sentís que tu visión del amor romántico cambió con el uso de las apps de citas?

E: Pienso que la percepción del amor romántico que hay en el consciente colectivo no es la que se encuentra en la vida. Digo, estamos siendo bombardeados constantemente por una idealización del amor romántico por parte de películas, series, libros que siento que esa idea de amor romántico no se encuentra en la vida misma, no solo en las apps de citas. Las aplicaciones no hay que inflarlas más de lo que son, es una app de citas. Esto puede funcionar como una previa, un amigo presentándote a un conocido. El amor romántico yo creo que como te lo venden en disney no existe, pero por experiencias más fuera de estas aplicaciones. Y no lo digo como algo pesimista, sino que lo digo como algo realista y liberador. Las apps me parecen un medio más para conocer gente.

V: ¿Cómo ves el futuro de las apps de citas?

E: No siento que vaya a cambiar mucho a como está hoy, no siento que al cine lo reemplace Netflix, no siento que la presencialidad en las oficinas las reemplace zoom y tampoco siento que al boliche lo reemplace una app de citas. Siento que se complementa, pero no siento que algo reemplace al otro. Puede haber actualizaciones, mejoras y cambios, pero a grandes rasgos va a ser lo mismo.

Entrevista: Marcela (nombre que eligió la entrevistada) Mujer 22 años Bisexual

V: ¿Qué es lo que buscas en las aplicaciones de citas que utilizas?

E: Yo la verdad es que empecé a utilizar estas aplicaciones en mi intercambio en el Reino Unido. Aca (siendo Reino Unido) las usa por amistades, buscando conocer gente. Pero ya en buenos aires, donde tengo mi vida cotidiana, las uso más en el sentido de salir con alguien,

que puede desencadenar o no en algo romántico. Es decir, estoy abierta a que sea una relación, pero las uso para tener un programa, conocer gente como otra manera de relacionarme. Pero para salir, en plan cita.

V: Y esto que me mencionas que estás buscando en las apps de citas, ¿sentís que lo encontras?

E: Si, o sea, la verdad es que me sirvió bastante. No siempre se concreta, viste que pasa mucho que, hay muchas personas que de 100 matches que haces hablas con 2 o 3. De las veces que salí por lo menos estuvo divertido, y si no me engancho la persona por lo menos estuvo bien la salida. Y sino hay veces que lo he seguido más tiempo y he salido más veces con esa persona.

V: ¿Sentís que tus motivaciones para usar estas aplicaciones fueron cambiando a lo largo del uso que les das?

E: La primera vez que me descargue la aplicación era para conocer gente, porque justo me había ido de intercambio y no conocía a nadie y quería salir. Medio amigo pero también por el lado de salir, tener citas y yo que sé. Entonces como que entre con esa mentalidad de bueno, salir con muchas personas. No si o si buscar algo serio, sino salir y divertirme pero después ya en buenos aires me costó ya más porque es como que ahí sí lo empecé a ver más de otro lado. Ya estaba en mi cotidianidad y la rutina y dije que si salgo con alguien. Y ahí sí empecé a buscar algo más romántico. Pero es cierto que después como que, no sé, me pasó que conocí a una persona ahí con la que vengo saliendo hace un montón pero también pasa que sigo entrando a la aplicación y buscando como a ver que onda, más gente. De la nada tal vez no estoy para esa cosa romántica con una sola persona. Y la aplicación es verdad que también te la facilita para ver que más, que más personas pueden haber que conozcas, que más salidas, como un entretenimiento en algún punto también.

V: Tomando de punto esto que dijiste que tal vez la primera vez que descargaste estas aplicaciones porque estabas en el exterior. ¿Fue el hecho de estar fuera de tu país lo que te llevó a descargarlas? El ser una completa desconocida en tu destino de intercambio. ¿O hubo otros motivos?

E: Un poco de todo, yo creo que también en argentina me pasaba que las tenía como muy juzgadas, o viste que tenías vergüenza de decir que tenías apps de citas. Después de, no sé, quizás en estos últimos años se normalizó más, o a mi ya no me da vergüenza decirlo. Pero en su momento era “Ojala no me cruce a nadie que conozca en esta aplicación”. Y estar afuera también me dio esa libertad de que nadie me iba a conocer entonces podía descargarme la aplicación, salir con gente y nada, que no había tal juzgamiento de fondo. Así que sí, como que tenía ese lado para descargarlas.

V: ¿Podrías decirme qué es lo que te avergonzaba de tener esas apps o de que te encontraran conocidos en ellas?

E: Por un lado, como que no se por que, pero lo veía como de desesperada. Como que tenía esa etiqueta, antes lo sentía como que era muy poco armónico. Como que no era conocer a alguien en persona. Lo sentía como más frío, como que de qué fracasas conociendo a gente en persona entonces te descargas la aplicación. Y no es así, es como que algo que acompaña a lo que puedes hacer en persona también.

V: ¿Borraste en algún momento estas apps de citas?

E: Mil veces, a veces es como que ya me cansaba y ya no tenía ganas de salir con nadie. Hacía match por hacer, pero estaba desmotivada a tener citas. Y dije, antes de seguir perdiendo mi tiempo y el de la gente bueno me las borro. Otras veces era también este factor de la vergüenza. Era como que ya está, no tenía ganas, hablaba con personas que no me llamaban a salir y también venía en una mala racha y dije bueno me la borro. Pero volvía a

querer salir con gente semanas o meses después y después volvía a descargarlas. Era como un círculo vicioso.

V: ¿Y hoy en día las tenes descargadas o las eliminaste?’

E: Las tengo descargadas. Pero porque estaba aburrida y me acordé de la última vez que me las había bajado y que tenía más programas y salidas y que había sido divertido. Y fue como que quería un poquito más de spice en mi vida entonces me las descargo a ver que pasa.

V: Ahora hablando más de tu perfil. Las fotos que subís, que es lo que pones en tu descripción, pensando en esto. ¿Sentís que lo que pusiste te representa?

E: Trate de hacerlo lo más acorde a mi persona posible. Pero siento que obviamente por ahí en las fotos hay más de diva y después yo soy re tranqui. Como que justo elegí fotos donde estaba vestida para salir y maquillada beboteando y no una foto selfie con mala luz a cara limpia que es como ando 22 horas del día entendés. Como que elegí fotos donde sabía que me veía bien y donde estaba lookeada para una ocasión de sacarme fotos. Si bien trate de hacerlo lo más fiel a mi posible, sé que nunca va a ser algo 100% genuino por así decirlo, así cómo puede pasar cuando tenés una entrevista de trabajo por primera vez. Te pones una camisa, te peinas y te perfumas aunque después te conectes al zoom en pijama. Querés causar una buena primera impresión.

V: ¿Sentís que aquellos que matchearon con vos entonces pueden captar tu esencia a partir del perfil que construiste?

E: Y yo tengo un poco de, puse bastantes fotos de cuando estuve en el sur o de viaje, más relax y después otras fotos más beboteo. Trataba de que hubiera un intermedio. O sea, al haber elegido estas fotos donde no es que esté en mi día a día tal vez no muestro mi auténtico yo, pero tampoco presente a alguien que no soy. Pero la verdad es que si estoy en casa un domingo mirando una serie no me saco fotos, entonces tampoco es que tengo fotos de mi vida cotidiana para presentar en mi perfil.

V: ¿Crees que la gente se siente presionada a presentarse de cierta manera en estas aplicaciones?

E: Siempre hay una estrategia de fondo de decir bueno pongo esta imagen primero que se que la va a pegar más y después me puedo relajar un poco más con las otras. O al menos es mi percepción y como me paso a mi con las aplicaciones, que tenía por ahí las primeras dos que eran más beboteras o lo que sea y después subo las que van más conmigo. Lo hice así para causar más impacto en esa primera impresión.

V: ¿Sentís la necesidad de embellecer algunos aspectos de tu descripción?

E: No lo embellecí con palabras, pero porque no hay mucho texto en mi perfil tampoco, dice dos boludeces locas. Pero si sí lo pienso con las fotos, como que no sé, no ponía fotos de mi cotidianidad. Lo hacía para mostrar un personaje adjunto por más que fuera mi persona.

V: ¿En qué aplicación de las que usas te sentís más auténtica?

E: La verdad es que me siento más auténtica en OKCupid porque como que también en algún punto el código que se usa ahí en cuanto a fotos que subis es bastante más parecido a con lo que yo me identifico, tipo en cuanto a la vibra y la estética que das. Ahí puedo ser un poco más relajada en cuanto a las fotos que subo como porque total la persona que estoy mostrando que soy yo va más con la aplicación. En cambio con tinder me pasa que por ahí tengo que elegir un poco distintas las fotos, más de beboteo, como que hay otro código ahí. Me siento más cómoda con el código de Okcupid.

V: ¿Notas una diferencia entonces de perfiles en distintas apps de citas?

E: Si, para mí las hay. Yo me descargue todas así como con el mismo propósito pero cada una tenía formas distintas de manejarse con las personas ahí dentro. No se como explicarlo, pero tanto en una charla como en una aplicación como la otra había como que cambios por más mínimo que fuera.

V: ¿Concretaste algún encuentro a partir de alguna app de citas?

E: Si, salí con bastantes personas de apps de citas, pero también no concrete con bastantes. Es lo que te decía, tal vez de 100 matches hablas con 10 y salís a tomar algo con 1 o 2.

V: ¿Cómo fue tu experiencia?

E: La verdad que bien, siempre estuve un poco nerviosa antes porque no sabía nada, nunca la había visto en persona, entonces tenés miedo de que no sea como en la foto o te de unas vibras extrañas en persona porque esas vibras no las sentiste por chat. Hay muchas cosas que tal vez a través de la pantalla no se llegan a transmitir y tenés miedo de cómo será sin esa pantalla. Pero creo que me habrá pasado una vez que me fui a casa con una sensación de que la persona con la que salí era nada que ver con la que hable por la aplicación. Su vibra no era la misma. El resto si fue acorde con lo que venía pasando en el chat, por más que después la cosa haya quedado ahí después de esa primera cita.

V: Esa mala experiencia que me contás, ¿afectó tu motivación con para la aplicación?

E: No influye porque también estaba en esa mentalidad de que quería la experiencia de salir con varias personas y toca toca la suerte es loca. Ya al día siguiente tenía planeada otra cita y fui a esa y todo salió re bien. Entonces como que al toque cambió el panorama.

V: ¿Entonces las buenas experiencias en encuentros presenciales te motivan a seguir utilizando la app?

E: Si, me motivan, porque si hubiesen sido todas malas experiencias como que ya está. La das de baja. Pero como fue solo esa, el resto si bien no terminaron en nada porque no terminaron en nada, no fueron malas experiencias. Si la pasaste bien en la cita te motiva a seguir buscando citas y encuentros a través de dichas apps.

V: ¿Sentís que tu experiencia en estas aplicaciones como mujer bisexual es diferente a las experiencias de tus amigas hetero o a tus contrapartes masculinas?

E: Yo creo que puede que sí, porque como que, a ver. Ya de por sí mis conversaciones con chicas van más como en el día a día. Son conversaciones más para conocerse, primero se

habla mucho, entras más en confianza y después salís. Si bien también hay excepciones y están las chicas que te chamuyan y van directo al grano, pero me paso que en conversaciones con varones dentro de la app como que era mucho más directos, comentarios más a los bifes y tal vez más relacionado a lo físico y sexual y no tanto a lo profundo. Ojo, no son todos los varones, pero si lo pongo en proporción diría que de 10 hay 6 varones que dejan en claro en los primeros 10 minutos de conversación que tipo de vínculo buscan mientras que con las mujeres es 1 de cada 10 por ejemplo.

V: ¿Y usaste alguna vez algún servicio premium de las apps?

E: No, nunca use. Siempre te tienta igual, viste que te dice “Si quieres saber quien te dio like” o esas cosas. Me ha tentado hacerlo pero nunca pague. Creo que estos servicios te facilitan a quien le das like o no, lo hace todo más rápido, digo, sabes quien te dio like a vos, entonces se te acortan todos los procesos de swipear y todo. Pero después es la única ventaja que veo, digo, que aquella persona te haya dado like no significa que te vaya a hablar ni tampoco significa que puedan llevar ese like en la app a un like en persona. Eso no lo considero una ventaja, porque después de llevarlo del plano virtual al astral estamos todos como en igualdad de condiciones, sin importar si pagaste por el servicio premium o no.

V: Hablando de la interfaz de la aplicación ¿dirías que es una especie de juego?

E: Si, re. A veces de hecho entras por entretenimiento nomas, como para sentir validación, ni siquiera para matchear. Ahora que estoy saliendo con esta chica, obviamente a veces entro para ver si sigo saliendo con más personas, pero también es divertido. Me he juntado con amigas y me ha pasado de decir abramos una app de cita y nos ponemos juntas a dar like o no a la gente basadas únicamente en las fotos. Para entretenernos. Además al estar en grupo es re gratificante que te salga un match, como que festejamos todas, como si nos hubiéramos pasado un nivel jajaja.

V: ¿Y la sentís intuitiva?

E: Sisi, para mi es re fácil de comprender, además son todas iguales y es rápido de usar. Tal vez si fuera más complejo y para ver el perfil de una persona tengo que estar 20 minutos la verdad es que lo dejás. Acá en todas viste lo que tenías que ver en menos de un minuto, obviamente si querés analizar todo en profundidad podés estar más, pero en lo general es muy corto el tiempo que le dedicas a un perfil. Te mantiene enganchado porque es una boludez.

V: ¿Crees que las apps te ofrecen algo que tal vez los encuentros presenciales no te dan?

E: Si, bueno, especialmente siendo una mujer bisexual son estas aplicaciones de citas las que me permiten estar en contacto con mujeres tanto bisexuales como lesbianas, especialmente porque tengo un círculo, no se si conservador es la palabra, pero más paki por así decirlo. También yendo a los boliches y a las fiestas a las que voy es como más difícil encarar a mujeres, porque le tenés miedo al rechazo si son heterosexuales. De hecho, me descargué Okcupid pensando en eso, que ahí era lo más probable para conocer una chica. La aplicación me facilitó todo esto de conocer chicas, y hoy lo pienso así, exploré mi sexualidad a través de la aplicación.

V: ¿Y cómo te hacen sentir las aplicaciones de citas?

E: Muy bien, digo, a partir de estas apps empecé a salir más y el salir más me generó un plus en como me veo y me siento. Me siento con más confianza, una mina más copada. Si charlo mucho por chat y si nunca concretaba siento que tal vez no veía ese cambio en mi autopercepción, pero a partir de tener unas cuantas citas que si me veía tal vez como más atractiva y deseada, pero porque concretaba estos encuentros que te mencionaba antes.

V: ¿Para vos qué tan importantes son los likes o matches?

E: No sé si es tan importante la cantidad sino la gente con la que matcheo. Como que valoro la calidad antes que la cantidad. Hay veces que me pasa de ver un perfil de una mina o un pibe que postea me pasa de decir “a te quiero conocer” y después swipeo y me sale que es

match siento que vale el triple que si matcheo con alguien cualquiera que matchee por aburrida viste.

V: ¿Dirías que haces usos intensivos de estas apps?

E: Si, o sea no lo planeo, pero muchas veces antes de irme a dormir entraba a estas aplicaciones como podría haber entrado a tik tok. Las usaba como entretenimiento más que como para buscar citas o encuentros.

V: ¿Y cómo te sentís después de estos usos intensos?

E: No sé, tal vez me siento como numb, no se como decirlo en castellano. Pero como que después de un tiempo ya se que no estoy pudiendo procesar lo que estoy viendo y lo que estoy swipeando y ahí dejo porque ya es un montón. Es como muchísima gente en muy poco tiempo.

V: ¿Sientes que alguna aplicación te afectó de manera emocional o psicológica?

E: Si, pero no por la aplicación, no lo presentí. Para negativo no al menos, sí de manera positiva. Porque me animé a salir con personas, exponerme y vivir experiencias nuevas. También me permitieron explorar mi sexualidad como ya te dije.

V: ¿Crees que las apps de citas influenciaron tu manera de ver el amor o el compromiso?

E: Si, o sea, no me gusta aceptar esto pero me doy cuenta que sigo entrando a las aplicaciones como para ver de conocer a las personas, tiene mucho que ver con mi sexualidad también. Yo ahora estoy saliendo con mi primera chica pero hay más chicas y las demás chicas las encuentro ahí entonces como que todo vuelve a la aplicación y eso de sentir como que no conformarme. Me pasa de ese lado.

Entrevista: Greta (nombre que eligió la entrevistada) Mujer 26 años Bisexual

V: La primera pregunta es, sabiendo que vos respondiste ya la encuesta, ¿qué es lo que buscas principalmente en estas aplicaciones? Amistad, romance, una relación estable o otro tipo de vínculos.

E: Creo que depende un poco de la aplicación. Lo que he buscado en aplicaciones como tinder o como hinge creo que claramente he buscado algo un poco más romántico que amistad, pero aplicaciones como bumble tienen un setting para hacerlo de amistades y también he usado eso y la verdad es que me ha ido mucho mejor con eso que con la parte romántica. Así que creo que por lo general uno busca romance, sé que muchas personas buscan relaciones esporádicas por suerte se puede especificar que estas buscando y aclararlo de antemano. En mi caso no me gustan las relaciones esporádicas así que no es lo que estoy buscando, pero yo en mi perfil tengo que no se lo que estoy buscando así que la verdad es que estoy abierta a lo que pasa.

V: ¿Qué es lo que solés buscar cuando entras ahí?

E: Por ahí soy un caso particular, pero lo que estaba buscando con dating apps era más que nada sacarme el miedo a ir a una primera cita con alguien que no conozco y me parecía que las dating apps dentro de todo eran una manera medio low risk de hacer eso porque no importaba si las cosas salían mal y yo no tenía relación después con las personas, no estaban en mi vida y me daba menos ansiedad.

V: ¿Y qué fue lo que te impulsó a descargar estas aplicaciones?

E: Creo que lo que me impulsó a descargar aplicaciones de citas por primera vez, no lo recuerdo exactamente, pero debe haber sido el cortar algún otro tipo de relación y ver si estaba lista para empezar una nueva para explorar alguna conexión romántica nueva.

V: ¿Y las borraste en alguna ocasión?

E: No, no las borro. Simplemente las dejo de usar y con el tiempo se me borran solas del teléfono y de vez en cuando las vuelvo a descargar solo por aburrimiento y para mirar.

Muchas veces me divierto. No se si esto lo quieres incluir Valen, pero yo uso muchas aplicaciones de cita como forma de entretenimiento, para mis amigos, hago screenshots y subo historias a mejores amigos de perfiles o descripciones que me causaron gracia o que me llamaron la atención no de la manera correcta. Y bueno, por ahí las volví a descargar por eso, o para chusmear nada más. Pero nunca, en mucho tiempo creo que no las volví a descargar con algo en la cabeza tipo “si las voy a usar y esta vez voy a salir con gente y encontrar el amor”. No lo hice con esa motivación.

V: Por la forma en la que completaste tu perfil, tanto en la descripción como en las fotos, ¿sentís que te representa?

E: La verdad es que siento que no refleja mi verdadero yo, no como persona porque siento que mi biografía refleja muy bien quien soy y es muy honesta. Pero en términos de fotos, primero soy una persona que no saca tantas fotos de sí misma o que las otras personas le saquen fotos y me parece que en las aplicaciones de citas garpa más una foto que te saco alguien, una foto íntegra digamos que una selfie, una selfie medio chotengue. Y creo que en los últimos años he pasado por subir de peso, bajar de peso, volver a subir de peso, volver a bajar y ahora por ejemplo tengo más peso de lo que tenía en muchas de las fotos entonces siento que soy un poquito catfish porque si llego a conocer a alguien en persona y les mostré una versión mía más flaca de lo que estoy ahora y claramente estoy distinta. Así que por ahí sentí que no soy tan yo, pero a eso no le di tanta importancia. Por ahí puse fotos más updateadas y decidí que no me importe tanto el tema físico aunque en las aplicaciones de cita es algo que claramente a la gente le importa.

