



Significados del uso de la aplicación Tinder en jóvenes de la ciudad de Medellín

Alejandro Hernán Rodríguez Bedoya

Trabajo de grado presentado para optar al título de Psicólogo

Asesor

Dagoberto Barrera Valencia, Magíster (MSc) en Psicología

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Psicología
Medellín, Antioquia, Colombia
2023

Cita

(Rodríguez Bedoya, 2023)

Referencia

Rodríguez Bedoya, A. H. (2023). *Significados del uso de la aplicación Tinder en jóvenes de la ciudad de Medellín* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Estilo APA 7 (2020)



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Dedico la realización de este trabajo a la sensación de adopción que me ha brindado la Universidad de Antioquia y a la calidad humana y profesional de los profesores que me acompañaron en el pregrado. Espero que sea digno de la Universidad de Antioquia en cuanto a la rica imagen mental que siempre tengo de ella.

Agradecimientos

Agradezco a Dios constantemente, también al acompañamiento fundamental que me facilitó Edna Bahamón para ser parte de la Universidad. De igual manera al Maestro Dagoberto Barrera por su profesionalismo en su calidad de asesor. También agradezco a mi familia por ser techo, abrigo y alimento del estudiante.

Tabla de contenido

Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
1 Planteamiento del problema	10
1.1 Descripción del problema.....	10
1.2 Antecedentes	11
1.3 Formulación del problema	14
2 Justificación.....	16
3 Objetivos	17
3.1 Objetivo general	17
3.2 Objetivos específicos.....	17
4 Marco referencial	18
5 Metodología	20
5.1 Diseño.....	20
5.2 Participantes	21
5.3 Técnicas de recolección de información	21
5.4 Procedimiento seguido para contactar a los participantes y recoger la información	21
5.5 Técnicas de análisis de la información.....	22
5.6 Criterios de rigor tenidos en cuenta.....	22
5.7 Criterios éticos.....	23
6 Resultados	24
6.1 Las aplicaciones de citas, los jóvenes y su búsqueda de relacionamiento en la actualidad. 24	
6.2 Buscar y conocer personas: de la tradición a la novedad	28
6.3 Valoraciones de los participantes sobre el uso de Tinder	47

7 Discusión54

Referencias58

Lista de tablas

Tabla 1 Descripción de participantes del estudio.....	24
--	----

Resumen

El uso de aplicaciones de citas estaría modificando de manera directa el lazo social en el sentido de poner imágenes visuales por encima de las palabras utilizadas para una conversación por lo que el presente estudio pretende analizar los significados que atribuyen los jóvenes de Medellín al uso de la aplicación Tinder. Se propuso una metodología de investigación cualitativa que facilito abordar las realidades subjetivas e intersubjetivas de los actores sociales y su percepción de participación en esta aplicación de citas. Se encontró que su uso está determinado por ocho razones o intereses que a modo de categorías surgieron de las entrevistas las cuales fueron: confidencialidad, pasatiempo, acogida, desencanto, mercado, reputación, sexualidad e interacción.

Palabras clave: Tinder, interacción, sexualidad, aplicaciones de citas.

Abstract

The use of dating applications would be directly modifying the social bond in the sense of putting visual image above the words used for the conversation, which is way this study intends to analyze the meanings attributed the young people from Medellín to the use of the Tinder application. A qualitative research methodology was designed to facilitate addressing the subjective and inter subjective realities of social actors and their perceptions of participation in this dating application. It was found that its use is determined by eight reasons or interests that arose from the interviews as categories, which were: confidentiality, hobby, reception, disenchantment, market, reputation, sexuality and interaction.

Keywords: Tinder, interaction, sexuality, dating apps.

Introducción

La psicología siempre se ha preguntado por los dispositivos interactivos en los que el ser humano pone al lenguaje como herramienta de concertación, conciliación o dialogo.

Debido a la rápida expansión de tecnologías comunicativas que hacen de las redes sociales su plataforma de Mercado se viene dando una recurrencia interactiva y vincular marcada por las pantallas y los chats como intermediarios, realidad que ha hecho preguntarse a la psicología que pasa al cambiar al lenguaje hablado por el escrito en las conversaciones de enamorados o que significados tiene el hecho de interactuar afectivamente por medio de una red social que como Tinder pone a la imagen en lugar de las palabras.

Modificaciones posmodernas a la naturaleza dialéctica de la comunicación lingüística, al alcance de las enseñanzas y aprendizajes comunicados y a la misma esencia eficaz, diligente y promisoría que tiene el lenguaje hablado para llevar nuestras ideas y motivaciones a la realidad de manera mutuamente reciproca para todos en general y cada uno en específico.