V: ¿Sentís que la gente se siente presionada a presentarse de cierta manera en estas aplicaciones? De ser así, ¿por qué?

E: Creo que la gente se siente presionada a presentarse de la mejor manera que puede porque al fin y al cabo lo que estás haciendo es un poquito de online shopping. Es lo mismo que

cuando estás comprando online en Zara, en H&M o en cualquier página web, que lo que estás viendo se tiene que vender y verse lo suficientemente bien para que vos digas “Bueno esto encaja en mi vida, lo necesito, lo quiero”. Es un poquito de consumerismo digamos, la gente se siente presionada a venderse de esa manera, como si fuera un producto porque es swipe sí y swipe no, además es a primera vista y como lo que más importa a primera vista es causar buena impresión entonces por eso creo que la gente se siente presionada a presentarse medio perfecta en estas aplicaciones.

V: ¿Y sentiste la necesidad de "embellecer" o modificar aspectos de tu perfil para ser más atractivo?

E: No sentí la necesidad de embellecer aspectos de mi perfil para hacerlo más atractivo, porque siento que no vale la pena. Si alguna persona después te termina conociendo después va a saber quien sos realmente y después, bueno, no se si vale la pena engañar a alguien o engañarte a vos mismo con alguien que no sos realmente.

V: ¿Sentís que alguna aplicación te ayuda a reflejar de alguna manera más auténtica quien sos?

E: Por ahí en *hinge* o en *bumble* más que en *tinder* y *okcupid*. *Hinge* tiene un montón de preguntas y cosas medio interactivas que podés hacer y encima te obliga a hacer un montón, entonces te obliga a pensar en algún tipo de respuesta a esas preguntas, y *Bumble* es muy parecido en el sentido que no le da un rol tan principal a las fotos, mientras que siento que en *Tinder* eso esta como un foco central.

V: ¿Concretaste algún encuentro presencial con alguien de la aplicación?

E: Si

V: ¿Y cuál fue tu experiencia?

E: Mi experiencia cuando me encontré a alguien de la aplicación fue buena. Conocí a 2 personas por la aplicación. La última fue la más reciente, la otra no recuerdo, fue hace

muchos años, y la verdad es que fueron buenas, agradable pero más para el lado amistoso. En resumen yo creo que me motivó a seguir usando la aplicación porque me saco el miedo a salir con alguien de la aplicación, conocer a alguien online y que sea un garrón la situación de encontrarse por primera vez, entonces dentro de todo si me motivo, aunque tal vez me saco el miedo a seguir usandola diría.

V: ¿Sentís que tu experiencia en aplicaciones de citas es diferente a la de tus amigos masculinos? Si es así, ¿en qué aspectos?

E: Sí creo que mi experiencia como mujer es completamente diferente a la de mis contrapartes masculinas, de hecho lo hemos hablado miles de veces y lo hemos comprobado con distintos dispositivos míos, de mis amigas y de mis amigos estando en el mismo lugar usando las mismas aplicaciones a la vez. Y comprobamos que como mujer es mucho más fácil tener matches en aplicaciones de citas a comparación a la de los hombres. Eso no significa que nuestras experiencias sean más fáciles porque después de ahí depende de con quien te juntas y cómo se lleva a cabo la situación en persona. Pero sé que es más fácil matchear con gente o sea que tenes un poco más abierta las oportunidades de con quién podés llegar a interactuar siendo mujer que siendo hombre.

V: ¿Pagarías por los servicios premium que ofrecen estas aplicaciones?

E: No pagaría un servicio premium de la plataforma porque siento que no estoy en un momento de mi vida donde realmente sienta que necesite o quiera una relación romántica lo suficiente como para estar pagando un servicio que me la puede introducir a mi vida. Por ahí en otro momento, en otra etapa de mi vida o conmigo misma que sienta que quiero conocer a alguien, que aquello sea mi prioridad tal vez si pagaría pero por ahora no lo haría simplemente por eso.

V: ¿Consideras que la interfaz de estas aplicaciones hicieron que el uso de estas mismas dating apps se convirtieran en un juego?

E: No me parece que se hayan convertido en un juego, pero si influye la sensación de gratificación instantánea. Yo creo que soy un buen ejemplo de esto, yo no estoy buscando algo específico en estas aplicaciones, es más hay muchas veces que no sigo conversaciones ni las interacciones con las personas, pero me da una cierta gratificación cuando doy para la derecha y veo que esa persona también me dio que si a mi. No sé porque, no se porque le doy importancia tampoco porque no es que sea una persona que conozca ni que me importa lo que opine sobre mi, pero te da un poquito de gratificación instantánea y al ser las aplicaciones tan intuitivas o sea izquierda no y derecha si, porque what's right it's right and what's left is wrong, esa es mi manera de verla al menos, me parece que son intuitivas y que eso ayuda a la dinámica de que me gratifica o no me gratifica porque al mismo tiempo te da un poco de fiaca o de bajón que una persona linda o que te atrajo le das para que si y que nunca te matchea.

V: ¿Estás enganchado con la app? ¿Qué es lo que te mantiene activo y atrapado en la app?

E: No puedo decir que estoy enganchada con las aplicaciones de citas en este momento o en general nunca, creo que lo hago más por aburrimiento que otra cosa, o sea no lo hago por estar enganchada a las aplicaciones sino por aburrimiento pero sé que las experiencias de las personas difieren en este sentido.

V: ¿Sentís que las aplicaciones de citas te permiten conectarte genuinamente con otros? ¿Por qué o por qué no?

E: Si, 100% creo que las aplicaciones de citas te permiten conectarte genuinamente con otras personas, y tampoco noto una diferencia en cómo yo me presenté en la aplicación y cómo actuaría con una u otra persona. Me parece que están entrelazadas porque depende de uno si uno es genuinamente con otros o no. Es un poco lo que pase en redes sociales, es decisión de uno si uno es genuino o no y para mi las aplicaciones de citas son como una especie de red social. Es un poco de si uno decide mostrarse como es o venderse para otra cosa, pero siento

que en persona es mucho más difícil venderse como otra cosa, sobretodo si lo que busca alguien es más de un solo encuentro, entonces es más difícil mantener esa fachada que creaste para venderte nada más. Entonces yo encuentro que fui exactamente quien soy en la aplicación cuando interactuaba con personas y también quien soy en persona, no lo modifique.

V: ¿Cómo te hace sentir la aplicación? ¿Recibes muchos likes? ¿La cantidad de likes refleja tus atributos físicos? ¿Notaste algún cambio en tu autoestima o autoimagen desde que empezaste a usar aplicaciones de citas? ¿O si al usarlas sentiste un cambio? ¿Para vos qué tan importante es la cantidad de "matches" o "likes" que recibes? ¿Tuviste alguna experiencia negativa en alguna de estas plataformas? ¿Cómo manejaste esa situación?

E: La aplicación me divierte hasta cierto punto y hasta cierto punto me da algún grado de gratificaciones instantáneas cuando veo que alguien que a mi me parece atractivo o atractiva me da match a mi también pero es algo que es gratificante pero short lived, no es muy impactante. No afectó mi autoestima o como yo me veo a mí misma, sigo teniendo los mismos problemas de autoestima que tenía antes porque claramente la validación externa no es lo que va a solucionar inseguridades y por ahí para mí las aplicaciones de citas son como una máquina de validación externa de personas que no te conocen. No es importante para mí la cantidad de matches o likes que recibo, es más, nunca las conté y es la primera vez que me pongo a pensar “¿a bueno tendre muchas o pocas comparado a otras personas?” no sé con qué compararlo así que no sé si son muchas o pocas. Y por suerte nunca tuve una experiencia negativa, en la explicación creo que las plataformas tienen muchos métodos de salvaguardarte de estas situaciones como unmatchear con alguien para cortar la conversación o reportar a una persona, creo que están esos mecanismos.

V: ¿Cómo te sentís después de una sesión de uso intensivo de estas aplicaciones?

E: Después de una sesión de uso intensivo me siento aburrida, que es lo mismo que me pasa cuando estoy comprando online ropa o el supermercado online o lo que sea. Me parece que me aburro de la situación de la pantalla y lo que sale así como pop up constantemente pero no me genera ansiedad ni me siento rejuvenecida tampoco. Pero por ahí porque las aplicaciones de citas son características de nuestra generación o sea o la normalización de las aplicaciones de citas son características de nuestra generación.

V: ¿Alguna vez te pasó que necesitabas un descanso de las aplicaciones de citas? Si es así, ¿por qué? ¿Crees que las aplicaciones de citas influenciaron tu visión del amor o del compromiso? ¿De qué forma? ¿Cómo ves el futuro de las citas en línea y el uso de estas aplicaciones en los próximos años? ¿Te ves usando estas aplicaciones en el futuro? ¿Por qué sí o por qué no?

E: No siento que estas aplicaciones me hayan afectado emocional o psicológicamente, tampoco sentí que necesitara un descanso de las aplicaciones de citas, simplemente me aburrí de estas y deje de entrar, pero no es que decidí tomarme un descanso por que mi psiquis lo necesitaba. Nunca me sentí abrumada o ansiosa por la cantidad de opciones o perfiles disponibles. No creo que influenciaron mi visión del amor o el compromiso, pero sí me permitió ver cómo la sociedad especialmente mi generación ve el compromiso o ve el amor que me parece que es mucho más esporádico que la manera en la que por ejemplo nuestros padres lo ven porque hay muchísimo turn around, y por eso se usan tanto las aplicaciones de citas por ejemplo. Conozco a mucha gente que las utilizan y que van en unas cuantas citas por semana con distintas personas, y al menos esa no es mi visión del amor, pero bueno es claramente la de muchas otras personas y siento que los próximos años va a seguir este uso de las aplicaciones de citas y siento que en algún futuro las use, me parece que esta bueno para superar el miedo, al menos a mí me sirvió para superar el miedo a exponerme a una persona que no conocía especialmente después de relaciones traumáticas. Me parece que se

van a seguir usando, y pensando en mudarme al exterior creo que son una buena manera de conseguir personas, amistades nuevas o relaciones nuevas. De mi experiencia de usarla en viajes cortos y vacaciones, no logre relaciones románticas pero sí amistades y siento que es algo que vale la pena y es algo sólido y bueno y positivo de las relaciones de las personas que se conocen por aplicaciones de citas.

Entrevista: Juan (nombre que eligió el entrevistado) Hombre 25 años Heterosexual

V: Primero, me gustaría saber o que me cuentes ¿porque estas en estas apps de citas y que buscas en ellas?

E: Bueno, particularmente en este momento no estoy utilizando apps de citas, pero si te puedo hablar de mi experiencia en el pasado. Cuando yo descargo apps de citas nos encontrábamos en plena pandemia, como si yo te diga mayo del 2020. Estábamos muy encerrados, yo no veía a mis amigos, me había separado hacía poco y yo soy una persona este, bastante noviera por así decirlo. Me gusta estar saliendo con gente de esa manera. Entonces como que dije “No tengo nada que perder” y me descargue Tinder y empecé a chusmear a ver que onda básicamente.

V: ¿Vos entraste buscando algo romántico? Por lo que me decis de que sos una persona noviera

E: En realidad no es que fui concretamente a buscar un romance pero sí sabía que estaba la posibilidad. Convengamos que tinder es una aplicación que de alguna u otra manera esta para eso, uno no se mete a buscar amigos. Uno se mete o para culear, por así decirlo, o para conocer una pareja, conocer a alguien que potencialmente podría funcionar en un sentido más amoroso o sexual. Más que nada con esa intención me metí. Pero no directamente diciendo yo voy a meterme en tinder para conseguir novia, porque en definitiva no solo depende de mí.

V: ¿Y qué fue lo que encontraste?

E: Bueno, me pasó de hacer match con las chicas y sentir que había falta de motivación para iniciar o seguir la conversación por ambas partes. No había motivación para pasar al segundo paso de conocernos en persona. Hacíamos match y yo a veces no tenía ganas de iniciar la conversación con todos mis matches, como que me encontraba escribiéndole a un 10 por ciento de esos matches y bueno, ellas no me hablaban tampoco a mi. Y cuando conseguía iniciar una conversación, hablábamos por la aplicación como si te dijera dos días a lo sumo. Iba pinchando de a poco, los mensajes se hacían cada vez con más distancia y así. Igual convengamos que era una época complicada también ¿no? Porque no sabíamos que iba a pasar, cada vez la cuarentena se alargaba más y era en ese momento donde aún estaba re mal visto si la rompías entonces como que todos la respetaban y no había un futuro cercano en donde poder concretar esas citas.

V: ¿Y a medida que fuiste usando las apps notaste algún cambio en tus motivaciones al usar estas aplicaciones?

E: Buena pregunta, yo creo que no sabía muy bien cuales eran mis motivaciones al principio. Simplemente entraba ahí para ver que onda porque nunca me lo había descargado y porque había terminado una relación hace poco y como te digo soy una persona que me gusta salir con minas y tener ese tipo de relaciones. Más que nada fue por eso, yo no tenía muy en claro mis motivaciones. Lo que si me paso fue que cuando por fin matche con una chica que me gustó y vivíamos muy cerca, porque viste que tinder siempre te dice la distancia pero viviendo en zona norte como que hasta 10 km te parece cerca jajaja. Pero ella vivía muy cerca como te digo, y nada esta cercanía hizo que el querer hablar con ella sea más interesante porque bueno, si había mayores chances de concretar algo, que spoiler alert terminó sucediendo jajaj.

V: ¿Cómo fue tu experiencia concretando estos encuentros con personas de la aplicación?

E: Bueno, obviamente había nervios de por medio, pero no siento que eran unos nervios distintos a los que podría tener en una primera cita con una mina que conocí de manera orgánica. No es que el hecho de ser una mina que conocí por Tinder implica un nerviosismo adicional por así decirlo. Era bueno a ver, los nervios que uno suele tener antes de ver por primera vez a alguien que te gusta o que te atrae, pero la aplicación no fue un condicionante.

V: ¿Sentís que tuviste que tomar unas precauciones adicionales al haberlo conocido por aplicaciones de citas?

E: Justo en este caso la verdad es que no, digo, por la zona donde vivo yo es todo muy cerrado. Es como un ambiente muy chico en el que todos se conocen mucho, entonces al buscarla en instagram vi que teníamos varios seguidores en común por lo que me generó bastante seguridad de que era una chica bien, de alguna manera. También conozco a bastantes personas que estudiaron o fueron al colegio con ella por lo que hizo que me sintiera más cómodo hablando con ella e invitandola a salir. Igual, si entiendo que hay circunstancias donde uno tiene que tomar precauciones, ponele que nuestra primera cita fuimos a un bar a tomar unas birras, no invitaría a nadie de las aplicaciones a mi casa así en primera instancia. Igual siento que te podes dar un poco de cuenta de la clase de persona con la que matcheas y así.

V: ¿Sentís que una primera cita exitosa te invita a seguir conociendo a más gente a través de la app?

E: Sí, completamente inclusive si también la primera cita con una mina fracasa a través de una app de cita o sea me parece que no es un factor relevante porque en definitiva cada persona es un mundo y así como yo estoy en esa app de citas y me considero una buena persona y un buen partido también debe de haber chicas que también deben ser buenos partidos y todavía no tuve suerte de matchear. No siento que influya demasiado, si te pasa una

vez no sé, pero si me pasa todo el rato, supongo que si te desanima. Tal vez no son ellos y soy yo, no sé.

V: ¿Dirías que la pandemia fue lo que te llevó a descargar las apps de citas?

E: Creo que la pandemia no es el único factor, pero sí el más importante, el que más peso tiene. Hay otros factores como que me sentía medio solo, había cortado hace poco, tenía ganas de conocer más gente, ergo me descargo una aplicación para conocer gente. Pero la pandemia fue el propulsor de mi decisión de descargarme la aplicación. En definitiva creo que si no hubiera estado la pandemia de por medio y hubiera querido conocer gente hubiese salido a los boliches con amigos y así.

V: ¿Y cómo te sentiste al descargar la aplicación?

E: Mira, hay mucha gente que siente vergüenza a la hora de descargarse apps de citas, yo la verdad nunca sentí vergüenza de mi decisión. Siempre lo hice muy consciente y la verdad siempre que lo tuve que decir lo dije. Siento que en definitiva hay mucha gente ahí metida y no está ni mal ni bien, es lo que hay y listo. Nunca tuve un complejo con eso, lo he charlado con amigos y compañeros del laburo y listo. Es una herramienta que sirve para conocer gente.

V: ¿Por qué elegiste Tinder?

E: Porque es la más común, la que más conozco. La que entiendo que la gente de mi edad y de mi círculo que más usa. También pensé en descargarme bumble, pero empecé por tinder y me fue bien y nunca la descargue la verdad.

V: Hablando del diseño de la interfaz, ¿sentís que el diseño de la interfaz influye en la sensación de gratificación que te da tener un match?

E: Influye, yo creo que sí. No me acuerdo muy bien ahora, pero me acuerdo qué te parece un cartel medio brillante diciendo ITS A MATCH y eso es un poco emocionante en algún punto. Entonces creo que sí, que está pensado para que uno tenga esas ganas de seguir mirando y

swipeando. Es algo que al usuario lo invita a seguir ahí en la aplicación. Mismo con las notificaciones, es intenso Tinder.

V: ¿Y es intuitiva?

E: Es intuitiva, completamente. No por nada es una de las aplicaciones más populares a nivel mundial

V: ¿Podes comparar esta app con una especie de juego?

E: Si, totalmente. Me ha pasado de entrar con amigos cuando nos vamos de viaje o algún lado de entrar a la aplicación para ver que onda, quienes estaban cerca. Es como un catálogo, siento que si uno no se lo toma en serio puede ser un juego. Porque además, por más de que haces match hablas con muy pocos, si estas en una app de citas para hablar con gente y no terminas hablando ¿para que estas? Para chusmear.

V: ¿Sentís que el perfil que completaste te representa en como sos?

E: Mira, siento que no sé hacer descripciones de mi mismo. No se twittear, no se hacer captions para redes sociales y menos para poner algo en mi biografía de tinder. Yo solo tenía mi edad y a que universidad fui y la carrera que estudié. Me hice un perfil con 4 fotos más, medio medio. Tampoco iba a poner todas trabado, pero si donde me divertía y así. En ese sentido siento que mi perfil es medio aburrido, igual por lo que entiendo tinder es superficial y por eso solo puse una foto en la que sali lindo y listo.

V: ¿Sentís que alguien que matcheo con vos podría comprender tu esencia entonces?

E: No, para nada. Si yo hacía match con una mina era porque era lindo y listo, no porque había algo más que pudiera llegar a conocer por la descripción de mi persona. Ni yo tampoco la de ella, porque por mas que yo vea una descripción copada cuanto podés escribir, 200 caracteres, que tanto conoces a una persona en 200 caracteres, nada.

V: ¿Te sentiste presionado a mostrarte de alguna manera en la aplicación?

E: No, la verdad que no. Yo siempre subo fotos de mi cara haciéndome medio el lindo. Jajajaja, cuando salgo bien en una foto casi siempre la subo a redes, sea historia o sea al feed. Entonces por lo que no siento que hubiera ninguna presión para presentarse de alguna forma. Pero porque así es el chamuyo en redes en general. Tienes que producirte para captar la atención, sea una mujer la de un hombre o la de un hombre la de una mujer.

V: ¿Y sentís que tu experiencia es muy distinta a la de tus contrapartes femeninas?

E: No sabría decirte, supongo que sí, pero tal vez más relacionado a encontrarse con alguien en persona. Como que siento que las chicas tienen que tener más cuidado con quien se juntan siendo que se junten con hombres, los pibes si nos juntamos con minas creo que no tienen que preocuparse por esas cosas que ellas sí. Pero eso también pasa cuando se van las chicas del boliche con alguien y así.

V: ¿Cómo te hace sentir el recibir muchos likes?

E: Al principio cuando recién me había descargado Tinder me re emocionaba tener muchos matches, me re divertía. Después entendí que era un poco una estrategia de marketing de la aplicación.

V: ¿Sentís que la cantidad de likes refleja tu atractivo?

E: No, no. Lo mismo lo aplico a instagram, cuando subo una foto medio beboteando y veo que la likean 10 personas digo bueno, qué se yo, esta bien. Pero no refleja si soy lindo o no. Siento que va más por algo de actitud. Al final del día la belleza es subjetiva al final del día y yo le puedo parecer lindo a mucha gente y feo a muchas otras. Entonces no lo llevo por ese lado.

V: ¿Y notaste que afectó tu autoestima?

E: Bueno, cuando las usaba y le daba like o swipeaba right a una mina y veía que no hacíamos like decía “Uh que paja que no le haya gustado” pero no se si afectaba mi autoestima. Simplemente era la paja de la situación, pero bueno nada, que iba a hacer.

V: ¿Y eran importantes la cantidad de likes para vos?

E: No te sabría decir. Cuando usé Tinder tenía un buena cantidad de likes así que no sé. Supongo que me hubiera afectado si. En definitiva uno siempre espera un poco esa validación externa pero. Si hubiese tenido 2 likes en 2 meses de uso si me hubiera afectado, pero por suerte no me pasó.

V: ¿Y estabas enganchado a la app?

E: No, para nada. Cuando matchee con mi actual novia, que la conocí por Tinder, me di cuenta 2 días después porque justo estaba en una época en la que no entraba a la aplicación. Entonces la verdad no le daba mucha bola. Un día entraba, la usaba una hora y la dejaba por 3, 4 o 5 días. De hecho, con mi novia actual toda la conversación la hicimos por instagram después de los primeros mensajes por la app tinder.

V: ¿Crees que las aplicaciones de citas te ofrecen algo que los encuentros presenciales no?

E: Bueno, tinder me dio a mi novia actual, jajajaja. O sea, supongo que eventualmente nos hubiéramos llegado a cruzar en alguna fiesta o boliche, pero no se si me hubiera animado a encararla y a chamuyarla. Entonces supongo que tinder te da eso ¿no? Como una afirmación previa a que también a esa persona le pareciste interesante o atractivo. Como una luz verde para intentar el chamuyo. Entonces, no es que sea una calle de una sola dirección, es bidireccional, va y viene por ambos lados. Así que, supongo que eso está.

V: ¿Sentís que las aplicaciones te permiten conectarte genuinamente con otros?

E: Genuinamente si, orgánicamente no. Orgánicamente no porque justamente estas yendo a eso al descargarte Tinder o cualquier otra aplicación de citas. Pero conectar si es más genuino porque si vos no conectas la conversación o no llega, o no empieza o dura poco. Si vos llegas a conectar con una persona si me parece genuino, genuino tal vez no es el medio, pero si la conexión.

V: ¿Sentías que el usar esta aplicación te afectaba los ánimos?

E: No, tinder me chupó un huevo. Medio que me lo descargue pero duró poco, no me cambiaba. Era un divertimento y hablarle a mis amigos y decirles “Boludo no sabes con quien matchee” pero bueno, después conocí a la que hoy es mi novia y esa fue mi historia con Tinder.

V: ¿Te pasó que necesitaste un tiempo de estas aplicaciones?

E: No, pero tampoco las usaba mucho. Entonces nunca sentí que estas aplicaciones me consumieran mucho tiempo o ánimos para tener que borrarlas tal vez como si me paso con instagram en algún momento. Así que no.

V: ¿Te sentiste abrumado con la cantidad de perfiles disponibles?

E: No

V: ¿Crees que las aplicaciones de citas influenciaron tu visión del amor y el compromiso?

E: No las apps de citas, sino la sociedad en la que vivo, la generación en la que vivo y en la que salgo. Siento que vivimos en una sociedad en la que ser intenso está mal visto, el compromiso está mal visto. Nadie quiere compromiso, nadie quiere entablar una relación sexo afectiva monogamica seria. Y eso es algo que a mi no me va, y no es por las apps de citas, es por algo que va más allá.

V: El hecho de que hoy hayas encontrado a tu novia en estas apps. ¿Te dice que funcionan efectivamente?

E: Te puede funcionar como no. Que se yo, no es una respuesta de si o no, porque es una herramienta, no es cupido ponele. Tinder puede ser una fiesta, un bar o una previa. Es un espacio para conocer a alguien, después el chamuyo está en vos en si sale bien o mal. El éxito de la aplicación está en uno, no en la aplicación en sí.

Entrevista: Santiago (nombre que eligió el entrevistado) Hombre 25 años Gay

V: ¿Que es lo que estás buscando

E: La verdad es que nunca me frene a pensarlo mucho. Supongo que lo principal que busco cuando entro en estas aplicación es salir con alguien, tal vez sexo casual. Pero no es que entro con un objetivo claro de decir “Busco novio.” Convengamos también que uso distintas apps para distintos motivos ¿no? Por suerte en la cultura gay esta Grindr para todo lo que son esos encuentros sexuales casuales de 1 vez y listo, aunque también me pasó de frecuentar sexo con una misma persona que salió de esa app. En esa tal vez es si donde tengo mi objetivo más claro, que es tener sexo. Mientras tal vez en otras apps no entro con tanta determinación a buscar algo, de hecho es en la mayoría de los casos en los que matcheo con alguien y casi nunca mantengo una conversación que dure más de dos días o traspase la pantalla. Supongo que utilizo estas aplicaciones para encuentros sobre todo más casuales, con una intención más sexual.

V: ¿Y que estas encontrado?

E: Bueno, en Grindr sobre todo encontré aquello que buscaba. Sexo casual para sacarme las ganas, no se exactamente qué describir jajajaja. Pero si, encontré aquello que estaba buscando donde lo estaba buscando. Con respecto a las otras apps de citas, supongo que al no haber estado buscando algo concreto no encontré nada y eso está bien. Uno no siempre tiene que ir con objetivos claros para disfrutar aquellas cosas, o chusmear.

V: ¿Notaste algún cambio en tus motivaciones para usar la aplicación con el tiempo?

E: No, la verdad es que no siento que los motivos para usar estas aplicaciones hayan cambiado a lo largo del tiempo. Si tal vez el tiempo entre los usos de cada aplicación, o el tiempo que pasó en ellas y también con la cantidad de personas con las que concretó encuentros.

V: ¿Qué te llevó a descargar la aplicación de citas por primera vez?

E: La verdad supongo que hubo unas cuantas cosas. La primordial era la curiosidad, es complicado viviendo en un barrio cerrado, moviéndome en un ambiente de colegio privado y

universidad privada conocer a personas que también sean gays a las que sepa que le interese. Digo, está obviamente la posibilidad de ir a una fiesta o a un boliche gay friendly, pero siempre está ese temor al rechazo cuando encaras a una persona cara a cara, sin embargo con la aplicación de por medio tenes una aprobación inicial. Alguien que te dice “che también me interesas háblame” creo que eso es lo primordial de las apps de citas. Se eliminan los rechazos iniciales y buenos ahí podés iniciar el chamuyo sin ese miedo.

V: La borraste en algún momento, ¿Qué te motivó a eliminarla?

E: Nunca las elimine, si reducí bastante el tiempo de uso y el consumo de hombres dentro de ellas por así decirlo, jajajaja. Pero no, no necesite eliminarlas, nomas me tome tiempo de ellas en el uso. Tampoco era que recibía muchas notificaciones de ellas.

V: ¿Tienes alguna experiencia en la que sentiste que tu perfil no refleja tu verdadero yo?

E: No, tal vez mi perfil es una versión más rebajada de lo que soy yo. Digo, siguen siendo mis fotos y una introducción bastante acotada de lo que soy. Tal vez no me muestro tan intenso o con todos los colores que tengo y mi perfil sea algo más tranquilo, algo menos saturado.

V: ¿Por qué crees que la gente se siente presionada a presentarse de cierta manera en estas aplicaciones?

E: Supongo que se sienten presionados a mostrarse de una manera porque estas aplicaciones de citas siguen un poco la teoría de las redes sociales establecidas en nuestra sociedad. Uno tiene que venderse de la manera correcta si busca ser comprado, y así lamentablemente es como funcionan las aplicaciones. Y uno no va a comprar una manzana pasada con mala coloración y tacto a la frutería, va a comprar una manzana roja y jugosa. Por otro lado, supongo que un factor importante que determina como te presentas en las aplicaciones es a las personas que buscas atraer. Para llamar la atención de una clientela específica tenes que mostrarte y venderte de una manera específica que atraiga la atención de esa clientela.

V: ¿Sentiste la necesidad de "embellecer" o modificar aspectos de tu perfil para ser más atractivo? ¿Por qué?

E: No, nunca tuve esa necesidad. Mi manera de presentarme en estas aplicaciones siempre intenté que sea de la forma más honesta y representativa posible, porque siento que la gente con unos simples mensajes o mismo con una cita te saca la ficha y van a saber que aquella persona que dijiste ser no sos. Entonces no entiendo porque la gente embellece aspectos para que después les salga mal y perder la oportunidad que conocer a alguien que tal vez iba bien con vos. Además, nunca sabes si a alguien le va a gustar más esa versión honesta que sos vos sin el embellecimiento que puedas llegar a hacer.

V: ¿En qué aplicación te sentís más auténtico al presentarte y por qué?

E: Mira, así a priori diría que me siento más cómodo y auténtico en Grindr supongo. Pero porque al ser tan simple la aplicación no tenes necesidad de agregar ningún decoro para hacerte destacar. Pones 2 o 3 fotos de tu cara y físico y tu rol en el sexo y listo, dejás que la aplicación fluya y haga su magia. Entonces ahí es donde siento que mi versión de yo es la más minimalista y sencilla, mientras que tal vez en otras aplicaciones si tenga que detallar un poco más sobre mi vida o mis estudios para poder destacarse dentro del mercado.

V: ¿Cómo fue tu experiencia al encontrarse presencialmente con alguien de la aplicación?

E: No tuve muchas experiencias aunque lo parezca. A ver, mentira, si tuve pero en su mayoría todas fueron de Grindr. Y fueron muy positivas, la aplicación cumplió el cometido que tenía que era el de un encuentro sexual sin ataduras sentimentales. Después tuve encuentros de tinder y de okCupid pero fueron los menos, pero eso no quita que no fueran buenos. Como primera cita estuvieron bien, luego eso no llevó a nada más pero porque yo en su momento no estaba seguro de que era lo que buscaba en ese momento.

Nomas fue una agradable salida a tomar unas cervezas o a comer algo y ahí quedó.

V: ¿Salir con alguien y esa salida, te motivó a seguir usando la app y conocer a otras personas?

E: No sé si diría que fue algo que me motivó a seguir usando la app, sino que diría que fue algo que no me desmotivó. Digo, una cita mala la puede tener cualquiera y una cita buena también. No creo que esas citas dependan de las apps, tal vez me hubiera desmotivado de las apps el hecho de nunca concretar encuentros con las personas que me cruzo.

V: ¿Sentís que enfrentás desafíos particulares en estas aplicaciones que las mujeres quizás no enfrenten?

E: No, no desafíos. Si siento que tal vez las experiencias no son las mismas, pero como tampoco son las mismas con un hombre heterosexual. Digo, siento que en las aplicaciones de citas y el uso que le dan los gays en mi propia experiencia, es todo mucho más directo. Como que quedan claro los objetivos de cada uno muy deprisa y si te gusta genial y si no te gusta no perdamos el tiempo chau. Entonces siento que eso es una experiencia muy particular al uso de apps de una persona gay. Siento que el cortejo entre personas heterosexuales es mucho más largo y tiende a extenderse a través de la app de cita y pasar o a WhatsApp o a Instagram para terminar en una cita presencial. Mientras que la experiencia del gay es match, mensaje quedada y listo. Y si es para sexo es hasta incluso más simple. Sos lindo, nuestros roles sexuales son compatibles veámonos. Entonces siento que mi experiencia como hombre gay difiere muchísimo a la de una mujer como a la de un hombre heterosexual.

V: ¿Qué te parecen los servicios premium de estas plataformas?

E: Mira, no siento que te den nada por lo que valga la pena pagar. Obvio acortan plazos a la hora de encontrar tu match y esas cosas. Pero el que pagues por una aplicación de citas no significa que automáticamente consigas una pareja. Mejora tu exposición y el alcance que tiene, pero si de por sí no venías teniendo likes, tal vez el pagar por una aplicación no mejore

eso. Además si no sos una persona interesante fuera de la pantalla tampoco es que por pagar una aplicación tengas ventaja en el cara a cara.

V: ¿Se podría decir que estas aplicaciones se han convertido en una forma de "juego", donde el "match" actúa como una recompensa similar a ganar en un juego?

E: Si, totalmente. De hecho mi uso tal vez es más en este género y no en el de buscar pareja o citas. Entro como una distracción de mi día, tal vez cuando me voy a algún lugar que queda a cierta distancia de mi casa entro a estas aplicaciones de citas a chusmear quienes hay alrededor, quienes podrían ser mis potenciales citas aunque sepa que no vaya a concretar nada. Pero es de chusma, uno no lo hace con la intención de hacerle perder el tiempo al otro, lo haces con la intención de chusma.

V: ¿Es una app intuitiva?

E: 100%, derecha si izquierda no. También siento que se hace intuitivo para que todas las edades lo usen. Para que no sea una barrera de entrada para personas recién divorciadas o gente de una edad que quiera darle una oportunidad.

V: ¿Estás enganchado con la app?

E: No, no diría enganchado. Sí sigo entrando, pero no todos los días y menos varias veces al día. Pero si entro un par de veces por semana para vez que onda. Por ejemplo, entro a la salida del trabajo para ver quienes están conectados por ahí cerca de la oficina o cuando entro a una fiesta o boliche, para poder hacer un escaneo de quienes podría encontrarme en la fiesta para poder tener como un filtro previo para saber quienes son gays y así. Lo uso como una herramienta para facilitar el chamuyo, como un radar.

V: ¿Crees que las aplicaciones de citas te ofrecen algo que no puedes obtener en interacciones en la vida real?

E: Si, esto que venía diciendo previamente. Sobre todo en el uso que le doy yo como persona homosexual es este de un escaneo. Poder ver que personas con el mismo interés que yo

encuentro en cercanía y así. Tal vez me ahorre esos nervios de acercarme a un pibe que no se si es gay o no. Acá directamente se si es gay o no, si le interesé por mis fotos y así.

V: ¿Sentís que las aplicaciones de citas te permiten conectarte genuinamente con otros?

E: Si y no. Es una pregunta difícil de responder así a priori. Creo que si vos fuiste sincero a la hora de presentarte en la aplicación te abrís a conectarte de manera genuina con otros. Mientras que si tal vez pusiste cosas que los otros querían leer o retocaste muchos aspectos de vos, las cosas se exponen entre los chats y como que cerras la posibilidad a que la gente te conozca e interactúe con vos de manera genuina. Por mi experiencia yo debo de decir que si permiten esa conexión, o al menos siento que he tenido ese tipo de conexiones con mis encuentros.

V: ¿Cómo te hace sentir la aplicación? ¿Recibes muchos likes? ¿La cantidad de likes refleja tus atributos físicos?

E: Mira, Grindr no es una aplicación en la que recibas likes o matches. Uno está abierto a escribirte dentro de cierta distancia y si no te gusta lo ignoras y listo. Así que, no podría medir mi “éxito” por así decirlo en likes, pero supongo que si tengo likes y así. La app en sí no diría que me hace sentir ni bien ni mal, simplemente existe. Obviamente me entretiene y he sacado buenos encuentros de ellos, pero no es que diga que me hace sentir bien como tal. Y con respecto a los likes, supongo que sí, pero no es algo que me influya, decir que no tengo likes o que si tengo likes por cómo me veo.

V: ¿Notaste algún cambio en tu autoestima o autoimagen desde que empezaste a usar aplicaciones de citas?

E: Si, tal vez. A ver, no de una manera negativa. Pero en Grindr si me sentí más deseado, por el contexto de que esta app es más relacionada a lo sexual. Comprendo que muchos puedan verse reducidos a un objeto, pero no creo que sea así en todos los casos.

V: ¿Para vos qué tan importante es la cantidad de "matches" o "likes" que recibes?

E: Y más o menos. Digo, obviamente que para el uso de la aplicación si lo es, porque si no te dan likes no la vas a usar. El uso continuo de la aplicación está limitado a la cantidad de likes que obtengas, así que, en ese sentido sí que importa, pero para el resto no creo que importa. La cantidad no equivale a la calidad de los likes que obtenes.

V: ¿Cómo te sentís después de una sesión de uso intensivo de estas aplicaciones?

¿Rejuvenecido, cansado, esperanzado, ansioso, frustrado?

E: No sé, porque no diría que no hago usos intensivos de estas aplicaciones. Estoy un rato, me aburro y las dejo. Supongo que el sentimiento ese que me inunda cuando las uso es el aburrimiento y la indiferencia. Llega un punto donde todos estos perfiles son iguales y te aburrís de ver caras y todo eso. Así que, por eso dejo de hacer el uso en ese momento.

V: ¿Alguna vez te pasó que necesitabas un descanso de las aplicaciones de citas? Si es así, ¿por qué?

E: Tal vez sí, y no me di cuenta. Hay veces que no tengo ganas de entrar y listo. Que hay semanas en las que ni entro entonces ya está. No es que sea una acción consciente de “me tomo vacaciones chau” y dejó de usar la app de manera consciente. Cuando me tomo un descanso simplemente no las abro y listo.

V: ¿Te sentiste alguna vez abrumado/a o ansioso/a por la cantidad de opciones o perfiles disponibles?

E: No, la verdad que no. Me aburrí de los perfiles.

V: ¿Crees que las aplicaciones de citas influenciaron tu visión del amor o del compromiso? ¿De qué forma?

E: No, no creo. O sea, mi visión del amor siempre fue muy particular. Nunca fui de la clase amor romántico de la que se ven en Disney y así. De hecho por más pesimista que parezca ser mi visión, soy de un romance más tranquilo, lowkey. No soy de muestras grandes de amor, de exhibiciones de amor público y así. Entonces no creo que eso sea una particularidad especial

de las apps de citas. Tinder y el resto de las aplicaciones son un método para llegar al destino. Como el bar o el boliche también lo puede ser.

Entrevistada: Mora (Mujer, heterosexual, 27 años)

Euge: Muchas gracias por coparte a la entrevista y participar en la encuesta! ¿Qué te había parecido?

M: Super completa, me gusto completarla porque me hizo reflexionar sobre temáticas de las aplicaciones de citas que a pesar de que las tenía presente, no las profundizaban o las tenía en cuenta. Me hizo darme cuenta de ciertos usos que le daba también, muy buena.

E: Me alegro mucho. Como la entrevista fue anónima, quería consultarte si hoy en día estás en una relación.

M: Si, hoy en día estoy en una relación, pero no con alguien que conocí en las apps.

E: ¡Genial! ¿Cuándo fue la última vez que usaste la aplicación?

M: En mayo de este año.

E: Genial, y con qué propósito tenías la aplicación descargada, que buscabas?

M: No lo se bien, mi finalidad o el resultado perfecto era encontrar una relación, pero lo tenia mas para conocer gente y salir.

E: Buenisimo, y que te llevó a descargarla por primera vez?

M: ¿Te soy sincera? Me da un poco de vergüenza decirlo pero es una autovalidación. Quería ver si era una persona deseable o no.

E: Y que estabas encontrando?

M: Esa validación. No de la mejor forma igual, era de gente que no me interesaba y posta buscaba su validación. Pero en ese momento no me la descargue con la finalidad de conocer a alguien sino eso, tener validación. Veía que todas mis amigas tenían chongos o pibes atras, y yo no tenía a nadie y empecé a dudar de mi misma y tenia el autoestima por el suelo y dije

bueno dale, me la descargo a ver que onda con el objetivo de ver que tan deseable era para los hombres.