1 Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Existen diversas entidades dedicadas a la facilitación del cortejo y el matrimonio en ámbitos sociales y comerciales, casamenteros e intermediarios han sido parte del mercado matrimonial desde antes de que el internet existiera; en el pasado, los casamenteros eran roles ocupados por rabinos, chamanes y ancianos de la comunidad, los padres buscaban estos servicios para encontrar pareja a sus hijos; actualmente, los casamenteros trabajan con poca clientela a la que llegan a conocer íntimamente ya que sus métodos se basan en información empírica más que en fórmulas matemáticas o investigación científica (Finkel et al., 2012).

En la misma línea, por otro lado, los anuncios clasificados de solteros han sido publicados desde la invención del periódico y fueron especialmente usados en tiempos de conflicto, un ejemplo fue la guerra civil norteamericana donde gran cantidad de soldados solteros se encontraban aislados de la posibilidad de encontrar pareja (Aksan et al., 2009), las revistas también asumieron este rol difusivo y para la década de 1970 se alcanzó el tope de aceptación social, el alza en la edad estipulada para el matrimonio alargó el tiempo de soltería y generó dependencia a esta clase de anuncios.

En el anuncio impreso el solicitante describía sus cualidades, preferencia por el tipo de relación que buscaba y listaba algunas cualidades deseadas en la pareja ideal, el editor hacía las veces de intermediario cobrando al anunciante por cada palabra publicada y a quien recibía por los servicios de hacer llegar el mensaje, esta dinámica creó exigencias muy particulares y pese a que el pico de la popularidad de los anuncios se alcanzó en las décadas de los 60s y 70s, solo el 1% de participantes conocieron parejas por este medio (Finkel et al., 2012).

Las citas vía video aparecieron en los 80s y consistían en descripción de perfil, foto y entrevista video grabada como información disponible. Con la aparición de las primeras computadoras y en conjunto con las investigaciones académicas de la atracción, el proyecto cupido fue un intento de reclutar eminencias en psicología para desarrollar un servicio de citas, el intento no fue más que eso ya que después de la tercera reunión decidieron terminarlo debido a la prospección de que no garantizaría los propósitos de los clientes ni generaría suficiente información relevante para la investigación (Aron et al., 1997).

La comunicación online en sus inicios era un lujo pero a medida que las computadoras se hicieron más baratas, pequeñas y potentes y el internet expandió su alcance varias generaciones de negocios de citas han venido proveyendo el servicio en 3 diferentes ámbitos: (a) sitios de anuncios personales online, (b) sitios de emparejamiento basados en algoritmos y (c) aplicaciones de citas en teléfonos inteligentes. En 1995 surge la primera generación con la página web: “Match”, seguida de otras opciones que ofrecían a los solteros amplios rangos de opciones para publicar anuncios personales, luego de estos sitios más generales surgieron otros más específicos con categorías de búsqueda propias.

La segunda generación inicia en el año 2000 con eHarmony, un servicio “basado en la evidencia” llamado emparejamiento por compatibilidad y basado en algoritmos de aproximación estadística fundamentándose en información referente a personalidad, intereses y características deseadas. La tercera generación inicia en 2008 poco después de la apertura de App Store que coincidió con el lanzamiento de la segunda versión del iPhone de Apple Inc. App Store se posiciono como una plataforma donde compañías independientes podían crear programas de software llamados “apps”, poco tiempo después otros fabricantes de teléfonos inteligentes siguieron esta tendencia y ahora los celulares manejan varias aplicaciones incluidas las de citas (Finkel et al., 2012).

1.2 Antecedentes

Al igual que el teléfono el internet ha facilitado la comunicación con grupos sociales establecidos empero el internet va más allá y ahora sirve para buscar y encontrar personas por fuera del círculo social preexistente, su rápida aceptación y las nuevas tecnologías han generado debates en torno al impacto directo que tienen en la interacción social siendo difícil identificar los efectos que las diversas formas de tecnología han tenido en la vida cotidiana (Bregón, 2020).

En los inicios del internet se habló respecto a la reducción de la interacción cara a cara (Nie & Hillygus, 2002) y del aumento de enfermedades mentales (Kraut et al., 1998) debido al incremento en el tiempo invertido en línea pero Rosenfeld & Thomas (2012) dicen que las críticas tempranas respecto al uso del internet están sesgadas y de acuerdo con los resultados de su investigación las relaciones románticas iniciadas en línea no son más frágiles ni menos duraderas que las iniciadas personalmente.

Antes del Internet se entablaban vínculos de acuerdo con similitudes como sistema de creencias y estatus económico o social, todo esto consensuado, conciliado y hablado en intensas conversaciones compartidas con el otro que hacían sentir que se le conocía; en la actualidad, las aplicaciones de citas permiten hacer una lista de demandas que deben ser satisfechas a la entrada de las relaciones y el internet posibilita conectar con personas de todo el mundo.