E: Y lo conseguiste?

M: Si, aumento mi confianza. Pero como recaía en la mirada ajena, en el momento que no tenía *matches*, mi autoestima volvía a estar por el piso. Es un arma de doble filo, te puedes creer en la cima o que no vales nada. Peligroso.

E: Y esas motivaciones fueron cambiando con el tiempo?

M: Sí y no. Si porque a medida que crecí, buscaba encontrarme con gente y conocerlas, pero no porque igual creo que siempre está la mirada ajena en juego. Vos puedes decir que no te importa y no te afecta pero, seamos sinceros, se basa en una aplicación donde uno se vulnerabiliza; pones una foto tuya, una descripción tuya y la gente decide si le gustas o no. El miedo de la mirada ajena siempre está en juego, aunque lo niegues, en el fondo sabes que si.

E: Que interesante lo que decis. Y tuviste períodos que borrabas la app solo para volver a descargarlas después?

M: Jajaja si, más veces de lo que me gustaría admitir.

E: Jajaja puede pasar, ¿qué te motivó a eliminarla?

M: No estaba encontrando lo que quería, o los perfiles me parecían aburridísimos o no conseguía *matches* y la borraba. A veces solo para descargarla otra vez una semana más tarde, pensando que algo podía cambiar jajaja. Pero la verdad que si tengo que decir dos motivos sería aburrimiento y superficialidad.

E: ¿Superficialidad?

M: Si osea, la estaba usando y te juro que me parecía tan superficial la cosa que me la borraba. También como vergüenza, tipo che estoy tan mal que tengo que recurrir a las aplicaciones?

E: ¿Y porque decis “tan mal”?

M: Hay una realidad y es que las apps de citas, son tabú. Obviamente fue cambiando en el tiempo pero, si, son tabú. Digo che tan mal estoy que no puedo conocer a alguien en un boliche y tengo que estar un jueves a la noche swipeando perfiles de hombres a la 1am tirada en la cama? Me parece tan superficial. Pero bueno, también tenía su diversión.

E: ¿De qué forma te parecía divertido?

M: Y bueno, es como un juego, vas swipeando, haces match y sentís que ganas algo, y así. A veces swipeaba perfiles que sabía que no me gustaban solo para tener el sentimiento de que me aparezca *"It's a Match!"*. Me llenaba por un lado, pero me dejaba vacía por el otro. Ves? Es como te dije, un arma de doble filo.

E: Entonces, ¿cuál fue la motivación principal de volver a descargarla una vez que la eliminaste?

M: Aburrimiento.

E: Okay, y hablando de los perfiles, ¿sentís que la forma que te deja presentar las apps te permite entender a las personas que estás viendo?

M: No y no me importa. Osea, si esta bueno y entiendes más el perfil pero si la foto no me gusta o no me parece atractivo, no me importa el perfil. Suena re superficial perdón, pero nunca me paso de ver una foto de un pibe que no me parece atractivo pero vi que su hobby era algo que me gustaba, nose ponele surf, y diga ay re lo swipeo! No. Y tambien me ha pasado de ver pibes re lindos con un perfil de cuarta, y los swipee igual. Que se yo, después los conoces. Pero en las apps, todo primero entra por los ojos.

E: Si es cierto. Osea, ¿sentías que tu perfil refleja tu verdadero yo?

M: Parcialmente. Osea no es que dije mentiras sobre mí misma, sino que solo mostraba lo atractivo de mí para ser swipeada. Es como en todas las redes sociales, uno presenta lo mejor de uno mismo. Me parece medio contradictorio todo porque estando ahora en una relación,

yo se que uno tiene que ser vulnerable para conocer a una persona y construir una relación, sin embargo en una app de citas, nadie se vulnerabiliza, quieres mostrarte como el mejor producto del supermercado para tener la mayor cantidad de swipes, un juego jajaja.

E: Osea decis que la gente que veía tu perfil podía entender una esencia de quien eras.

M: Sí obvio, pero una realidad mía super recortada. Pero si, lo esencial estaba. También me daba paja tener que completar a full el perfil sabiendo que seguramente, en dos semanas máximo la iba a borrar.

E: ¿En qué aplicación te sentiste más auténtica al presentarse?

M: Solo use Tinder y Bumble, pero diría que Bumble. Me gusto mas.

E: Genial. Y me contabas que te has encontrado con gente de la app en persona.

M: Si!

E: ¿Y qué te parecieron los encuentros presenciales? ¿Te motivó a seguir usandola?

M: Estuvieron buenos osea, la verdad tengo la suerte de decir que tuve experiencias buenas y fui afortunada. Me motivo a seguir usandolas porque cumplia su fin la app. Eran el amor de mi vida? Definitivamente no, pero posta conocí gente super copada. No se si el encuentro presencial fue el motivador principal a seguir usándolas porque no, pero estaba bueno saber que si podía conocer gente por las apps.

E: Excelente. Y algo que nos interesa explorar en esta tesis es también con respecto a la experiencia según el género. Como mujer, ¿crees que tu experiencia en aplicaciones de citas es diferente a la de tus amigos masculinos?

M: Si, recontra. un hombre va a tener una experiencia distinta que una mujer en las apps y viceversa! Obviamente se comparten cosas pero hay diferencias. Como mujer, yo siento que tenemos tan pocos perfiles copados para matchear, osea podes tener muchos mas matches que los hombres pero de pésima calidad. También siento que a pesar que tanto el hombre como la mujer se vulnerabiliza en las apps en cuanto al aspecto físico, creo que las mujeres tenemos

más presión. Los pibes ven tantos perfiles de mujeres hermosas, que terminamos compitiendo entre nosotras por esos escasos perfiles copados que existen. También tenes un montón de groseros que lo primero que te dicen es algo indebido. A veces perdía un poco la esperanza.

E: ¿En los hombres?

M: Si, no podían ser más insulsos mis *matches*. Dije, así están los hombres hoy en día? Osea de 40 perfiles, quizás UNO zafaba, era frustrante.

E: Claro jajaja, si me pasaba también. Y yendo otra vez a la parte de las motivaciones, tenias encendida las notificaciones de la app.

M: Si.

E: ¿Qué te motivó a encenderlas?

M: Tengo encendidas todas las apps, entonces también las encendi. Igual si me juntaba con amigos o iba a la facu las apagaba.

E: ¿Por?

M: Vergüenza. Como que no quería que la gente sepa que estaba en las apps.

E: ¿Por qué?

M: Sentía que estaba desesperada, es decir en voz alta ESTOY SOLA Y BUSCANDO. Y ahí la gente te pregunta, o saben que tenes ganas de conocer a alguien y quizás no lo estas consiguiendo y es como no ay, vergüenza ajena. Osea se que no es así, pero me pasaba, que se yo.

E: Si lo entiendo, estás demostrando que estás buscando a alguien, sea pareja o algo casual.

M: Sí re. De hecho, cuando salió la posibilidad de bloquear números de teléfonos estaba re feliz, bloqueaba a mis primos, ex chongos, de todo.

E: Jajaja entiendo. Y pagaste por servicios premium de la app?

M: No, y ni en pedo. Me parece medio inutil, no le veo ningún beneficio o utilidad. Además, no voy a pagar para conocer gente. La única vez que me pareció copado era en pandemia y

conocias gente de todo el mundo, estabamos re al pedo, pero nunca pagué por un servicio premium.

E: En un momento de la entrevista mencionaste que las apps son como un juego, te gustaría explayarme un poco más sobre ese asunto?

M: Si, osea, es un juego. Lo usaba cuando estoy aburrída o perdiendo el tiempo, tenes la gratificación de un match que sentís que es como que ganas, o si no tenes, estas perdiendo. Cuanto más matches, mejor te está yendo, cuando menos peor. Cuando tenes matches, te emocionas, no tenes, te frustras. Es literal como un juego. Tenés los superboosts que parecen como mini herramientas mágicas para subir de nivel jajaja. Pero más por el uso que le da la gente, para mi es un juego. Osea creo que cada vez menos gente se lo baja con el propósito de buscar pareja, sino que quizás es una consecuencia positiva de usarla. Pero la mayoría de las personas con las que hablo, me dicen que es por aburrimiento o por ver qué onda. Y estamos hablando de personas, un juego con personas reales, medio retorcido.

E: Osea que decis que el diseño de la app te da sensaciones de gratificaciones instantáneas.

M: Sí, nadie la usaría si no te da gratificaciones. El tema es que para mí, esas gratificaciones no son tangibles, entonces la gente vuelve a buscarlas. Tipo okay tengo un match, me da gratificación pero quizás nunca me habla el chabon o ponele que si pero me ghostea, entonces busco mas. Buscas un “sí” por los miles de “no” que recibis. Es obvio que una repercusión emocional tiene eso.

E: Que interesante lo que decis. Por ende, lo que infiero de tu respuesta es que sentís que es un juego con las emociones de las personas, ¿no?

M: Si total, porque ademas nose juegos de nose la fifa que se yo, es un juego que quizás jugas con tus emociones o estados de ánimo, pero acá estamos hablando de juegos con personas, que no solo te afecta a vos, sino a la otra persona. Y eso multiplicado por 100 porque está jugando esa persona también con otras. Me abrumba con tan solo decirlo.

E: Adjudicarias motivaciones de uso negativas a las apps?

M: No, negativas no son porque obvio que son divertidas y están buenas, pero para mi tiene mas cosas en contra que a favor, pero te quedas o vuelves con la idea que quizás una te sale bien.

E: Claro. ¿Decis que ese seria un desafio que te presentan las apps?

M: Si, tenes el desafio de concretar o te que vaya bien con alguien y posta es re dificil. A pesar que es una red social para conectar y conocer gente, te juro que lo menos que haces es eso, hay tanta incomunicación y juego que me sorprende.

E: ¿Sentís que las aplicaciones de citas te permiten conectarte genuinamente con otros?

M: Osea no por la app, sino que si conecte con gente que conocí por la app, pero no por LA app. No creo que puedas conectar genuinamente con alguien por chat asi facil, quizas si charlan mucho o eso si, pero lo primero que se me viene en mente son las charlas superficiales y eso obvio no. Me permite conectar con gente en el sentido de conocer a otra persona pero conectar conectar no.

E: ¿Notaste diferencias entre cómo te presentas en la aplicación y cómo actúas en un encuentro en persona?

M: Sí y no. A ver en las citas uno se vende a sí mismo también y en las primeras citas mostrás tu mejor lado jajaja ya se si los conociste en persona o por la app. Si me siento más relajada en persona obvio, porque ya sabes que a la persona le pareces atractiva así que ese miedo se pasa. Me pasa a veces que siento la presión de mantener ese perfil que construí en la app.

E: ¿Como?

M: Claro tipo, mostré lo mejor de mi entonces tengo la presión de tener esa mejor versión en la vida real. Tipo muestro mi mejor foto, entonces quiero estar lo más linda, por ejemplo.

E: ¿Cómo te hacía sentir la aplicación?

M: Ansiosa, mal. Era un amor-odio jajaja, me gustaba pero al mismo tiempo no. No me gustaba, pero siempre recaía en volver a usarla. Tiene su lado bueno y malo, hay que ver si lo malo compensa a lo bueno... No lo pensaba mucho igual, porque era automático el swipe ponele, el tema era el después

E: Como el después, cómo te sentías después de usarla?

M: Si recibía muchos likes, una reina, si no recibía nada, frustrada. Igual a pesar de ambos escenarios, siempre terminaba como agotada mentalmente, como que dejaba una parte de mí. No se como explicarlo pero sí, agotamiento mental en ambas situaciones.

E: Que loco, pero porque decis agotamiento mental? De tanto usarla?

M: No, quizás la usaba 5 minutos y terminaba agotada. Tipo ver tantos perfiles, vulnerar, contestar mensajes, no se me daba fiaca.

E: Entiendo. ¿Notaste algún cambio en tu autoestima o autoimagen desde que empezaste a usar aplicaciones de citas?

M: Si, más autoestima porque recibía validación. Pero si me hizo comprender mejor que la gente siempre está mirándote, y que primero entras por los ojos. Quizás en persona es distinto porque ponele a alguien no le parecía linda, pero quizás veían que era re copada y ahí se armaba una conexión que podría llevar a algo, pero en las apps es tenes suerte si le parece linda, sino chau. A pesar de que le ponen toda la onda a armar perfiles más completos, la verdad que poco importa si no les parece lindo o linda de entrada viste.

E: Claro, entonces decis que te parecía importante la cantidad de likes que recibías?

M: Si, recontra. La app tiene una finalidad clara, obtener matches. Después que haces depende de que busca cada uno, pero la finalidad de todos es tener matches. Vos decis que te está yendo bien si estás recibiendo swipes, así de fácil.

E: ¿Tuviste alguna vez alguna experiencia negativa?

M: No, fui afortunada con eso, conozco amigas que sí. Pero yo no, si me ha pasado de tener un mensaje pervertido pero no le di bola, lo bloquee y listo. Pero de gente que conocí por las apps y después en persona, super positivos en cuanto a ellos como persona.

E: Crees que las aplicaciones de citas influenciaron tu visión del amor o del compromiso?

M: Mhm si, osea que todos somos descartables, Encuentran algo mejor y chau, nunca fue tan fácil conocer gente pero nunca fue tan difícil conectar. Creo que eso es lo que la gente no entiende. Cuando entré por primera vez con la idea de salir con alguien fui bastante naive, pensé que era más fácil y es re difícil en realidad y vi cómo son los juegos y cómo la gente de la nada te deja de hablar ponele o te habla porque estan aburridos. El amor se convirtió un juego, ¿qué triste no?

E: Y decis que eso se adjudica a las apps?

M: Mhm no, osea la proliferación de las apps te da mil formas de conocer a gente, tipo no encontras perfiles en una app? ¡Te vas a otras! Tienes miles. Entonces es la idea de che, hay tanta gente, porque me quedaría con una? Y creo que la app lo que hizo fue darnos menos paciencia a conocer a personas. Tipo si no te gusta algo de una persona, chau, conozco a otra y listo. Te da esta falsa idea que es fácil conocer a alguien, entonces la paciencia es chica. Queremos todo rápido, y pasa lo mismo con el amor. No creo que las apps fueron las causantes, sino que lo pusieron en claro y la gente accedió al juego y su crecimiento va de la mano con el crecimiento de estas ideas de descartabilidad de la gente.

E: Increíble. Y, ¿cómo ves el futuro de las citas en línea?

M: Igual, cada vez más desconectados y más superficiales. Sueno re pesimista pero lo veo así. Igual la gente las usa, así que tan mal no estan, te da un beneficio, sino te lo daría nadie los usaría. Entonces creo que con los años las apps se van a ingeniar para darte más beneficios y el match no va a ser suficiente.

E: ¡Qué interesante lo que decís! Ya terminamos con las preguntas, ¿te gustaría agregar algo más?

M: No, la verdad creo que dije todo, pero me parece super interesante lo que están estudiando, me gusto mucho la entrevista.

E: Me alegro mucho! Y gracias por participar y tus observaciones, son muy interesantes!

Entrevistado: Tadeo (Hombre, homosexual, 22 años)

Euge: Que te pareció la encuesta cuando la respondiste? Se que fue hace un tiempo pero si te acordas si te pareció simple responder o si te había parecido larga. Te acordas de eso o no? Si no hay problema

Tadeo: No me pareció larga, si me pareció simple me parece, no estoy seguro, no hago muchas encuestas pero en Di Tella están mandando mucho y los estoy haciendo. No suelo llenar la parte que dice “otros” y eso, pero es de fiaca.

E: Y una pregunta porque no tengo acá las respuestas y también fue anónima, entonces como para respetar eso, quería preguntarte ahora también si estás en una relación o estás conociendo a alguien?

T: Si, estoy conociendo a alguien

E: Perfecto, genial. Y estas usando ahora activamente las aplicaciones o no?

T: No, no estoy usando las apps ahora.

E: ¿Cuándo fue la última vez que las usaste?

T: Este año, pero la verdad no sabría decirte bien. Antes de las vacaciones de invierno ponele.

E: ¿Y era la primera vez que las usabas?

T: No, las había usado antes, la verdad que tengo una relación tóxica con las apps porque no me gustan, y no me siento cómodo usandolas. No tengo tanta suerte por las apps.

E: Si te re entiendo, yo siempre las borraba y las volvía a descargar

T: Si te re entiendo, me pasaba eso, yo personalmente soy re de la monogamia, no me gustan las relaciones casuales y era medio raro y me sentía incomodo pero al mismo tiempo me las seguía instalando. La idea de pareja siempre me motivaba a bajarla, pero tampoco creo que voy a conocer a una persona con la que voy a formar una relación por ese medio.

E: Justo va a la primera pregunta, que buscas de las apps?

T: Busco lo contrario a una relación, me gustaria encontrar una relación seria por fuera de las apps. No me dan confianza esa gente que conozco en las apps. Buscaría cosas más casuales

E: Y decis que en las apps encuentras eso? ¿Más personas que buscan relacion casual que sería?

T: No para mi la gente busca más casual

E: Y decis que siempre fue así? ¿Notas un cambio en las motivaciones para usar las apps?

T: Personalmente yo, a veces no era tan buscar algo posta sino estoy aburrido y entras a ver, pero la tenes para a veces hablar con alguien o no. Y por momentos abrir cada tanto y así. Y del resto de la gente la verdad no se, mi idea es que yo no recomendaría para una relación seria las apps porque al menos yo no tuve suerte.

E: ¿Y qué te llevó a descargar las apps por primera vez?

T: en principio no sé, curiosidad. Parte del crecimiento y curiosidad. La edad de la pubertad a ver que onda, ver que hay y eso. Más por la edad y curiosidad.

E: Fuieste instalando y borrando la app, te acordas la motivación a eliminarla?

T: Varias veces la desinstale por distintos motivos, cosas personales

E: Tranqui si no te sientes cómodo compartiendo algo, no pasa nada, me avisas y pasamos la pregunta.

T: No, para nada, yo te cuento. La primera vez que estuve con alguien fue por alguien que conocí por las apps, y la primera vez ya es rara y la pase super mal, y ahí la desinstale porque

no me gusto para nada. Pero las relaciones sexuales y la edad me llevo a volverla a instalar igual. Todo el mundo hablaba del sexo y las apps y probe otra vez. Y despues varias veces la volvi a desinstalar porque me aburro de la gente y me doy cuenta que no es lo que quiero.

E: Si también son etapas, y decis no y la eliminás

T: Yo soy de San Martín de los Andes y bueno, pueblo chico infierno grande. Como que te muestra gente a tu corta distancia, entonces te aparece todo el pueblo y es más complicado no tener eso y haces pública tu vida de esa forma. Todos saben que estas buscando una relacion o sexo y es re vulnerable.

E: Claro y eso te incomodaba

T: Si, feo. Super incómodo. Medio por la mirada ajena del que dirán, sabiendo que no se un papa o mama que te encontrarás en tinder y es rarísimo.

E: No quieres saber que ellos estan ni que ellos sepan que vos estas en las apps

T: Total.

E: Y cuando las eliminás y volviste a descargarlas, ¿cual fue el motivo que dijiste, pruebo otra vez.

T: Lo mismo, curiosidad y aburrimiento. Por parte tambien a buscar sexo. Es algo muy pasajero la app, lo tienes ahí y tenés la facilidad de borrar y descargar otra vez muy fácil. O contesto a alguien, me aburro, no le contesto por dos semanas y usas la excusa de “Ay perdón no abro las apps” y listo. O sino, buscas gente nueva y listo. Es muy fácil conocer gente nueva, y si alguien mínimamente no me copa, es muy fácil descartarla.

E: Suele pasar que la gente se la descarga por aburrimiento o curiosidad, entonces es más propenso a no contestar, colgar, y no estar interesado. ¿Ves mucho eso en las apps?

T: Re sí, se nota. Se nota mucho el mensaje automático, viste cuando hablas con 40 personas a la vez y copias y pegas mensajes. No estas ni conversando, solo hablas con todos y probas

donde pica. La automatización del chat. Después si se nota cuando están aburridos y por ser educados te responden pero te das cuenta.

E: Y eso que te hace sentir? Por ejemplo, alguna vez te afectó eso? Que las charlas sean superficiales

T: Si y no. Creo que no porque tampoco busco matrimonio de las apps, pero obvio si me ha jodido gente que vas con la mejor y te habla mal y eso si te jode. O bueno ves un montón de gente, ves de todo, a alguno les gustas o no. Y a veces te pasa tupo UY no le gusto a esta persona, y te afecta. Te bloquean o te borran y te duele. Jode bastante, dudo de mí mismo.

E: Justo una de las preguntas iba a eso, en cuanto a la cantidad de matches y cuanta gente te hablas, ves que afecta tu autoestima o autopercepción? Ejemplo, si conseguís muchos matches, mayor confianza, menos matches, menor confianza.

T: Si re, osea suelo likear a muchísima gente entonces tengo mas chances de tener mas likes. Yo no soy hegemónico, entonces es medio como que se que la gente busca eso, un rubio de ojos azules y te das cuenta cuando buscan cierto perfil. A la vez tambien pienso que cuando te descargas las apps, entras sabiendo como sos y como te ve la gente. Nose, te joden en el momento que te digan gordo o gorda entonces quizás ya lo sabes y te lo dicen, y lo tenías claro, pero te hace sentir mal. Entonces es lo mismo, se que no soy hegemónico pero me duele saber que no me dan likes.

E: Justo esto se relaciona a algo que buscamos estudiar en nuestra tesis que va hacia cómo uno construye su “yo” en las apps. ¿Cómo completaste tu perfil, sentís que refleja como sos vos?

T: no pongo cosas que no se reflejan en mi, pero evitó poner las cosas que sé que no venden de mi. Me guio por la mirada ajena. Por ejemplo, algo que se que vende es que juego al rugby, no tengo el fisico del jugador profesional pero se que re garpa. Estoy omitiendo muchas cosas? Re si, pero evitó contar otras cosas. Hay apps que puedes completar más cosas

y poner altura y peso y en esas, yo pongo altura porque soy re alto, pero no pongo peso porque quizás a la gente no le gusta mi peso. Así, me guío por las miradas ajenas de que puede llegar a gustar o no. No estoy diciendo nada que no soy, solo omito cosas.

E: Entiendo, hay cosas que te piden un montón de cosas tuyas, hasta parece un perfil médico.

T: Sí, yo creo que más que un perfil médico es ir a un supermercado. La gente entra y pone filtros tipo busco causal, o relación o no se pero quiero que sea así de alto, color de pelo así. Siento que a pesar de que llegue a conocer gente copada por ahí, mi relación de ahora lo conocí por Tinder y hay algo que si la persona la conoces presencial, no se explicarlo, pero en redes sociales la primera impresión son tus fotos entonces no te eligen por quien sos sino quien mostrás que sos. Por eso desconfío en alguien que dice que se va a casar con alguien de tinder porque me cuesta entender que podés llegar a conocer a alguien bien que sale de las apps.

E: Entiendo. Es algo que sale mucho en charlas de amigos. ¿Sentís que si alguien matcheo con vos, puede entender una esencia de quien sos?

T: Sí. Viste que hay perfiles que son de una foto de atrás y sin descripción, yo suelo contestar todo. Hay cosas que quedan por descubrir o omito pero tampoco quiero decorarlo mucho, quiero que conozcan más de mí. No me gusta cuando me pasa del otro lado, que pongan una descripción super detallada y no son tan así. No quiero mostrar algo falso, que ellos saquen también sus conclusiones.

E: Justo eso va con la otra pregunta, cuando te encontraste con una persona que conociste por las apps, como te sentiste? ¿Viste cosas que se repiten?

T: Principalmente el hecho que la gente usa las apps para no buscar relaciones serias. El hecho que realmente a la gente no le importa, he estado con gente que quizás era para algo casual y omiten información re importante. Me he encontrado con gente que en realidad tenía

familia. Un nivel de desinterés por la otra persona importante. Hay gente para todo igual, pero vas tomando precauciones porque he conocido gente que le gustan cosas raras. En el ámbito sexual hay muchísimo fetiches y drogas y entonces tener cuidado, hay gente loca hay de todo. Hay de todo para bien y para mal, hay gente que está en la misma situación que vos y otra gente que nada que ver.

E: Otra de las cosas que queremos investigar es porque la gente recurre a las apps, ¿cuáles son las gratificaciones que obtienen y las motivaciones de usos. Entonces decís que esos encuentros presenciales te motivaron a seguir usando la app?

T: Emm.... Osea diría que el arbolito no hace el bosque. En todos los encuentros veo algo bueno y malo, algunos quizás son más malos que buenos. Por momentos te re motiva y en otros no, pero la verdad es que por tan malo que sea, el objetivo de encontrar sexo casual lo consigo así que no hay mal que por bien no venga. Encontré lo que quería en la app, cumple su cometido.

E: ¿Y sentís que enfrentan desafíos particulares como hombre en la app que quizás las mujeres no?

T: Podría ser pero creo que no es solo ámbito de las apps sino también en general. Siento que a pesar que estamos en 2023, vemos que siempre que el hombre tiene que hacer el primer paso, a invitar y cosas así. Pasa mucho que te habla una persona, no te gusta y la mujer te puede decir no quiero salir con vos porque sos gordo y está perfecto, pero un hombre no le puede decir eso a las mujeres. Si veo que pasa mucho eso, o un montón de cosas que en las apps se pasan fotos íntimas y si lo hace un pibe es un degenerado y si lo hace una mina, es una diosa. En ciertos puntos, a veces decís es una atorranta. A la mujer se le permite más cosas.

Euge: ¿Más libertad?

T: Si, más libertad. Veo mas de mis amigas que no se, al pibe se le apago el celular, y no le contesto por unas horas y no le dan bola si tarda más de 5 horas en contestar. Las chicas exigen más en esas cosas. Un pibe a una mina no puede clavarle el visto, pero una mina a un pibe si. El hacerse desear. Es re lindo sentir que alguien te tiene ganas y es lindo hacerse rogar, pero es feo estar del otro lado también.

E: Es interesante lo que decís. Y después, ¿prendiste las notificaciones de la app?

T: Siempre pongo que no a las notificaciones por varias razones. Primero, me llegan muchas notificaciones de todo, de insta, whatsapp de todo, entonces son muchas cosas y siento que hay notificaciones que me interesan más. No veo futuro en las apps así que no me importa. También la vergüenza si alguien ve que me llega una notificación de las apps, me da vergüenza. Que alguien te agarre el celu y vea eso, me da re vergüenza, es un miedo constante.

E: Me pasaba cuando la tenía. ¿Alguna vez usaste servicios **premium**?

T: No, y creo que nunca lo haría. No se, no lo juzgo y depende la app puedes ver más perfiles pero no tengo más necesidad. Me gusta el hecho que tenga límites que solo accedes con premium porque me permite moderarme. Me gusta que lo tenga porque me pone límites.

E: Cierto, un freno.

T: Siento que si buscas romance, los perfiles que gustan de vos, te van a aparecer. No veo un beneficio.

E: Lo que decís sobre poner un freno esta bueno, viste que la app esta hecha como un juego, vos sentís eso?

T: Si, el match actúa como recompensa. Un match es un logro, y querés más. Es una competencia quien tiene más likes, y es un juego eso y lograr el match es el objetivo. Es un juego, tener super boosts y así.

E: ¿Y sentís que eso te da una gratificación?

T: Si, me motiva a seguir usandola. No me gustan las apps que no te ponen “peros”, funcionan para lo que querés. No quiero nada complicado, quiero cosas fáciles.

E: Entonces por ejemplo lo que percibir de la app, te motiva a seguir en la app son temas personales o no tiene nada que ver con la app?

T: Cerrás la app si no tenes matches, si tenes 20 mensajes re. No se lo adjudicó a la app, como que es más de las personas y no tiene nada que ver. Es el mismo método que otras apps tipo whatsapp, si tienes mensajes lo ves, si no tenes, cerrás. a aplicacion no te esta dando ningún beneficio y la cerrás. Es una transacción.

E: Entiendo, es verdad.¿Sentís que las apps permiten conectarse de forma genuina a alguien o distinto si conoces a alguien en persona? ¿Te sientes más libre o te filtras más?

T: No creo que se hagan relaciones más genuinas que en persona, porque mostramos otra cara a nosotros, genuina genuina no va a ser la relación, vos mostras que quieres que la otra persona sepa, no todo de vos. Detrás de una pantalla somos todos perfectos. A veces digo cosas porque sé que nunca los voy a ver en persona y no los conozco, entonces soy más transparente. Por ese lado está bueno. La gente usa más las apps para cosas casuales, entonces no hay tanta profundidad. Mostrás la cara que quieres y listo, si quieres una relación seria te cuidas un poco más.

E: Se que no las usas hace un tiempo pero te acordás como te sentías después de un uso intensivo del uso de las apps?

T: Depende del momento y del día, hay veces que me siento frustrado, si me rechazan 49 personas me siento mal y frustrado, y otros momentos cuando tenes un monton de mensajes te sentis re bien y te sube el autoestima entonces depende del momento. Noto mucha frustración y la sensación que más deja es que no me llena, me deja vacío. Cumple su objetivo pero no llena.

E: ¿Y decis que eso puede adjudicarse a que te la borres por momentos? ¿Cómo descansar de las apps un rato por estos sentimientos

T: Si recontra, necesitar un descanso y decir como si la tengo para cierto fin y se que ese fin no es necesariamente lo que quiero, me ocupa espacio mental al pedo. Si bien la usas, no la utilizas con el fin porque no te está dando utilidad.

E: Si, como distracción

T: Re

E: ¿Y sentís que las apps alguna vez te afectaron emocionalmente o psicológicamente?

T: Si. Como te digo, principalmente son más malas. Es más común igual en la gente que te afecte más lo malo que lo bueno. Te acordas más de lo malo, si 20 te dicen que sos lindo y 1 te dice feo, te afecta mas eso. He tenido muchas experiencias malas, de dejarme plantado, juntarte y te ven y te bloquean o juntarte con personas que no eran las del perfil. O quizás arrancar a hablar con alguien de buena onda y que se corte, y no contesten más. La verdad que no he encontrado vínculos profundos con ninguna app.

E: Crees que con esto que me comentas, si la app influenciaron tu visión del amor o de las relaciones?

T: Si, re. Es un factor importante de muchas cosas, cada vez viste que hay tasas más altas de divorcios, relaciones abiertas, está menos de moda la monogamia. Lo que veo mucho es matrimonios de 20 años de casados e hijos y se separan y a la semana con otra persona, veo una fluidez muy grande. Me ha pasado de estar con mucha gente, y digo bueno ellos también.

E: Vimos en muchos estudios de la investigación que la idea de las apps de tener muchos perfiles, se genera esa falsa idea de que siempre hay algo mejor. ¿Decis que se ve mucho eso en las relaciones actuales?

T: Si, somos todos descartables. A veces me pasa, y a veces lo hago, de estar hablando con alguien que te copa, pero sí me parece algo mejor te descarto, porque seguro hay algo mejor,

hay muchos perfiles. Como está presentada la aplicación y la gente, es medio un mercado, tienes el de mayor valor, menor valor, más cosas, menos cosas. La app es marketing de uno mismo, y compras por el paquete.

E: Cómo ves el futuro de las citas en línea y el uso de estas apps? ¿Te ves usandola?

T: El futuro lo veo cada vez peor, no en general sino en lo particular, desde mi visión. Pero porque yo tengo una visión de lo que a mí me gustaría. En 100 años para mí que cuando alguien diga que se va a casar, va a ser raro. Vemos más que te pones hablar con tus abuelos y fueron su única pareja y hoy a los 35 años quizás tuvimos con 600 personas y seguimos buscando a esa persona o quizás ni la buscas. Yo me quiero casar y tener mi familia entonces veo eso como algo negativo, pero si veo cada vez más eso. Al principio la app era tabú, y hoy en día no, y eso está buenísimo. Pero cada vez más gente entra en el juego de buscar cosas fáciles, rápidas y que todo se puede descartar. Creo que se le puede vincular con las relaciones esporádicas que hay. Creo que en un futuro tener apps de citas va a ser como tener Whatsapp o Instagram, y la búsqueda de relaciones de todo tipo va a perder todo el valor.

E: Y esta idea de las personas son descartables, decís que paso por las aplicaciones o que las aplicaciones pone eso en manifiesto?

T: Yo creo que un poco de ambas, pero empuja más por las apps. Cuando surgen estas apps, y sus manierismos, nadie dijo que esto está mal, al revés, hubo un consenso colectivo a seguir con estas prácticas superficiales carentes de sentido. El hecho que las apps crecen, crece la superficialidad, y pasa esto de si cada vez hay más gente que usa las apps y les parece bien esto, entonces solo va a ir creciendo la descartabilidad.

E: Claro, la forma de relacionarse cambió y se ve también en las prácticas de las apps.

T: Claro, existen porque les damos ese uso.

E: Queres comentar algo más o algo que te surgió en la charla?

T: No, yo creo que ya dije todo. Me encanto.

Entrevistada: Sofía (Mujer, Bisexual, 25 años)

Euge: Hola Sofi! ¿Cómo estás?

Sofi: Hola Euge! Muy bien y vos?

Euge: Super! Mil gracias por participar de nuestra entrevista, nos ayudas un montón para nuestro estudio. Y gracias por completar nuestra encuesta en primer lugar. Como era anónima, hay datos que no tenemos, por lo tanto te lo pregunto nuevamente por aca. ¿Cuántos años tenés y actualmente estás en una relación?

Sofi: Si, obvio no hay drama. Tengo 24 años y estoy actualmente soltera.

Euge: ¡Genial! ¿Te parece arrancar la entrevista?

Sofi: Obvio dale.

Euge: Estas usando las aplicaciones de citas actualmente?

Sofi: Si! Igual la uso, la dejo de usar y después la vuelvo a usar. Como que varío mucho entre usarla y no.

Euge: Oki genial y, ¿qué buscas principalmente en estas aplicaciones? Una amistad, romance, relaciones esporádicas, o que? Y en relación a eso, ¿que estás encontrando en las apps?

Sofi: Bueno, voy a contestar con tanto mi experiencia en Argentina como en Chile. ¿Qué busco principalmente en estas aplicaciones? Eso fue cambiando un poco. La primera vez que me bajé a las aplicaciones fue hace creo que 4 años o por ahí más. Era literalmente solo para chusmear. Me da vergüenza salir con la gente. Era literalmente para ver qué onda, y eso, ni en pedo salía con nadie. Y recién este año sí me animé a concretar y conocer a la gente de las aplicaciones. Y era más un ver qué sale de eso. Ni intenciones de ponerme de novia, ni de que pase algo sexual. Solo literalmente para ver qué onda y listo. Y te diría que todas las veces que usé esas aplicaciones fue más que nada para eso. Literalmente para ver qué onda. Ahora que me mudé a Chile sí intenté usar Bumble BFF, pero me salió pésimo. Tiene mucha

menos gente que Bumble normal, entonces no me sirvió de nada. Siempre cuando usaba la función de date, como que iba sin ninguna intención de que pase algo, pero igual, como subconscientemente, quería ver si encontraba a alguien que sea para poder salir o encontrar pareja. Tipo el día de hoy que uso la aplicación todavía, como que tengo puesto, que no sé lo que estoy buscando en vez de poner tipo que quiero algo casual o que quiero una relación. Porque estoy abierta a ambas cosas. Pero creo que siempre igual como de trasfondo estoy pensando que ojalá lleve a alguna relación o, no sé.

E: Claro exacto, y ¿qué te llevó a descargar la aplicación de citas por primera vez?

Sofi: Inicialmente me descargué la aplicación de citas por curiosidad, porque veía que a mucha gente la usaba y también porque sentía como que es muy difícil conocer gente orgánicamente. Así que cómo esa era mi motivación.

Euge: Y sentiste la motivación de borrarla en algún momento?

Sofi: Si, recontra. La borré varias veces de hecho.

Euge: ¿Qué te motivó a eliminarla? Y si la eliminaste y volviste a descargarla, ¿qué te impulsó a volver a descargarla después de haberla eliminado?

Sofi: La borré porque me aburría. Y me sentía como... no sé, me abrumaba. O sea, gente me escribía y me daba fiaca contestarles. Entonces, eso, me sentía como abrumada y aburrida y como que no tenía ganas de dedicarle como espacio mental. Después la volví a descargar... ¿por qué? Como que me aburría de no conocer gente que me interesara de forma orgánica. Entonces quería ver si podía conocer gente por la aplicación. Pero la verdad que nunca terminó saliendo muy bien. Como que no sé, nunca me funcionó a mi.

Euge: Y sentís que esto te desmotiva a seguir usando las apps?

Sofi: Me desmotiva mucho, pero por alguna razón, siempre vuelvo a utilizarlas. La esperanza aún sigue.

Euge: Y en relación a la forma en la que te presentas vos en las apps, ¿tenés alguna experiencia en la que sentiste que tu perfil no refleja tu verdadero yo?

Sofí: No siento que mi perfil refleje quién soy, sino que refleja cómo quiero que me vean y eso sería la más atractiva posible, dentro de lo que se puede. No creo que nadie pueda comprender mi esencia en base a mi perfil, pero tampoco sé si yo sé cuál es mi esencia, así que también es medio complicado por ese lado.

Euge: Y cómo completaste tu perfil? Sentís que alguien que matcheo con vos puede comprender una esencia de quien sos como persona?

Sofí: Por ejemplo, tipo en la parte de la que puedes poner una descripción, la verdad que no pongo nada, tipo en parte porque me avergüenza y en parte porque tampoco sé muy bien qué poner y veo que mucha gente tampoco pone una descripción y nada, creo que es como que cada uno decide qué es lo que quiere mostrar a cada persona entonces por ahí como que esperas hasta ver qué onda con esa persona para ahí como contarles sobre vos y no que todo el mundo sepa de vos si no sabes si es un buen match o no.

Euge: ¿Sentiste la necesidad de poner más lindo tu perfil o modificar aspectos de tu perfil para ser más atractivo? ¿Por qué sentís que fue eso?

Sofí: Sí, sentí como la necesidad de cambiar mi perfil. Como que no sé si es que ya tenía una foto más linda que alguna como que todos en nuestra mente sabemos tipo qué foto uno se ve mejor. Entonces, cada tanto, saco las peores fotos y las cambio por una que me sienta más linda. Pero la cambio en base a lo que vos pensás que la gente quiere ver Como que no son fotos tipo auténticas de mí como no sé por ejemplo haciendo cosas que me gustan sino como fotos o sea que creo que me veo mejor y podría atraer a más gente.

Euge: Y en qué aplicación te sentís más auténtica?

Sofí: La verdad que solo uso Bumble. Intenté usar Tinder en un momento, pero me dijeron que Bumble era mejor. No sé si es mejor o no, la verdad. Hasta el día de hoy no sé. Pero la

uso solo porque siento que es más segura. No sé. En el sentido de que la gente que usa Bumble, en general, siento que no te va a secuestrar. Pero bueno. No sé si hay una aplicación que me sienta más auténtica. Pero si me gusta más Bumble y que puedo poner más cosas sobre mí, creo que en Tinder no se puede. En Bumble podés poner como 5 categorías de cosas que te describen. Yo me puse, no sé, que me gustan los perros, me gustan los maquillajes, me gusta cantar y que soy vegetariana, como para que la gente se sepa un poquito de mí. ¿Es completa mi descripción? No, pero algo es algo. Da un pantallazo.

Euge: ¿Cómo fue tu experiencia al encontrarse presencialmente con alguien de la aplicación? Y ese encuentro presencial, te motivó a seguir usando la app y conocer mas gente?