Actualmente el formato más conocido en aplicaciones de citas en línea es el que usa la aplicación Tinder (Bregón, 2020), su objetivo es contactar personas colindantes geográficamente entre ellos mediante un sistema donde los usuarios se aceptan o rechazan unos a otros a la vez que van deslizando fotos con edades y presentaciones, marcando a la derecha para indicar interés o a la izquierda para desinterés, cuando dos personas han indicado interés mutuo la aplicación los conecta y permite que se envíen mensajes.

Esta forma de buscar amigos o pareja modifica los rituales de vinculación tradicionales, aunque sigue permaneciendo en una posición central el contacto directo y personal como necesidad invariable. El concepto: “aplicaciones de citas en línea” es equivocado y se usa por conveniencia ya que un término más apropiado sería: “aplicaciones de iniciación de relaciones interpersonales en línea” (Finkel et al., 2012) dado que las citas no ocurren en entornos virtuales sino solo el primer contacto.

En 2012 la investigación giraba en torno a la identificación de diferencias entre vinculación virtual y medios convencionales, se centró en lo que ofrecían las nuevas tecnologías y si realmente promovían una buena experiencia, la respuesta a sí existen diferencias al modelo convencional de relacionarse no fue contundente debido a los pros y contras de cada forma de relacionarse y su conexión con factores personales predisponentes pero finalmente, no existen investigaciones rigurosas que validen confiablemente que la virtualidad provea mejores emparejamientos (Finkel et al., 2012).

Según el Pew Research Center (2013) uno de cada diez norteamericanos usó o había usado alguna aplicación de citas para contactar con desconocidos, mencionan que el 85% de los adultos son usuarios de internet, de estos 35% son solteros que buscan pareja y un 7% poseía un dispositivo móvil usando aplicaciones. En el caso de Colombia y Medellín según una encuesta realizada por El Tiempo (2017) los antioqueños y caribeños son los que más consecuciones amorosas derivan del Internet, en Medellín, el 83% de los que buscaron compañía por

aplicaciones de citas logro su objetivo y es la segunda ciudad en aceptación de tecno herramientas interpersonales con un 61% luego de la región caribe con un 68%.

La investigación holandesa de 2017 sobre los motivos de adultos jóvenes para usar la aplicación Tinder analizó la información obtenida por medio de encuestas a 163 personas con edades entre 18 y 30 años encontrándose que seis de las razones más comunes que los sujetos encuestados reportaron para usar la aplicación fueron el amor, el sexo casual, la facilidad de comunicación, la validación de la autoestima, la sensación de excitación y la aceptación de modas y tendencias tecnológicas.

La metodología del proyecto anterior se inclinó hacia lo cuantitativo y los resultados se reducen meramente al contexto holandés que tiene diferencias significativas con el norteamericano donde la cultura del “Hookup” o sexo en la primera cita se encuentra más consolidado observándose que los hallazgos requieren una perspectiva más cualitativa en el sentido de averiguar por qué los adultos jóvenes usan Tinder (Sales, 2015).

Según El Tiempo (2017) el 41% de los encuestados en Medellín le ha dicho algo atrevido a su pareja a través de una aplicación que no diría en persona y el 59% opino que las aplicaciones han complicado las relaciones de pareja, el ítem decisivo para éste último dato fue la pregunta: ¿Debe autorizarse a una persona a revisar las redes sociales de su pareja?, en el caso de Medellín, el 24% considero que si se debe dar consentimiento a la pareja a revisar cuentas y redes sociales; El Tiempo (2017) también informa de otras herramientas para buscar pareja: Christian dating for free, dirigido a cristianos; Seeking Arrangement, para hombres mayores que buscan mujeres jóvenes; Grindr, dirigido a la comunidad de (Lesbianas, Gays, Transgénero, Bisexuales e Intersexuales [LGTBI]); Trinder, para quienes buscan tríos y Ashley Madison, para personas casadas que buscan amantes.

A su vez la Revista Semana (2017) luego de contratar a una empresa de medios, informó que había 14 millones de colombianos poseedores de teléfono celular y que las mujeres invertían al menos 2.5 horas diarias buscando pareja en él teléfono y los hombres también al menos 2 horas; esta misma encuesta habla de más de 500.000 mensajes enviados entre parejas que se han dado match mutuamente en Tinder.

Existe superficialidad académica frente al asunto de factores compatibles cómo rasgos de personalidad individual expresados en el temperamento y el carácter, no hay conclusiones ni siquiera correlaciones (Aksan et al., 2009) de investigaciones previas; se han examinado el cómo

factores individuales están conectados con la iniciación de relaciones vía Internet pero no hay investigación en cuanto a cómo factores de herencia genética y adaptación ambiental están relacionados con aspectos de las citas en línea.

El uso de aplicaciones de citas se concentra en adultos jóvenes de edades de 18 a 35 años (Finkel et al., 2012) haciendo notable que las nuevas tecnologías están al servicio de los jóvenes pues el número de personas solteras que busca pareja se reduce considerablemente a medida que la edad aumenta; Rosenfeld y Thomas (2012) afirmaron que para heterosexuales con edades superiores a los 30 la tasa de emparejamiento en Internet es superior al 80%, lo que significa que menos del 20% de estos individuos estarían solteros.

Si bien los datos duros muestran medidas puntuales, en los ámbitos comunicativo y relacional hay conceptos que median el curso, el contenido y la forma de la interacción social como por ejemplo los significados desprendidos de los prejuicios existentes debido a la imagen mental negativa que se tiene de las aplicaciones de citas (Sales, 2015) así como de las formas no convencionales de auto presentación personal utilizadas en los perfiles (Ranzini & Lutz, 2016), incluso se han encontrado quejas debidas a conductas de acoso recolectadas de páginas alternas y foros donde los usuarios expresan frustraciones respecto a su experiencia en las plataformas de citas (Masden & Edwards, 2015).

1.3 Formulación del problema

A partir de lo anterior surgen dos preguntas: ¿Cuáles son los significados que le atribuyen los jóvenes de la ciudad de Medellín al uso de la aplicación Tinder?

¿Por qué es pertinente la investigación aquí descrita?: Principalmente por la recurrencia vincular originada en lo virtual sin mencionar el bajo flujo de investigaciones y la falta de respuestas al interior de la literatura (Aksan et al., 1997) acerca del comportamiento humano referente a los perfiles de citas que lleva a vacíos para sus diseñadores por lo que se necesitan más estudios para el diseño óptimo de aplicaciones de citas por parte de diseñadores y programadores y también el público en general podría beneficiarse de los avances en ésta línea de investigación; sería beneficioso adjuntar consideraciones éticas que deben ser señaladas al igual

que debería haber interés por proteger al participante de este tipo de servicios, en primer lugar, porque este tipo de mercado no tiene ninguna regulación.

Hay al menos dos áreas donde las políticas públicas son relevantes para el asunto de las citas en línea: la primera es proteger la privacidad y seguridad de los usuarios y la segunda es corroborar las pretensiones de los servicios de citas online (Finkel et al., 2012). Concerniente a la seguridad y privacidad, en general, ha habido muy poco escrutinio de los sitios de citas en línea por parte de las autoridades regulatorias y al parecer no existe ninguna entidad gubernamental que reglamente las aplicaciones virtuales.

2 Justificación

La investigación social cualitativa planteada como solución ideal para ver de cerca fenómenos concernientes a objetos sociales dinámicos también sirve como herramienta para dar respuestas de orientación a políticas públicas protectoras de los participantes en la red. Por otro lado, en cuanto a la participación de la psicología, se requiere más producciones empíricas que desarrollen este tipo de temáticas, la mayoría de los antecedentes tienen un enfoque más económico, informático o social quedando demostrada la relevancia práctica que posee la investigación de significados en el campo del Mercado virtual de las citas.

Otro aspecto que presenta posibilidades para intervenir desde la plataforma conceptual psicológica es la perspectiva masificadora del vínculo que las redes interactivas promocionan para dinamizar lo relacional social como producto de mercadeo, el potencial de estos sitios les da alta probabilidad de mantenerse a futuro y esto a su vez debería impulsar la producción de conocimiento relacionado con estas modificaciones de comunicación y Mercado.

Las oportunidades que podrían surgir para mejorar la forma en la que las citas online se llevan a cabo provienen de una más directa colaboración entre académicos y proveedores informáticos ya que las citas online ofrecen oportunidades inéditas para que investigadores hagan validación de hipótesis y desarrollen novedosas teorías con grandes muestras de participantes altamente motivados a establecer relaciones románticas (Finkel et al., 2012).

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Agrupar, codificar, comparar y analizar los significados que atribuyen los jóvenes de Medellín al uso de la aplicación Tinder.

3.2 Objetivos específicos

Identificar y caracterizar las aplicaciones de citas más usadas entre los jóvenes de la ciudad de Medellín.

Identificar diferencias respecto al uso de estas nuevas tecnologías y las formas tradicionales de conocer personas.

Describir las valoraciones que los usuarios de las aplicaciones de citas hacen de su participación en ellas.