Sofi: La verdad que la gente con la que me encontré presencialmente a través de la aplicación, que fueron re pocos, fueron 4 personas, súper bien, gente que me pareció más o menos decente. No sé si los encuentros presenciales me motivan a seguir usando la aplicación. Creo que, o sea, como que si bien la gente era decente, que conocí, igual es como que me desmotivaba, como que no sentía que fuera la gente para mí. Con esto que mencioné antes, que si bien intento ir sin ninguna expectativa, en el fondo de mi mente siempre tengo expectativa de que, no sé, nos enamoremos. Así que, siento que de alguna forma me desmotiva. Sí, me desmotiva conocer otras personas cuando veo que por chat y el perfil estaba todo bien pero después en persona no logramos conectar genuinamente o que no llegaba a nada.

Euge: Y en cuanto a tu experiencia como mujer en la aplicación, sentís que tu experiencia en aplicaciones de citas es diferente a la de tus amigos masculinos? Si es así, ¿en qué aspectos?

Sofi: Siento que mi experiencia en las aplicaciones es distinta porque las mujeres en general recibimos más likes que los chabones. Para las mujeres es normal tener cientos y cientos de likes y los chabones tienen 20 o menos. Entonces tienen muchos menos matches. Pero, creo que el pool de gente que te aparece, como que las mujeres tienden a estar mejor que los

hombres. Como que ellos tienen que swipear menos veces el porcentaje de las que una mujer tiene que swipear. Medio controversial lo que estoy diciendo. Así que, si bien creo que es más desafiante para los chabones por eso que reciben pocos likes, igual como los likes que si reciben, siento que suelen ser de mayor calidad que los likes que reciben las mujeres. Así que, eso.

Euge: Encendiste las notificaciones de las apps de citas?

Sofi: Sí!

Euge: Y qué te motivó a encender las notificaciones de mensajes en la aplicación?

Sofi: Si ahora que las pienso mejor, las tengo prendidas, pero depende del momento. Como que hay momentos en los que me gusta tenerlas prendidas y saber cuándo me ha llegado un mensaje, bla, bla, bla. Pero ahora en este momento, en el que estoy medio en una época en la que tengo la aplicación y no sé para qué la tengo no. Porque me da bastante paja hablar con la gente. Ahí sí como que... no sé. Me siento abrumada cuando me llega la notificación. Es la verdad.

Euge: ¿Qué te parecen los servicios premium de estas plataformas? ¿Pagarías o no?

Sofi: Em... A ver... Yo nunca usé los servicios premium así que no sé muy bien cómo funcionan. Pero no los pago porque siento que en general uno paga por algo que le gusta el funcionamiento de la app o el servicio. Y como que... No siento que me guste lo suficiente la apps o su funcionamiento. Como que no siento que yo haya tenido una experiencia lo suficientemente buena como para pagarlo. Em... y tengo una idea medio controversial sobre esto. Como que me deprimiría un poco sentir que soy el tipo de persona que paga... Tipo el Premium de una aplicación de citas. Como que siento que como sociedad lo asociamos con algo medio triste. Que en realidad... Por ahí no. Tipo, por ahí es mejor pagar el app. Y como que ya el toque conseguís a alguien que te guste. Y ya fue y es mucho más eficiente con tu tiempo. Pero nada. Como que prefiero gastar la plata en otras cosas. 100% sincera.

Euge: ¿Se podría decir que estas aplicaciones se han convertido en una forma de "juego", donde el "match" actúa como una recompensa similar a ganar en un juego?

Sofi: Creo que las aplicaciones se convirtieron en una forma de juego en donde pasa mucho que a veces, cuando te sentís medio no tan lindo, te metes a aplicaciones de citas para ver quién pica y ahí como que te sube la autoestima. O peor, por ahí te la baja. ¿Quién sabe? Pero como que a veces la usamos como fuente de autoestima más que por ganas de conocer gente realmente. Y también creo que es una forma de juego porque como que desconectamos mucho de la gente y la gente se vuelve como super descartable. Así que, eso.

Euge: Entonces sentís que las aplicaciones afectan en el autoestima de una persona?

Sofi: Super influye. Si me sube la autoestima la uso más, si me la baja, la uso menos. Están correlacionadas.

Euge: ¿Cómo sentís que influye el diseño de las apps en la sensación de gratificación instantánea? Sentís que es intuitiva?

Sofi: Con respecto al diseño de las apps, sí siento como que las apps son intuitivas y son fáciles de usar. Y con la sensación de gratificación instantánea. O sea, es porque, como que el toque te das cuenta... O sea, si pones like a alguien y también te puso like, listo match. Como que te dice todo al toque. Y también, o sea, algo muy particular que tiene Bumble, que no tienen las otras aplicaciones, o sea, siendo Bumble app que yo uso, es que cada tanto cuando le pones a alguien que no, te dice, ah mira, esa persona te había puesto que sí. Y no entiendo por qué te dice eso. Porque siento que es re feo para otra persona. Tipo, yo no querría, tipo, haberle puesto a alguien que sí y que esa persona me ponga que no y que sepa que yo le puse que sí. Como que siento que es horrible, pero a la persona que pone que no, medio que le da un poco de gratificación. Tipo, saber que esa persona te puso que sí. Suena horrible, pero siento eso.

Euge: Y en estos momentos, ¿estás enganchada con la app? ¿Qué es lo que te mantiene activa y atrapada en la app?

Sofi: Me siento enganchada con la app, pero al mismo tiempo no. Creo que cada tanto... Sé que en la semana por ahí me meto en la app por lo menos una vez y por ahí más veces, pero por muy poco tiempo. Tipo 20 minutos, 10 minutos. Y no hablo con nadie. Y creo que lo que mantiene activa es la esperanza de que va a aparecer alguien que me guste. Pero no suele pasar mucho.

Euge: ¿Sentís que las apps te dan algo que al conocer a una persona de forma orgánica no sucede?

Sofi: Creo que lo que sí te da... Dos cosas. Uno, eso de poder conocer gente que sabes que... Nada, que también está buscando conocer gente. Como que te da un pool muy grande de gente. Mucho potencial. Mientras que orgánicamente eso es muy difícil. Y lo segundo que creo que te da es como que sabes que esa persona está dispuesta a salir o que está buscando algo, sea casual o tener relaciones sexuales. Entonces como que ya está. Como que rompiste esa barrera. Por ahí en persona, como que es más difícil romper esa barrera por vergüenza. Pero eso es en las apps. Te pones Something Casual y es que ok, quiero cojer. Te conseguís a alguien que también quiere Something Casual. Quiero cojer también. Y ya está.

Euge: ¿Sentís que las aplicaciones de citas te permiten conectarte genuinamente con otros? ¿Por qué o por qué no?

Sofi: Si siento que las aplicaciones de citas te permiten conectar genuinamente con otros. Siento que es muy difícil porque, algo que mencioné antes. Pero es como que la gente se vuelve muy descartable. Y entonces es como, te da un poco de paz abrirte porque no sabes a donde va a llegar la situación. Entonces es como que, sentís como que es medio del pedo abrirte a veces. Como que es feo como abrirte y después como que no llega nada. O como que otra persona te rechaza y yo creo que debe pasar lo mismo por el otro lado. Entonces,

creo que la gente no conecta genuinamente porque tiene miedo a que lo descarten. O porque tiene intenciones de descartar.

Euge: Y en relación a eso ¿cómo te hace sentir la aplicación? ¿Recibis muchos likes? ¿Sentís que la cantidad de likes refleja tus atributos físicos?

Sofi: Creo que la aplicación me hace sentir bien y mal al mismo tiempo. Siento que recibo muchos likes, más acá en Santiago que allá en Bs.As. Pero también acá creo que, como que, estoy cerca de más gente, mientras que en Buenos Aires, como estaba lejos del centro, no había tanta gente. Siento que los likes reflejan, como que si tenés muchos likes es porque la gente te considera hegemónica. Si bien uno puede tener muchos likes, como que no importa tanto la cantidad de likes, sino la calidad de los likes. Por ahí como que sí likeas a alguien que te parece interesante y después como que no matcheas, ahí sí es una paja, pero bueno. Y igual de alguna forma siento como que me sube el autoestima, tener muchos matches y muchos likes. Si bien al mismo tiempo cuando tengo muchos matches me siento abrumada y no les hago algo, así que eso.

Euge: ¿Cómo te sentís después de usar mucho las apps?

Sofi: Me pasa que me deprime usar las aplicaciones porque siento que nada va a llevar a nada (hablando en términos de construcción de una relación) y pierdo un poco la fe al utilizarlas. No se si me afectaron emocionalmente o psicológicamente a largo plazo, pero si me hizo darme cuenta que la gente en general como que no conecta mucho con el otro o respeta al otro y eso me da mucha fiaca.

Euge: ¿Alguna vez te pasó que necesitabas un descanso de las aplicaciones de citas? Si es así, ¿por qué?

Sofi: Si, siento que necesito descanso de las aplicaciones de citas y no me siento entusiasmada nunca después de usar la aplicación.

Euge: ¿Te sentiste alguna vez abrumada o ansiosa por la cantidad de opciones o perfiles disponibles?

Sofi: Me siento siempre abrumada o ansiosa porque siento que tengo demasiadas opciones y me da mucha paja y también creo que aporta a este sentimiento de que la gente es descartable. Tener tantas opciones me abruma. Además, no todas las opciones son de buena calidad, entonces te da paja swipear y nada eso, si tengo muchos perfiles me siento abrumada y no quiero hablar con nadie.

Euge: ¿Crees que las aplicaciones de citas influenciaron tu visión del amor o del compromiso? ¿De qué forma?

Sofi: Si, creo que las aplicaciones de citas influenciaron mi visión del amor o el compromiso. No tanto por como yo lo veo sino porque me doy cuenta que la gente lo ve de forma muy distinta a como yo lo veo. Como que siento que la gente en general puede de forma muy fría salir con gente y como que no sé, después ghostear y que no les importe y a mi eso me cuesta. Pero, si soy por ahí de ghostear, si estamos hablando y me aburro o lo que sea como que me pasa mucho que dejó de contestar, tengo que cambiar eso, yo sé. Pero nunca hice de salir con alguien y después como que no contestarle. Pero si me ha pasado a mí, como que los otros por ahí no me escriben y nada, para mí es como raro, tipo pasar tiempo con alguien y como que otra persona te como que conozca y después como tipo tirar como esa interacción a la basura, para mí es medio raro. Así que eso como que me hizo darme cuenta de que tipo bajo los ojos de otras personas, soy descartable.

Euge: ¿Cómo ves el futuro de las citas en línea y el uso de estas aplicaciones en los próximos años? ¿Te ves usando estas aplicaciones en el futuro? ¿Por qué sí o por qué no?

Sofi: Yo creo que las dating apps siempre van a existir, ojalá mejoren y como que no se, como que te analicen mejor como persona y te digan mira esta persona es muy compatible con vos. Eso sería ideal porque siento que es muy difícil medir compatibilidades en base a

cómo funcionan las aplicaciones en este momento. Estaría buenísimo que todas las aplicaciones te digan el porcentaje de compatibilidad. No se pero yo creo que hoy podría mejorar mucho decir che estas 5 personas que viven todos a menos de 5 km de vos re podrian machear con vos asi que nada, como que algo asi estaria muy bueno y yo creo que voy a seguir usando los dating apps porque todavía tengo fe de que algo voy a encontrar. Pero al mismo tiempo, no tengo tanta fe. Eso creo que me mantiene enganchada en la app: el sentimiento de la esperanza. Y al mismo tiempo siento que yo estoy medio cerrada a conocer gente lo cual no ayuda. Espero que en algún momento esté menos cerrada a conocer gente porque creo que mucho es como trial and error y yo no estoy como muy dispuesta al trial and error si no que quiero como salir una vez y que funcione y ya está.

Euge: Gracias Sofi por todo!

Sofi: ¡A vos! Me encanto.



Entrevistado: Samuel (Hombre, heterosexual, 28 años)

Euge: Hola Samuel! ¿Cómo estás?

Samuel: Muy bien Euge, vos como estas?

Euge: Muy bien, gracias por responder nuestra encuesta y comparte a hacer la entrevista

Samuel: ¡Obvio! Me parece un tema interesante y de las veces que lo hemos hablado, creo yo que se desprenden temas interesantes

Euge: ¡Total! Encima me interesa tener tu visión del tema ya que vos te pusiste de novio con alguien de las apps no?

Samuel: Si, así es. No mi novia actual igual, mi ex.

Euge: Oka genial, hace cuanto no usas las apps.

Samuel: Desde que me puse de novio, tipo hace 3 años. Pero antes de ponerme de novio, la usaba.

Euge: Osea que cuando cortaste con tu ex, que conociste por las apps, te volviste a descargarla

Samuel: Sisi, fue una experiencia positiva, así que obvio la volví a bajar.

Euge: ¡Buenísimo! ¿Qué rescatas que es lo positivo?

Samuel: La posibilidad de poder conocer a nuevas personas completamente fuera de tu grupo de personas. Obvio que podés conocer gente de forma orgánica, pero las aplicaciones te lo facilitan mucho.

Euge: ¿Decis que eso fue lo que te motivó a descargarla en un principio?

Samuel: Sí y no. La razón principal por la cual la bajé fue por curiosidad, quería ver qué onda. Y después si, al usarla me di cuenta lo fácil que era conocer gente y establecer nuevos vínculos. Ponele, cuando la borre y despues la volvi a descargar, mi motivación no era curiosidad, sino que pasó a ser por esto, facilidad de conocer a personas.

Euge: ¿Te la descargaste y borraste varias veces?

Samuel: Si, varias veces

Euge: ¿Por?

Samuel: La borraba cuando me empezaba a aburrir de la aplicación, y volvía a descargarla porque estaba aburrido también jajaja.

Euge: ¿Te aburría la app?

Samuel: En un punto si, osea, cuando deje de encontrarle sentido a la app. Me aparecían los mismos perfiles, las charlas con las pibas eran aburridas. Osea cuando sentía que la app no me brindaba nada a cambio.

Euge: ¿Sentís que la aplicación se basa en un sentido de cambio y trueque?

Samuel: Y si, yo la uso para obtener algo, si no lo obtengo, chau te borro.

Euge: Que buscabas obtener? Osea, ¿qué era lo que principalmente te llevaba a quedarte en la app?

Samuel: Atención. Si sentía que no estaba obteniendo suficiente atención, chau.

Euge: ¿Decís que esa atención venía acompañada de validación?

Samuel: Ahora que lo decís, si. Lo que yo justamente buscaba es que las minas me den bola, si no lo hacía, sentía que no obtenía nada de la app. Pero también sentía que si no obtenía me estaban rechazando. Ahí empiezan las preguntas, ¿por qué no me dan bola? ¿No seré lindo? Hay mejores matches ahí afuera? No soy interesante? Y esas preguntas eran mucho para mi entonces directamente prefería borrarla y evitar esa crisis existencial.

Euge: Jajaja claro, ¿y cómo fue el proceso de conocer a tu ex por las apps? ¿Te sentís cómodo hablando de eso?

Samuel: Si, obvio, no tengo problema. Con ella bien, se dio natural, nos dimos match, empezamos a hablar por ahí en Tinder pero fue super corto, fue como un **medio** para pasar a Whatsapp directo. Hablamos hace como unas dos semanas primero por chat, y ahí la invité a salir y nos conocimos en persona. Fue natural la cosa, nada complicado. Estuvimos juntos por un año más o menos.

Euge: Y era alguien que al final tenía gente en común, o era una persona que decís, si no fuera por las apps, no la hubiera conocido.

Samuel: 100% no la hubiera conocido de otra manera. No íbamos a los mismos lugares, no teníamos personas en común, nada. Me parece muy loco eso, pero bueno, más normal hoy con todas las redes sociales.

Eugenia: Que loco que no tenían nada en común

Samuel: Si, pero fue algo positivo eh. Ya medio lo sabía de entrada por su perfil, lo que ponía ahí en intereses y después de charlar tanto por whatsapp. Éramos distintos pero íbamos, no se, jajaja

Eugenia: ¿Sentís que en base a su perfil, pudiste tener una esencia de quien era ella como persona

Samuel: Sí pero recortada, obvio. Me dio como un pantallazo hacia ella como persona.

Euge: Y con respecto a tu perfil, sentías que reflejaba quien eras como persona?

Samuel: Si, pero lo basico, osea lo mejor de mi mostraba. Nunca nadie pone toda la descripción de uno en un perfil tipo me gusta cocinar, los perros y entrenar, soy super testarudo, enojón y caprichoso. Esos últimos tres nadie lo dice, justamente quieres que la gente te swipee y guste de vos, entonces te vendes de la mejor forma posible.

Euge: Entiendo claro, te acordas como armaste tu perfil?

Samuel: Sí más o menos. Puse tres fotos mías que para mi habia salido fachero, una con animales que es clave para atraer a personas y otra foto con amigos para que la gente piense que era un tipo copado

Euge: ¿Decís que hay como una “regla” de cómo configurar un perfil? Es decir, tipo cosas básicas que se repiten en los perfiles?

Samuel: Sisi, no se si reglas, pero cosas que veo que se repiten en todos los perfiles. Beboteo a pleno la primera foto, si no es una selfie o una foto de ellos mismos, dudas de su aspecto físico, en la primera siempre tenés que captar la atención de la gente, como un producto. Y después poner algún deporte o hobby. Creo que esa serian las reglas pero no más, no existen de por sí, pero eso se repiten en los perfiles viste

Euge: Claro, entiendo, entonces sentís que las personas tienen cierta presión a presentarse de cierta forma?

Samuel: Si, es un juego de atracciones, y tu primera y única carta es el perfil. Tiene que estar bueno, así ganas.

Euge: ¿Qué ganas?

Samuel: Atención, swipes, minas (en mi caso)

Euge: ¿Y sentiste que pudiste presentarte auténticamente en las apps?

Samuel: Así como “auténtico”, no. Osea auténtico porque no mentí pero no me explaye.

Euge: Comprendo, si. Y más allá de que te pusiste de novio con alguien de las apps, ¿saliste con más gente?

Samuel: Sisi.

Euge: ¿Y cómo fue esa experiencia? ¿Te motivó a seguir usando las apps?

Samuel: No se si el encuentro me motivó a seguir usando las apps, lo que sí fue demostrarme que la app servía, cumplía mis objetivos y listo. Osea en un sentido sí porque me mostró que las apps funcionan.

Euge: Mmm, entiendo. Otra cosa que queremos investigar en nuestra tesis es buscar si hay diferencias en los géneros en el uso de las apps. ¿Sentís que los hombres enfrentan desafíos en estas apps que las mujeres quizás no?

Samuel: Para mi la pasan peor las pibas.

Euge: Porque?

Samuel: Hay cada baboso en las apps. No digo que no haya mujeres babosas pero el porcentaje es mucho mayor en hombres hacia mujeres. Como hombre no me da miedo conocer minas en las apps y juntarme a tomar una birra, como piba si quizas les da miedo o tienen sus dudas por todo lo que puede pasar, y es super entendible. Por eso. Después, los desafíos que enfrentan los hombres, no lo sé. Creo yo una menor tasa de respuesta o menos matches, las minas pueden tener miles de matches y los pibes y unas 20 ponele entonces eso, y es más difícil remarla porque sabes que 50 chabones le están escribiendo y quizás ni le da bola a tu perfil porque vio uno que le gusto mas.

Euge: Estabas pendiente a si te enviaban mensajes?

Samuel: Si re, osea me fijaba siempre las notificaciones

Euge: ¿Qué te motivó a prenderlas?

Samuel: Nada la verdad, tengo las notificaciones prendidas para todas las apps y justamente a ser una app de mensajes, me parece importante tenerla prendida, aunque a veces me daba vergüenza

Euge: ¿Vergüenza?

Samuel: Si tipo reunión en familia o con amigos, las apagaba o me aparecía la notificación y la borraba de inmediato, no quería que nadie sepa que yo usaba las apps.

Euge: Porque sentías vergüenza?

Samuel: Como que todo el mundo la usa, pero nadie quiere que sepan que ellos sí, ¿se entiende? Te re expones. Pero quizás es algo mío que tengo que trabajar.

Euge: No, de hecho otros entrevistados nos han dicho lo mismo, existe todavía cierto tabú con las apps, a mi me pasaba igual. Por ejemplo, hay gente que no quiere decir tampoco que usan los servicios premium. ¿Vos los usaste alguna vez?

Samuel: No, nunca. Me interesé en un momento para conocer pibas del exterior, pero no veía ningún beneficio y no me llamaba tanto la atención como pagar. Está bueno, pero no, no pagaría eso.

Euge: Dado a lo que estuvimos hablando anteriormente, que opinas de la interfaz de la app, usas mucho la app como producto.

Samuel: Y es que sí, sos un producto en una app donde para ganar, tenes que tener las mejores cualidades y packaging viste.

Euge: ¿Lo ves como un juego?

Samuel: Sí. Pero porque lo usaba cuando estaba aburrido, necesitaba compañía, estaba al pedo sentado en el baño y que se yo, me ponía a swipear. Creo que en cierto punto se pierde la esencia de la app de conocer gente y pasa a ser un quiero mas matches, quiero mas

matches, dale dale y dale y se convierte en un juego porque se desplaza de su sentido original.

Euge: Que interesante lo que decis. ¿Que era entonces lo que te mantenía enganchado a la app?

Samuel: Al principio, conocer gente, después, matchear con la mayor cantidad de pibas posible. Y si no tenía eso, borraba la app. Así de fácil.

Euge: ¿Para vos qué decis entonces que es tan importante es la cantidad de "matches" que uno recibe?

Samuel: Porque es una validación a que sos atractivo, que en el mercado de citas, te buscan y te quieren. Hay gente que te observa y le gustas por meramente lo físico. Te sentís deseado, que vales algo. Suena triste pero lo veo así.

Euge: Y cómo te sentías después de usar mucho tiempo las apps? Tipo si pasabas 30 min swipeando en las apps. ¿Rejuvenecido, cansado, esperanzado, ansioso, frustrado?

Samuel: Frustrado si no recibía ninguno y como un rey cuando si. Pero igual, el que prevalencia siempre era la ansiedad. Tipo que si había un perfil mejor y ya cierro la app y después no me aparece, o que si esta mina no me contesta, o que si esa chica que no swipee en realidad era el amor de mi vida? Me daba ansiedad. Pero la seguía usando no se porque, me enganche en el juego y quiero recibir más likes.

Euge: Entonces, ¿sentís que tu motivación por la cual bajaste la app por primera vez y después la última, cambio?

Samuel: No se si cambio, porque la finalidad era conocer gente. Pero siento que con otra mirada, sabiendo en que me metía y que quería ver que onda el mercado y sentirme lindo.

Euge: Entiendo. Y con esta ansiedad, ¿te sentiste alguna vez abrumado por la cantidad de opciones que hay en las apps?

Samuel: Un poco, sentía que siempre podía haber algo mejor. Después madure y nada, ni uso las apps y estoy de novio re contento y no me pregunto si hay algo mejor, se que ella es lo mejor, como que ni lo pongo en cuestión. Pero con las apps si me pasaba de decir esto tipo, che que si esa piba que deje ir era re copada y swipee a otra que nada que ver y es re mala onda, me estoy perdiendo de algo? Y con tantos perfiles, te perdés en las opciones, y creo que por eso se desplazó el sentido de la app hacia mas un juego

Euge: ¿Y como ves el futuro de las apps?

Samuel: Igual. Creo que se va a seguir masificando, y cada vez más gente va a verlo como un juego. Como para ingresar, a las apps le viene joya, pero creo que en un futuro la gente se va a ir despertando de esto que nos sentimos tan expuestos y juzgados en la app, y que es todo puro juego, y van a tener que reinventarse para poder seguir funcionando. En algún momento la gente se va a aburrir de este juego y va a querer más.

Euge: Excelente, tenes algo mas que decir?

Samuel: No, nada

Euge: Bueno mil gracias por la entrevista entonces, ¡me encanto!

Samuel: Me alegro y ojalá sea de ayuda.

Entrevistado: Gonzalo (Hombre, homosexual, 21 años)

Euge: Sentite cómodo de responder lo que quieras. Si hay algo que no querés responder , sentite libre en decirlo y no contestar.

Gonza: Okay perfecto.

Euge: Entonces para arrancar bueno Gracias por responder la encuesta y por coparte a la entrevista. La encuesta al ser anónima hay preguntas que quizás se repitan pero queremos mantener el anonimato. Pero bueno entonces, la primera pregunta es qué buscas

principalmente en las aplicaciones de citas si es amistad romance relaciones esporádicas O sea qué es lo que estás buscando y que estas encontrando.

Gonza: Romance pero es como que lo vas viendo. Es totalmente imposible como en el momento decir sí.

Euge: Si obvio, todo siempre es conocer gente, justamente es ir probando

Gonza: Es un vasto mundo el mundo de las apps de citas. Justo hoy me agarraste con un día.... pero bueno no importa

Euge: ¿Cómo ves el panorama de las apps?

Gonza: Lo veo medio polémico... Generalmente bien en el sentido de que bueno, yo estoy en OkCupid nada más Y entonces es como que es un ambiente, entre comillas, más parecido a uno mismo en todos los aspectos. Como que en general es gente que está buscando cosas más serias o está estudiando una carrera universitaria, tiene ocupaciones parecidas o si está laburando. Es como que dentro de todo, no siempre, me da la impresión de que la gente con la que voy a charlar va a estar bien. Pero últimamente como que no sé si por obra de la gente o el algoritmo o qué exactamente, pero todo está todo muy raro. No sé si es la aplicación o la gente o ambas pero no te muestran los chats, no te aparece si la otra persona esta en linea, no hay respuestas...

Euge: Claro no está ayudando en términos de comunicación.

Gonza: Claro

Euge: ¿Cuándo fue la primera vez que te las descargaste?

g: Tres meses maso menos

E: Ah buenísimo y sentís que estos tres meses tu motivación para usarla fue cambiando o se mantuvo?

G: Salí un par de veces con un pibe de ahí Y como que me recontextualizó algunas cosas como de decir okay al principio yo entré como muy emocionado de la ilusión. Muchas

amigas se pusieron en una relación con gente que conoció en las apps entonces yo dije, buenísimo soy el próximo, entonces me la descargue. Como dije ya está, es un trámite nomas y estoy en una relación. Y después conoces gente y decís mhm, no tan trámite. Entonces como que baje las expectativas de que yo sigo sabiendo lo que busco pero sé que no es algo que se va a dar fácil o así nomas

Euge: Claro, no va a ser lineal.

G: Más relajado

Euge: Disfrutar también el entre tanto y seguir conociendo gente y entender que no es algo lineal.

G: Total

E: ¿Qué te llevó a descargarla por primera vez?

G: La descargue por primera vez cuando estaba con una amiga que también conoció a su novio por ahí o sea yo tengo realmente como una un entorno social que todo el mundo conoció a sus novios por las apps. Y yo venía de una experiencia de a principio de año de salir con alguien que había sido una experiencia malísima. Y nunca había tenido una app de citas y venía en general de esta cosa cómo decir che, quiero conocer gente y quiero salir. Pero hay una restricción de que si no tenés una cita y no sos muy activo en Instagram, que es una pseudo app de citas Instagram, es muy difícil conocer gente en la vida real. En la app de citas es mucho más fácil, ves su perfil y decís si no, ahí vas descartando. Y nada ella me comentó como era y dije es pura resistencia y miedo al éxito no descargarla y bueno, me la descargue.

E: Si, obvio, es jugartela y ver qué onda.

G: Total

E: Re, banco. Y la eliminaste en algún momento?

G: No nunca, siempre la tuve. La deje de usar en todo caso. Me dio paja y la deje de usar y después volvía.

E: Sí yo también, la usaba y después no y así iba.

G: Nunca me la desinstale porque dije el camino es largo y bueno, en algún momento volveré, la esperanza sigue intacta.

E: ¿Usaste solo OkCupid?

G: Vengo pensando en descargarme otras pero por ahora solo esa.

E: Justo OkCupid es la que más puedes completar tu perfil, sentís que como completaste tu perfil refleja como sos vos o como lo completaste y como fue el proceso. ¿Sentís que si alguien matchea con vos, puede entender como sos vos?

G: Puedes entender como soy yo. Es como que puedes entender un pantallazo general de quien soy yo. Pero, es muy superficial porque por el hecho obvio de que nunca vas a conocer a alguien sin haber hablado con la otra persona y sin interesarte por conocerla como que ahí hay una cuestión de voluntad que es esencial en conocer a la otra persona que está todo bien pero hasta que hasta que no pusiste voluntad en preguntar cosas y en estar con la otra persona en persona y hacer cosas no la conoces.

Me acuerdo que yo fui super sincero en armar mi perfil. Hay algunas cosas que las lees y tienes una dicotomía en la que para mí podría ir a ambas me entendés. Por ejemplo: Sos despreocupado o interesado o intenso y vos decis, cambios que se yo. Qué es esa pregunta.

Pero más allá de cosas así muy dudosas o se prestaban a dudas, respondí super sincero.

Euge: ¿Y sentís que las personas se sienten presionadas a presentarse de cierta forma en las apps?

G: Creo que capaz no tanto en lo que pones en tu perfil y no sé ya partiendo de la base de que siento que OkCupid es un submundo particular de gente, siento que por lo general son super sinceros. Hay un tema con las conversaciones, no sé como que hay un poco de dificultad para que la gente llegue a algo y active y no sé si es que simplemente son desinteresados o que viste si es la aplicación. Entrás medio en duda. Pero en general, me parece gente sincera. Y

que la culpa no es la expectativa desmedida o como que se hacen los lindos o difíciles, sino que hay algo de la app o de la voluntad de la gente a ponerle onda.

E: Y me dijiste que conociste a alguien de forma presencial a través de la app. ¿Cómo fue tu experiencia? ¿Te motivó a seguir usandola o como fue?

G: Me motivó (salir con alguien de la app me saco el miedo). La experiencia claramente se terminó entonces de todo bien no estaba pero fue más que nada darme cuenta de que era un pibe 10/10 y tenía un miedo instalado de cómo vas a salir con alguien que no conociste antes en persona, mira si es un loco o cosas así. Pero al final con alguien que charlaste, que te aseguraste de ir a un lugar público, que podía pasar, pero era un miedo racional

Euge: Encima viste que esta eso de si lo conociste en Instagram, esta todo bien, pero si por las apps de citas, no

G: Es lo mismo, es realmente lo mismo. Es lo que te decía antes que Instagram es una pseudo apps de citas, descargando las apps de citas me di cuenta de eso. Likear una historia y reaccionarla es algo. Instagram tiene más rituales de cortejo a las relaciones.

Euge: Es creado por los propios usuarios

G: Claro, nunca fue el propósito de insta

E: Algo que queríamos explorar es las gratificaciones que uno tiene cuando usa la app y cuales son las motivaciones para usarlas, entonces estamos viendo las experiencias de géneros y ver si hay una diferencia entre los hombres y las mujeres. Entonces, sentís que enfrentan desafíos particulares en las apps que quizás las mujeres no?

G: Si. Yo me manejo en un ámbito particular igual porque soy hombre pero también busco hombres, entonces es como que es un mundo particular que creo que no te podría decir que te hablo como hombre en general, porque seguramente una persona bisexual te cuente cosas muy distintas. Pero, generalmente, es como que siempre es mucho más difícil llegar a un match. Viste, vos sos el que el que la rema. Como que de algún modo, y en esto es lo que yo

no entiendo en mi cabeza, pero capaz que del otro lado hay gente más exquisita, pero que uno tira like like like, y es UNO cada QUINCE. Y yo hablo con amigas que me dicen que llueve gente. Que no si está también tan bueno porque te inundan de mensajes y es como que cada persona que la hay que darle match también, pero hay más dificultad de entablar conversación y llegar a algún lado. Capaz yo (como hombre) hablo con menos gente pero más a menudo hablo con gente que me parecen interesantes y que coincido en algo. Pero, como que en general siento que a las mujeres le dan más atención inmediata pero que la cantidad no iguala a calidad.

Euge: Claro entiendo

G: Como que probablemente es medio frustrante siendo hombre eso, no conseguir tantos matches. Pero como que no sé si es necesariamente peor.

E: Claro entiendo lo que decis en cuanto a las diferencias. Ayer tuve una entrevista que me dijo lo mismo, y estamos viendo ese patrón. Y esto va a otra parte de la entrevista pero, ¿tienes las notificaciones prendidas?

G: Ah si, las tengo prendidas

E: Y qué te motivó a encenderlas?

G: Creo que las prendí adrede, como que fue tipo no me voy a enterar de que me hablan entonces las prendo. Quiero parecer interesado.

E: Es una fiaca cuando no te responden

G: Si hay gente que no abre la app, y contesta recién en dos semanas y es como no gracias, no quiero. También tiene eso, es un ciclo de tener una buena racha, es como un jueguito y te enganchas, tenes mala racha y lo dejás y así consecutivamente. Y repetir el ciclo.

E: Justamente esas son las gratificaciones que te da la app, el sentir el reward de recibir un mensaje, un match.

G: De hecho, esto es intuición, pero siento que cuando no la usas mucho tiempo y vuelves a usarla, tienes gente mejor y digo esto es tan perverso.

E: Es verdad eso. Y como decis que influyen las notificaciones en tu vida cotidiana? ¿Sentís que te fijás más?

G: Si estoy hablando con alguien que me interesa. La facultad te bloquea las apps, el wifi de la facu no te deja entrar y veo las notificaciones en la facu pero te contesto cuando llegue a casa. Pero en la vida general, si me llega la notificación, estoy mucho más pendiente. No es algo que uuu me quedo mirando el celu pero me interesa estar prendido. Pero si, las notificaciones me llevan a estar más enganchado con la app.

E: OkCupid tiene la opción premium no?

G: Si! Te pone las publicidades siempre. Tiene una que te dice como boost de atención, si querés que todo el mundo te de bola, pagame el servicio. Y yo pienso que hay gente que paga eso, pero yo todavía no estoy tan desesperado. También te oculta los perfiles que te likearon o los últimos 20 que vos likeaste. Después tenes solo un superlike por mes y si pagas, tenes mas. Igual yo nunca daría un superlike, siento que es muy desesperado, me muestro demasiado, super vulnerable. En algún momento quizás sí pero es difícil. Yo no creo que en la app existe la posibilidad de conocer así a LA PERSONA por un perfil, sino hay perfiles medianamente buenos o malos.

E: Además solo ver foto, no podes decir esto. Y en general qué te parecen los servicios de estas apps?

G: Jamás pagaría, jamás pagaría no por cuestión de plata sino por mi filosofía. Filosofía que si no es gratis, me están pidiendo pagar por buscar gente, y eso está cerca de un ámbito que me parece moralmente reprochable.

E: Además no presenta algo extraordinario. La base de la idea de la app, ya podés hacerlo gratis.

G: Total, además en el momento que veo que se pone escasa la oferta, bajo otra app y listo.

E: Decís que la app se convirtió en un juego, el match es parte de una recompensa?

G: Puede ser, osea tiene un formato de juego, lo de la recompensa es total. Esto me da hasta vergüenza ajena decirlo, pero es como que a cuanta más gente matcheo, mas subo de nivel. Cuando ya te sentís desesperado de no subir de nivel metes like a cualquier persona para al menos tener uno aunque no te guste likeas. Es una fiaca mental porque terminas construyendo a partir de lo que dicen en la app de vos de una imagen tuya. Yo intento bajarle un poco a eso porque sino construir algo en base a una mirada ajena. Es tu cara, no tiene nada que ver con tu personalidad. Además de eso, hay tantas variables como qué tan buena era la luz de la foto, o la pose, o el atuendo. o sos hegemónico o no.

Euge: Viste que hay estudios que muestran, si pones fotos con amigos, te baja el porcentaje de likes, es como toda una estrategia.

G: A mi lo de la foto de amigos me pasa, pero nunca la borre. Es una foto linda mía y quiero que vean que tengo amigos. Prefiero que me de match gente que no le parece eso una red flag.

E: Si. ¡Coincido plenamente! Y decís que como está diseñada las apps es una app intuitiva? En la que te interesa seguir usando lo fácil que es?

G: Es super fácil, son todas fáciles. Es likear o no, es intuitiva. A los 5 minutos la entendiste. Hay cosas que aprendes sobre la marcha tipo detalles pero es re fácil la idea general.

E: Si, lo principal es super facil

G: Crear el perfil es medio largo, pero tiene eso. Al principio yo me preocupé porque le daba bola al perfil de los demás, pero después me di cuenta que más de la mitad que lo que escribí en mi perfil, podría reescribirlo. Entonces empecé a dar menos bola a los otros perfiles. Eso te ayuda a los likes también, likear solo por apariencia, porque si likeas por match de la descripción, es mucho menos.

E: Cuando armaste tu perfil, lo fuiste cambiando

G: Lo mantuve casi igual, solo borré una foto. Le hice a mucha conciencia el perfil, entonces estaba contento.

E: Y sentís que la app te ofrece algo que quizás sentís que no podés obtener en la vida real?

G: Te ofrece la inmediatez de gente que quizás no te cruzarías en la vida real y ampliar el abanico de la gente que conoces pero la interacción es mucho más pobre que en la vida real. También tiene eso, es lo mismo que cualquier servicio de mensajes, ya sea de insta o whatsapp, que charlar por ahí es una cosa y después charlar en la vida real. El okcupid es un gmail pero con otra decoración.

E: ¿Qué opinas sobre que las apps no permiten conocer a alguien de forma genuina?

G: Si osea, depende lo que sea genuino. Del lado de la sinceridad si, de conocer a la otra persona, donde vive, que le gusta, que mira, que le gusta hacer y todo eso superficial si y podes conocer a gente, pero después de intentar intimar, no. Ahí tenés que pactar una cita o de verse y conocer a la otra persona.

E: Y como decis que te hace sentir la aplicación? Cómo te hace sentir la app, sentís que la cantidad de like refleja tu autoestima o tu autopercepción.

G: Justo tuve una conversación con varias amigas sobre este tema y sobre enamorarse y todo eso. Eventualmente derivó a las apps de citas. Mi mejor amigo se resiste a las apps de citas, y no lo culpo porque estuvo mucho en pareja y tuvo un período que cerró de estar devastado y ahora está otra vez saliendo, pero quiere todo presencialidad. Tiene la experiencia de su novia que la conoció en persona entonces así va a ser la próxima. Y nos pusimos a hablar de las apps y eso de que en persona puedo mostrar cosas tuyas que en las apps no, tipo seguridad en uno mismo o como charlas o como te presentas y en la app de citas eso se pierde. Vos podes tener el mejor perfil del mundo, pero la acción principal, que es likear, se acota meramente a

si le parece atractivo/a o no. Las fotos quizás no te da la oportunidad de conocer a alguien que en persona quizás re iría.

Euge: Sí, totalmente.

Gonza: Incluso más, a veces puedes no tener una atracción principal por una persona pero con el tiempo, conociéndolos, si. Y como aparece, se desarrolla. Eso en las apps de citas es imposible.

E: ¿Notaste algún cambio en tu autoimagen o autoestima desde que empezaste a usar las apps? ¿Cómo estás más consciente de cómo te perciben las otras personas?

G: Si, Esta charla que te digo con mis amigos que fue bisagra. Había bajado las expectativas y dije bueno, quizás no conozco al amor de mi vida, pero es un lugar donde conozco gente y mi autoimagen no se ve afectada por eso. Y esta charla de hace un mes, me dejó la sensación de que esta todo bien pero un presenta su imagen y vos podes tener tu convicción de que tan lindo que sos o que no dependes de tu autoestima pero después en este mercado de gente, tu atractivo tiene un valor y tienes algo que le gustes menos o más a la gente. Si bien hay una parte mía que no quiere reconocerlo, hay gente que tiene más chances de matchear con gente, y otras que menos y esto afecta mi autoestima.