4 Marco referencial

La teoría del interaccionismo simbólico en su forma más pura y versión más clásica además de su metodología es principalmente desarrollada por el sociólogo estadounidense Herbert Blumer en 1969 apoyado fuertemente en las bases y fundamentos teóricos establecidos por George Herbert Mead sobre las relaciones entre el yo y la sociedad, es una teoría inductiva debido a que va de lo particular a lo general, en su idea central está el significado y se entiende por éste todo lo que se les atribuye a los objetos sociales y a su vez acerca de cómo éstos significados son los principales generadores de acción en los sujetos.

Los objetos son todo aquello que puede ser pensado, sea materia física, abstracta o social, los sujetos o actores pueden ser también objetos debido a la naturaleza reflexiva que le atribuye Mead al sujeto, el cual puede ser individuo, persona o sujeto, o una institución o grupo, lo anterior es importante debido a que el concepto de “la realidad” y “la sociedad” según el interaccionismo simbólico es algo que se internaliza mediante la interpretación que se haga de la propia interacción social.

La sociedad y la realidad surgen de lo comunicado entre dos o más sujetos así como de las interpretaciones que hacen éstos sobre los objetos y las acciones, el lenguaje es la pieza crucial del rompecabezas ya que posibilita el encuentro interactivo entre sujetos (Blumer, 1982), en perspectiva de comunicación, el interaccionismo simbólico concibe la sociedad como un flujo continuo de interacciones que aportan interpretaciones de los dichos y los actos (Coller, 2003).

Respecto a lo anterior, Blumer (1982) dice que la idea central se basa en tres premisas básicas: (1) los actos se orientan en función de los significados de las cosas, (2) el significado de las cosas se produce necesariamente en la interacción social (3) los significados no son estáticos y se modifican o transforman de acuerdo con nuevas reinterpretaciones; en otras palabras, los seres humanos crean significados de otros, las instituciones y las cosas mediante procesos de percepción e interpretación condicionados por el tipo de relación con los otros y los diferentes ambientes.

Esto hace de la realidad y la sociedad algo construido socialmente, sin embargo, esto no califica al interaccionismo simbólico de relativista ya que se considera un mundo empírico latente que puede ser estudiado pero que está en constante cambio debido a la dinámica itinerante que aportan las reinterpretaciones (Coller, 2003). Procesos de constante definición y redefinición de

conceptos se dan en la interacción social, esta se define a su vez como acción significativa que tiene lugar entre dos o más actores, involucra lenguaje de símbolos y signos, se denomina comunicación simbólica y es la causa del accionar de los sujetos que a su vez pueden convertirse en objetos de interpretación.

Blumer (1982) acepta que existen patrones que surgen en la interacción social que representan guías de acción establecidas en interacciones de generaciones pasadas y funcionan como puntualizaciones procedimentales heredadas y repetidas y deben ser reinterpretadas constantemente; razones todas que posicionan al interaccionismo simbólico como buen piso teórico para comprender la interacción social en los perfiles de citas, conceptos como la negociación de significados y acerca del cómo influye la interacción con otros en la acción propia son de gran valor investigativo.

5 Metodología

Para los fines de este trabajo se propuso una metodología de investigación cualitativa, la cual, siguiendo el hilo dejado como guía por Galeano Marín (2009) aborda las realidades subjetivas e intersubjetivas como objetos legítimos de conocimiento experimental, busca comprender desde la interioridad de los actores sociales sus lógicas de percepción y cómo estas a su vez guían acciones comunes, estudia la dimensión interna y subjetiva de la realidad social y de los objetos que la componen como fuente de conocimiento.

5.1 Diseño

Se utilizó como estrategia la etnometodología al resultar apropiada para los alcances del presente rastreo puesto que como sociología del sentido común de la vida cotidiana, de lo obvio y lo que pasa desapercibido (Galeano Marín & Hurtado Orozco, 2015) dota de sentido la experiencia de tramitar, tomar decisiones y razonar el vínculo virtual; la etnometodología sensibilizo a encontrar formas y contenidos en los integrantes del contexto Tinder Medellín para luego describir cómo planean, realizan y comprenden la interacción en la aplicación, también advirtió acerca de valorar lo que parecería obvio en las entrevistas como frases o palabras estereotipadas que los individuos podrían describir.

Por eso es ideal para estudiar los significados de los participantes de Tinder, etnometodología y teoría del interaccionismo simbólico complementadas para el estudio de aplicaciones de citas entendidas como herramientas de uso cotidiano que implican interacciones sociales; por otra parte, desde esta posición metodológica se asume que los participantes son conocedores del tema a tratar y auto creadores de conocimiento, motivo que es justo lo que contempla el interés intra teórico de este trabajo en el sentido de indagar sobre los significados en la interacción virtual.

5.2 Participantes

Para la selección de participantes se realizó un muestreo dirigido por conveniencia los cuáles fueron 5 jóvenes de la ciudad de Medellín que para el tiempo de las entrevistas estaban usando o habían usado la aplicación de citas Tinder, sus nombres han debido ser modificados para garantizar el derecho a la confidencialidad de la información suministrada, con esta idea en mente, se procedió a darle un nombre a cada entrevistado conservando una similitud con el original y siendo realidad objetiva todos los demás datos como se describe en la tabla número 1.

5.3 Técnicas de recolección de información

Se utilizó la entrevista a profundidad aplicada individualmente debido al alto contenido de información sensible e íntima, se comprendió por profundidad de la entrevista la pretensión de analizar los contenidos recurrentes y relevantes (Gibbs, 2012) sin menos preciar los originales y simples, esto llevó a realizar un menor número de entrevistas pero de mejor profundidad; después de recolectar la información se procedió a analizarla cualitativamente para luego construir Familias de códigos a través de la ayuda del programa para procesamiento de datos cualitativos Atlas Ti versión 7.0, todo esto combinado con los pasos que indica Gibbs (2012) realizar para el procesamiento de datos cualitativos.

5.4 Procedimiento seguido para contactar a los participantes y recoger la información

El proceso seguido para contactar a los participantes tuvo lugar iniciando con dos entrevistas formales a dos compañeras de la Facultad de Psicología de la Universidad de Antioquia quienes aportaron sus experiencias y significados en Tinder, una de ellas, entrevistada en dos ocasiones debido a su amplia experiencia en aplicaciones de citas y para intentar direccionar la descripción de sus memorias, esta vez con mayor encargo, en favor de la observación documentada que estaban demandando los objetivos.

El tercer entrevistado aparece gracias al mecanismo de la bola de nieve recomendado por una de ellas, la entrevista con el diseñador gráfico se dio por medio de llamada directa a un amigo personal y la entrevista que tuvo lugar con el licenciado en lenguas extranjeras fue posible gracias a un mensaje de solicitud para el asunto a un amigo de Facebook.

La primera entrevista fue aplicada a la compañera de clases regular Catalina Restrepo en una de tantas mesas dispuestas para los estudiantes en los halls de la Universidad de Antioquia; las dos entrevistas con Carolina Mazo también se dieron en espacios de la Universidad. La tercera entrevista se dio con cita en el campus de la Universidad Pontificia Bolivariana. La cuarta entrevista al igual que la última fue grabada mediante Google Meet, todas transcritas y analizadas con la ayuda de un computador portátil.

5.5 Técnicas de análisis de la información

La combinación del programa Atlas Ti versión 7.0 y la teoría de Gibbs (2012) lograron una buena pareja de herramientas ya que facilitaron analizar las transcripciones, y luego, mediante la guía de la teoría y el acercamiento al programa se pudo codificar, categorizar y familiarizar todo el material documental.

El perfilamiento de la información en familias se facilitó gracias a la codificación de pasajes de texto en el Atlas Ti 7.0, se establecieron varios grupos de códigos vinculados entre sí direccionadamente para que adquirieran relevancia, es decir, significados acumulados entre similares se categorizaron y cumplieron una función de cúmulo de reciprocidades luego descritas convenientemente en el sentido de lógica circunstancial sistemática.

5.6 Criterios de rigor tenidos en cuenta

Operativamente se rescató la calidad en reflexividad, validez y generalizabilidad de los análisis (Gibbs, 2012) y se valoró al entrevistado en su ejercicio informativo teniendo siempre como idea central su discurso como elemento fundamental, el papel privilegiado del entrevistado en esta investigación nunca debió ser variado y se tomaron precauciones terapéuticas como la implementación de la escucha activa, el bajo direccionamiento de sus respuestas y el anticipado

rastreo contextual del asunto objeto de la descripción de experiencias de vida con la finalidad de no afectar las entrevistas con sesgos prejuicantes o vicios desprendidos de vacíos conceptuales y contextuales.

5.7 Criterios éticos

Todos los protocolos, conceptos y elevados fines necesarios para respetar el ejercicio de la entrevista psicológica según la ley 1090 de 2006 fueron tenidos en cuenta a la hora de realizar las entrevistas y tratar la información resultante, asimismo fue protocolario el consentimiento informado de los participantes para su abordaje y en ningún momento hubo necesidad o deseo de coartar su libertad de expresión, al contrario, todos ellos pudieron hacer cumplir sus derechos ya sea contando con la opción de abandonar la actividad, así como también negarse a responder o hablar de cualquier tema, circunstancias situacionales que idealmente en ninguna entrevista fue necesario sortear.