E: Si re entiendo

G: A mi me pasa que me da esta sensación de que estoy en la amplia mayoría que no somos ni divinos ni feos entonces siempre es fácil tirarse abajo o agrandarse con los ciclos. Si conseguí muchos matches, me siento en la cima, y sino, me siento abajo.

E: Y cómo te sentís después de una sesión de uso intensivo de las apps. ¿Te sentís rejuvenecido, cansado, ansioso, feliz?

G: Depende, a nivel emocional depende cómo fue ese día. Podes tener un día que matcheaste con alguien que te parece copado y terminas el día feliz o satisfecho. Y despues otro dia que

terminas ansioso y frustrado de che, no se puede en estas aplicaciones y no hay nadie a quien culpar y es peor.

E: Alguna vez te sentiste abrumado o ansioso de la cantidad de perfiles que te aparecían?

G: No. En todo caso me parece divertido ver toda la diversidad de gente que hay. Si bien OkCupid es un mundo muy recortado de universitarios, clase media/alta, si me parece que pude matchear con gente que estudia cosas que no sabía, o artistas, músicos, médicos o actividades que ni sabía.

E: Osea mucha diversidad

G: Si, conocer gente distinta. Conoces cosas bizarras a veces, pero nada

E: Y crees que las apps de citas influenciaron en tu forma de ver el amor o el compromiso?

G: no pero porque para mí por ahí no va la cuestión. Las apps de citas viven en el mundo de conocer a la gente, una vez que los conoces, la app de citas fue un medio. Es un medio para un fin, y el fin ni siquiera es enamorarse, es empezar a entablar una relación con alguien. Establecido ese fin, la app de citas ya fue. Es como que no me parece que sea o afecte la visión del amor. En todo caso, las apps de citas, es un nuevo medio de conocer gente y solo me hizo ratificar lo que yo pensaba antes de las apps que el amor y conocer a alguien es muy difícil. Enamorarse y entablar una relación, es muy difícil.

Euge: Claro pero eso es por fuera de las aplicaciones, osea no es POR la aplicación.

G: Claro, exacto, total.

Entrevistado: Lautaro (Hombre, heterosexual, 23 años)

Euge: ¿Usaste alguna vez aplicaciones de citas?

Lauti: Si

Euge: Y con qué propósitos te la bajaste? Amistad, amor, relaciones esporádicas; que estabas buscando?

Lauti: Estaba al pedo y con tiempo.

Euge: Y no te llamó la atención buscar algo en particular, como una amistad o un romance? ¿O no fuiste con nada en mente?

Lauti: No. Osea me sorprendí con el usar la aplicación

Euge: ¿Cómo te sorprendiste?

Lauti: Me puse de novio y no me lo esperaba. Tampoco creía que era posible porque tenía una concepción anti-aplicaciones (opositoras a las aplicaciones de citas) y también de las redes sociales para generar un vínculo especial con alguien. Al fin y al cabo, lo que uno conoce de la otra persona en redes y/o aplicaciones son las cosas que uno quiere mostrar al público general, ni siquiera a una persona X o en particular. Nunca terminé de decidir cuál era mi postura hasta el momento que conocí a mi novia.

Euge: ¿Cuánto tiempo usaste la aplicación?

Lauti: 2 meses.

Euge: Y porque decidiste bajarte la aplicación, porque estabas aburrido?

Lauti: Si.

Euge: ¿Y porque decias que tenias una postura anti-redes, anti-aplicaciones de citas como medio para conocer a alguien?

Lauti: Porque, es un mecanismo de distracción muy importante. No juzgo a quienes lo usan, de hecho yo también estaba al pedo y me la baje y no tenía un fin.No me la baje con un motivo. Entonces nunca pude decidir o determinar qué era lo positivo que me iba a dar la aplicación a mi y que iba a conocer gente. Siempre pensé que el “mood” de las personas al tener este tipo de interacciones en las redes, jamás pensé que iba a encontrar algo más profundo que lo estándar. Y también existe un prejuicio de las aplicaciones.

Euge: ¿Sentís que existe un prejuicio alrededor de las aplicaciones?

Lauti: No se tanto hoy en día, depende la generación. A partir de la generación de los 90', en adelante, la concepción es completamente diferente. Hoy en día existe gente muy muy joven usando las aplicaciones y gente que está en el secundario. Por ende creo yo que no existe un tipo de prejuicio negativo sobre las apps, pero la gente más grande si bien la usa (y no es excluyente de la edad), yo creo que se resisten más. Que también está bien, son distintas concepciones. Antes, en la generación de nuestros padres o abuelos, se conocieron en un bar, veían a alguien en la calle, o alguien les llamaba la atención e iban a hablarles, era su único medio.

Euge: Es que tampoco tenían otro medio.

Lauti: Eso exacto, era su único medio. Había otras cuestiones de personalidad que ayudaban, porque el coraje por ejemplo fue algo de ir y hablarle a alguien, era destacable. Hoy en día es el like de Instagram o el swipe de las aplicaciones de citas. Estas mostrando otra cara, porque vos elegiste que foto subir y esa foto es una que elegiste de 100 que te sacaste y mostrar tu mejor versión. No sabes ni a quien va, o quien ve tu perfil, pero quieres mostrar tu mejor cara. Antes siento que todo el cortejo era completamente distinto en base a otros valores y otros tipos de corajes.

Euge: Hoy en día el cortejo es muy simple.

Lauti: Si hoy en día es una reacción a una historia, o un mensaje. Es el mismo mecanismo, pero siento que es aún más simplificado.

Euge: ¿Y borraste algún momento la aplicación? ¿Qué te motivó a hacerlo?

Lauti: Y, me puse de novio. Fue la primera persona que conocí de la aplicación y me puse de novio. A los 5 minutos de terminar la primera cita me borré la aplicación.

Euge: Y ahora yendo a la construcción del perfil en su momento, ¿usaste bumble no?

Lauti: Si, solo esa

Euge: ¿Tenes alguna experiencia en la cual sentiste que tu perfil no reflejaba tu verdadero vos? ¿Cómo completaste tu perfil? ¿Sentís que reflejaba quien eras vos? ¿Sentís que alguien que matcheo con vos podía comprender una esencia de quien eras?

Lauti: No, ni en pedo. Subí 4 fotos del año del pedo, conecté Spotify y eso no me define.

Euge: Claro, era meramente superficial.

Lauti: Era el *packaging* de un producto de supermercado. Vos te bajas un medio, un medio que es el supermercado (en este caso es la aplicación), vos te presentas a través de un *packaging* que es la presentación del producto (que es tu foto, las canciones que quieres poner, tu instagram, interés) como para tener una mínima coincidencia con las personas. En ese sentido, no creo que sea tan profundo el uso de las apps. La gente se muestra por fuera para ver el proceso de conocer una persona que sea más dinámica. No se refleja la personalidad, sino que la persona se está mostrando por fuera para que el proceso de conocer a alguien sea más dinámico. Yo creo que también te ahorra tiempo, no perdes tiempo en citas a ciegas, o citas en general

Euge: ¿Y sentís que la gente se siente presionada a mostrarse de cierta forma en las aplicaciones?

Lauti: Si, recontra, porque son tendencias. Las tendencias delimitan no solo meramente superficiales (vestimenta, neologismos, la forma de expresarnos) sino que también las formas en la que uno decide mostrarse al mundo y en la que uno decide mostrar su personalidad. Para mi, eso es muy pobre. Es como que, terminas siendo esclavo de lo desconocido, y lo que es dueño de tu personalidad (en cierto punto), es la tendencia, la tendencia mayoritaria.

Euge: ¿Cómo fue tu experiencia al conocerle presencialmente con alguien de la aplicación? Te motivó a seguir usando la app.

Lauti: Claramente no me motivó a seguir usando la app porque me puse de novio con la primera persona que conocí en la app. Siempre cuento que desde el primer día me cautivo, y

borre todo. Así que no soy una persona como para contestar esta pregunta. La borré desde la primera cita que fue a los dos días de empezar a hablar.

Euge: ¿Y tuviste otro encuentro con alguien de la aplicación de citas?

Lauti: No, solo ella.

Euge: Muy bien. También algo que nosotros queremos investigar en esta tesis es en cuanto a las experiencias de género, entonces si hay una diferencia entre el uso de las mujeres y los hombres y el uso de las aplicaciones. Por ende, sentís que enfrentan desafíos particulares que las mujeres quizás no enfrentan.

Lauti: Sí y no, pero menos. Osea, no sé si tiene rasgos distintivos. No creo que a las mujeres les pase algo y a los hombres no, en ese sentido es igualitario. Lo que si, el tema de la seguridad para las mujeres es un tema más prevalente e importante, que quizás el hombre no se fija tanto.

Euge: ¿Sentís que la experiencia dentro de la aplicación es la misma para ambos?

Lauti: Depende de la app. No que sea mejor o peor, pero hay distinciones. Osea creo que ambos géneros tienen el mismo desafío que es mostrar los mejores rasgos de uno mismo, porque al fin y al cabo es si cumple con los criterios estéticos de las personas.

Euge: ¿Y sentís que el hombre tiene una presión más para mostrarse estéticamente deseable para obtener más matches?

Lauti: No creo que tenga muchas menos presiones que las mujeres. Por ejemplo, el hombre no tiene algunos complejos que injustamente se adjudican a las mujeres. Por ejemplo, la foto de los hombres a cara lavada y quizás si la mujer sube algo así se siente más acomplejada por los estándares culturales. Quizás se sienten acomplejadas por tener ojeras en una foto, cuando es algo completamente normal.

Euge: ¿Y vos tenías las notificaciones prendidas de la app?

Lauti: Si.

Euge: ¿Y porque lo hiciste?

Lauti: No lo pensé mucho, tengo prendida para todas las apps, y no fue la excepción. Pasa que en un momento me llegaban tantas notificaciones que tuve que apagarlas.

Euge: ¿Y cómo afectan las notificaciones en tu vida diaria? ¿Sentías que le prestas más atención al celular?

Lauti: En su momento me daba completamente lo mismo, no me afectaba si recibía mensajes o si no.

Euge: ¿Y te emocionas cuando te llega una notificación?

Lauti: No, para nada.

Euge: Y en cuanto a los servicios premium de las apps, ¿que te parecen? ¿Pagarías?

Lauti: Ni en pedo.

Euge: ¿Por qué?

Lauti: Porque ni en pedo le voy a dar plata a una aplicación para ver quien le gusta mi foto de perfil o no. No veo ningún valor añadido en la aplicación de por sí ya, así que menos que menos voy a pagarles. Osea yo estoy agradecido por la situación que me paso a mi de conocer a mi pareja, pero soy conciente que no es algo super común, será un 5% de sus usuarios ponerle. Porque la aplicación no es que ME puso de novio, me permitió conocerla.

Euge: ¿Que te gusto entonces de la *app* cuando la tenias?

Lauti: Su eficiencia y el ahorro de tiempo para conocer a alguien.

Euge: ¿Y qué es lo que menos te gusta?

Lauti: Sentirme un producto de supermercado. Pero ponele como yo me lo baje por estar al pedo medio que no me importo.

Euge: Y se podría decir, a lo que mencionaste que te sentías un producto de supermercado, podría decirse que el formato de la aplicación funciona como una especie de juego en el cual el match funciona como una recompensa.

Lauti: Si super, te mantiene activo el match. La aplicación es completamente un juego, te proporciona incentivos psicológicos que te hacen sentir que sos mejor, o más linda/lindo, más deseado/deseada y la realidad es que no. No es un reflejo de la realidad. Eso te lo demuestra el día a día, no una aplicación.

Euge: Justamente ese match, actúa como una gratificación instantánea que te va a motivar a usarla más. Entonces, como decis que el diseño y la forma de la interfaz, te motiva?

Lauti: Puramente vinculado con la practicidad. No creo que sea cuestión de una estética. Es muy práctico y fácil de usar.

Euge: ¿Te parece una app intuitiva? ¿Qué te motivaba a seguir usandola?

Lauti: Si, re.

Euge: Y cuando la estabas usando, encontrabas algún desafío con la aplicación? Por ejemplo, en cuanto a matches, conversaciones, fluidez.

Lauti: Las convos eran muy secas, muy superficiales y vacías. Un desafío para mi es otra cosa.

Euge: Entonces, ¿qué te motivó a estar activo en la aplicación 2 meses?

Lauti: No lo sé, jajaja. Yo soy una persona histérica, y me paso que quizás a la media hora la app me canso, y deje de usarla una semana ponele.

Euge: Y porque te cansabas?

Lauti: Y, cagando contesto los mensajes de Whatsapp de mis amigos. No estoy ni siquiera activo en los grupos de whatsapp salvo lo que sea de trabajo de la facultad o trabajo profesional. Entonces, no estoy activo. Yo también igual soy víctima de ser esclavo de mi celular, pero también me distrae mucho, entonces trato de usarlo lo menos posible. Puede ser que mantuve la aplicación tanto por descuido o por mismo desinterés de decir le doy tan poca importancia que está ahí y no me daba cuenta ni me importaba.

Euge: Entonces, ¿no te considerabas un usuario activo?

Lauti: No, nada.

Euge: ¿Y sentías que la app te ofrece algo que las interacciones en la vida real no te ofrecían?

Lauti: A mi no. Considero que la practicidad es el gran punto a favor, la velocidad y descartas cosas muy fácilmente que antes necesitabas dos o tres citas para ver si iba o no. entonces te ahorras tiempo, plata y malestares.

Euge: ¿Porque decis que la aplicación te permite descartar a alguien rápido?

Lauti: Y si yo veía a quien votaba, o qué intereses tenía que no eran iguales a los míos, no iba a invitarla a salir ponele. Me había pasado una vez que vi un perfil que decía “abstenerse si escuchas rock” y yo amo el rock, así que ahí ahorre tiempo de siquiera hablarle. Filtras por estupideces.

Euge: ¿Y esto lo vinculas a lo que mencionas previamente de sentirte un producto de supermercado? De decir esta si o esta no.

Lauti: Eso es lo único positivo que veo, pero también está bueno mantener la intriga.

Euge: Entonces, ¿qué dirías que es lo malo de ser un producto de supermercado y que es lo bueno?

Lauti: La parte buena es que se te permite filtrar más rápido. La parte mala es que yo me siento juzgado, me presto a ser juzgado. El juzgamiento es invariable, pero necesitar que alguien te juzgue, es algo que no me gusta.

Euge: ¿Sentís que la aplicación de citas te permite conectarte genuinamente con otra gente?

Lauti: No, para nada. Prefiero el cara a cara.

Euge: ¿Y tardabas mucho en poner fecha para un encuentro?

Lauti: Solo hice un encuentro y ahora es mi novia.

Euge: ¿Notaste diferencias entre cómo te presentas en la aplicación y cómo actúas en persona?

Lauti: Si, en las aplicaciones soy más seco. En persona también puedo llegar a ser seco, pero ni cerca a como soy en las apps.

Euge: ¿Sentís que te podes abrir un poco más?

Lauti: Si total, los encuentros presenciales son mucho más favorables.

Euge: Y otra diferencia encontraste?

Lauti: no creo que es más que nada a como afecta esas gratificaciones que me mencionaste a cómo afectan en la psiquis de las personas. Porque ocurre lo mismo con apps tipo instagram, facebook, snapchat etc. Hoy en día pensas que por tener un like te sentis mas especial. Eso es un poco complicado porque después hay cuestiones de la vida que le pasan a cualquier persona y el mundo se te derrumba después. Si se te derrumba por un like o no, ¿qué pasa?

La vida no son las redes sociales.

Euge: ¿Y cómo te hacía sentir la app?

Lauti: No me hacía sentir absolutamente nada.

Euge: ¿Y recibías muchos likes?

Lauti: No se nunca me fije, incontable. No es algo que, en mi caso, no me fijaba. Además por cuestiones que estoy todo el día laburando estudiando y entrenando ni me fijaba en esas cuestiones.

Euge: Y por ejemplo, ¿sentís que la cantidad de likes que recibias era un reflejo de tus atributos físicos?

Lauti: Nunca me lo pregunte. Yo no creo, puede ser pero no lo sé.

Euge: ¿Y notaste algún cambio en tu autoestima o autoimagen desde que usas las apps?

Lauti: No. Para nada, cero.

Euge: Y para vos, ¿qué tan importante es la cantidad de likes que recibias?

Lauti: No me importaba, cero relevante.

Euge: ¿Y tuviste alguna experiencia negativa en estas plataformas?

Lauti: Conocí una loca.

Euge: ¿Cómo te sentís después de una sesión intensiva del uso de las apps?
¿Rejuvenecido, cansado, esperanzado, ansioso, frustrado?

Lauti: Avergonzado.

Euge: Y te sentías avergonzado por un estigma social o propio?

Lauti: Propio, porque nunca pensé que las iba a usar.

Euge: Y porque ves como algo negativo usar las aplicaciones de citas?

Lauti: No me parece algo negativo, me parece algo neutro que cada uno le va a dar acorde a su experiencia una connotación negativa o positiva. Pero soy consciente del lado negativo de cómo afecta a las personas.

Euge: ¿Sentís que alguna de estas apps te afecta de forma emocional o psicológicamente?

Lauti: Osea conocí a mi novia, así que sí, me afectó emocionalmente

Euge: ¿Y te paso de necesitar un descanso de las apps de citas?

Lauti: Nunca la use tanto como para necesitar un descanso

Euge: Pero en esos dos meses lo usaste de forma continua o había una etapa en la que la usabas un tiempo tipo una semana y después la dejabas dos y así consecutivamente?

Lauti: Claro sí, exacto. Era un uso esporádico.

Euge: Y porque la usabas y porque la dejabas de usar y porque la volvías a utilizar.

Lauti: Porque este sentimiento fue algo constante, ese sentimiento de sentirme un producto era constante. Pero también le daba poco uso y estaba estudiando o trabajando y no la agarraba. Sentía que no la necesitaba.

Euge; Alguna vez te sentiste abrumado por la cantidad de opciones y perfiles?

Lauti: No

Euge: Y que opinas acerca de esa cantidad de opciones que tiene la gente? Hay tantas opciones que te preguntas porque te quedas con esta persona.

Lauti; Quizás si, a mi no me pasó.

Euge: Y porque sentís que tan poca gente se pone de novio o novia por las aplicaciones cuando el principal propósito de las apps es encontrar el amor?

Lauti: Porque lo que terminan haciendo es que hay tanta oferta y demanda. Si hay tantos perfiles, le van a dar menos valor a los perfiles. Yendo a lo tangible, si tengo 30 cuadros de la Mona Lisa, el precio va a bajar. Si yo tengo uno, el valor se suma.

Euge: Entonces sentís que hay menos personas en pareja hoy en día?

Lauti: Yo creo que la dignidad humana cae cada día más. No lo adjudico a las apps, pero si a los procesos culturales de la sociedad. siento que se fueron degradando y eso le da poco valor al humano, y cuando uno se tiene poco valor, le da poco valor a las personas. Cuantas más opciones hay, “menos” vale. Eso es subjetivo igual eh.

Euge: Y crees que las apps influenciaron tu visión del amor?

Lauti: No jamás.

Euge: Entonces podrías decir que las apps son un reflejo de los comportamientos actuales de las personas

Lauti: Si total. No es el catalizador, es el reflejo.

Euge: y como ves el futuro de las apps?

Lauti: Veo gente con problemas de mucha ansiedad y depresiones. La incapacidad de relacionarse de forma profunda e importante que vaya más allá de las tendencias sociales.

Creo que las apps no lo generan es un reflejo. Las apps solo reflejan lo que ocurre en la sociedad en general. Existe cada vez menos valor hacia las cosas, y eso te impacta en todos aspectos, inclusive en las relaciones interpersonales.

Euge: ¿Tenés algún comentario final?

Lauti: Si, que está muy buena esta entrevista. Me ayudó a autoreflexionar y pensar cosas que nunca hice.