6 Resultados

Tabla 1

Descripción de participantes del estudio

Nombre del participante (solo nombre de pila, el ficticio)	Edad	Ocupación	Estrato socioeconómico	Tiempo que lleva usando la aplicación en meses	Orientación sexual
Catalina Restrepo	22	Estudiante de psicología	4	12	Heterosexual
Carolina Mazo	23	Estudiante de psicología	3	36	Heterosexual
Pedro Barrios	25	Estudiante de ingeniería de sistemas	5	8	Heterosexual
Sergio Medina	27	Diseñador grafico	3	14	Heterosexual
Samuel Osorio	29	Licenciado en lenguas extranjeras	4	12	Heterosexual

6.1 Las aplicaciones de citas, los jóvenes y su búsqueda de relacionamiento en la actualidad.

Aplicaciones como Tinder, Badoo, o Flirtie ahora cuentan con reconocimiento mundial a su fiabilidad interactiva (Bregón, 2020; Romero & Martínez, 2017; Alvídrez & Rojas, 2017) y se posicionan en el Mercado gracias a personas que afirman haber encontrado relaciones duraderas allí como es el caso de una de las dos entrevistadas en esta muestra; esta notable emergencia de aplicaciones de citas basadas en geo locación estarían rompiendo el hielo y dando el paso que separa hablar o no con un/una potencial amante (Alvídrez & Rojas, 2017) y de manera inesperada han desplazado las formas tradicionales de establecer contacto haciendo que ahora sea más común formar vínculos amistosos y amorosos virtuales (Navarro & Martínez, 2020).

La aplicación de citas online Tinder estaría siendo la más empleada con fines meramente sentimentales o de índole sexual y su relevancia a nivel mundial se precia de inspirar buenos comentarios por parte de sus participantes (Bregón, 2020) llegando en un momento histórico

oportuno para su éxito marcado por el surgimiento reciente de teléfonos con funciones de computadora personal que estarían resultando adictivos para la percepción en el sentido que permiten jugar e interactuar en tiempo real mediante su compatibilidad con la inmediatez que caracteriza a Internet.

En Colombia, según la W Radio (2020) las aplicaciones de citas más usadas son, en su orden de aceptación: Amor en Línea, en donde los colombianos generan un tercio de su uso mundial; Tinder, con cerca de 4 millones de descargas en Google Play; Colombian Cupid, con dos millones de usuarios en Colombia; Latin American Cupid con 40.000 suscriptores en el país y Grindr, en donde Colombia ocupa el puesto nueve en el ranking mundial de usuarios.

Contar con la información del otro afina el criterio para dirigir ofertas susceptibles de ser contestadas con entusiasmo. Como en la vigilancia de Bauman el marketing de perfiles se torna cada vez más un asunto del Mercado y la servidumbre resultante del mismo se hace más y más voluntaria (Bauman & Lion, 2013) ya que el potencial excitatorio producido en el cerebro al dirigir los energéticos recursos atencionales del pensamiento motivados en la consecución de una posibilidad de interacción amistosa o sexual es desbordante para la razón en el sentido de la promesa de la recompensa.

La percepción encuentra recompensas amorosas rápidamente de manera casual y dinámica sin el desgaste que el roce y la crítica social le imponen al encuentro cara a cara cotidiano (Alvídrez & Rojas, 2017), el participante recibe la confidencial acogida de virtuales oportunidades cariñosas sin la inversión de tiempo, recursos e intelecto que supone el mantenimiento con lo necesario que demanda una diada conyugal, entretanto, por otro lado, se gesta una idea comercial, un negocio con utilidades dinerarias alarmantes.

Sobre la base de las ya obsoletas páginas web de citas surge Tinder en el año 2012 (Bregón, 2020) buscando adecuar locaciones virtuales para recrear la situación en que dos personas al ver sus imágenes se atraen e interactúan entre sí, esta vez sin el cuerpo ni las palabras, adaptado y proyectado a las rentas de afiliación que aportan los participantes Premium y el consumo de material publicitario por parte de los participantes que no tienen una suscripción.

Tinder maneja una interfaz amigable con usuarios que no frecuentan la red resultando simple de usar en su idea central que es mirar las fotos para escoger con quien se quiere conversar antes de salir, supuestamente a tener sexo, en este sentido son las mujeres de esta muestra y en comentarios de los hombres entrevistados quienes muestran grados de ambivalencia

emocional y moral ante la idea central que acompaña la reputación publicitaria de Tinder específicamente explicada en el sentido de tener sexo con quien se haga un match recíproco.

La empresa eHarmony en Gran Bretaña, tiene la proyección de que para el año 2041, siete de cada 10 relaciones tendrá inicio en línea a la vez que personas de 56 a 64 años serán las que más demanden estos servicios (Alvídrez & Rojas, 2017). Para ingresar a Tinder el participante nuevo llena un registro y acepta los términos de uso quedando incluido en un sistema de datos consolidados.

“Identidad pirateada”, categoría con la que un grupo de investigación quebequense sobre la informática y el derecho avisaba en 1986 sobre los riesgos al interior del desarrollo de bases de datos personales en el sector privado, el comercio de estos datos es oro, las fichas informáticas de los participantes de Tinder al ser información de ámbitos tan íntimos favorecen el marketing personalizado y autorizan la hiper segmentación de datos luego de que el Mercado conoce los gustos, las preferencias y los consumos de los participantes (Mattelart & Vitalis, 2014).

Los estudios científicos en la línea del relacionamiento virtual han encontrado que los participantes desarrollan intimidad, confianza o atracción en la misma medida que pasan más tiempo en el chat, incluso llegando a experimentar emociones más fuertes que las iniciadas fuera de línea (Parks & Floyd; Rice & Love; & Utz, citados por Alvídrez & Rojas, 2017, p. 5).

El Mercado tecnológico direcciona transformaciones en materia relacional poniendo a la pareja en la publicidad de un Mercado que se lucra excitando e hiper comunicando a la sociedad. En el acercamiento afectivo iniciado por medio de coqueteos virtuales se pone el acento en la imagen, dilatando la responsabilidad intelectual y la ética lingüística y devaluando el interés por invertir en hacer que la relación este viva y pueda crecer.

Tinder facilita la sensación social de no depender del otro para interactuar rellenando la realidad interactiva con cantidades desbordantes de estímulos al mismo tiempo además brindando facilidades originadas en línea tales como la rápida desconexión, la elección de estados de humor distintos a total voluntad intempestiva y la desinhibición de tendencias conductuales, actitudinales y de personalidad reprimidas en la realidad.

El anonimato de Internet es precursor de la “des individuación” (Alvídrez & Rojas, 2017) del participante, término asociado a desinhibiciones del comportamiento, faltas de autorregulación emocional y fallas intelectuales y lingüísticas en que el participante no siente la necesidad de pensar que deba responder por sus acciones, haciendo que los montos emocionales afloren cargados de intensidades o bajos en motivación contando con la confidencialidad de Internet (Kiesler et al.; citado en Alvídrez & Rojas, 2017).

Ghosting (fantasmear) y Bread-crumbing (pan migado) también son conceptos problemáticos virtuales (Navarro et al., 2020), el primero se refiere a casos en que el participante que inicia una ruptura disuelve unilateralmente la relación afectiva evitando en línea y fuera de línea el contacto con el otro; a su vez, el término Bread-crumbing se refiere a la manutención de una relación de pareja a base de pequeños estímulos (migas de pan) coquetos pero sin compromiso, frases y palabras afinadas para excitar la percepción sexual de la pareja sin hacer mucho esfuerzo, cuando no existen intenciones de llevar las cosas lejos se envían provocaciones para mantener al otro participante interesado a sabiendas de que se queda soltero.

Las migas de pan dan un guiño ocasional o un me gusta con la frecuencia para que el potencial proyecto no pierda interés pero no demasiado para que las cosas parezcan serias; esta estrategia de la repartición de migas de pan ocurre cuando ha habido una ruptura, pero el iniciador no quiere dejar ir al otro, también es una forma de mantener una cita en espera además de una dinámica social en que los repartidores de migas de pan no se sienten atraídos por el otro pero quieren preparar la forma de lograr intereses sexuales, económicos o intelectuales o simplemente seguir siendo relevantes y/o atractivos para el otro como mecanismo de auto reivindicación generando desconcierto, culpa, ansiedad, incertidumbre, inseguridad y traumas referentes a la falta de explicaciones lingüísticas que faciliten procesar pérdidas y duelos (Navarro et al., 2020).

El Mercado virtual direcciona con el fin de explotar económicamente y esto ha dado como resultado sujetos dependientes de varios aspectos del Mercado o aislados con el fin de salirse del ciclo del consumo, razón por la cual las relaciones interpersonales están en crisis, la mercantilización de los vínculos fragiliza aún más la plataforma ideológica que se tiene de las relaciones de pareja atrayendo desconfianza y soledad (Romero & Martínez, 2017). Descorporalización de los amantes y ultimátums a la intimidad es una variación a la realidad que

progresar por fuera de las posibilidades reales del cuerpo y la palabra en el sentido de poner la imagen, la carne y las palabras como requerimiento invariable del amor romántico.

6.2 Buscar y conocer personas: de la tradición a la novedad

El presente capítulo intenta describir la modificación que se viene dando en la forma del vínculo afectivo, de cómo la comunicación virtual masificada direcciona relacionamientos no mediados por la triada conjunta del cuerpo, la imagen y las palabras dando como resultado que la personalidad se vea invadida de identificaciones significativas tomadas directamente de la virtualidad; interacciones amorosas ahora productos de mercadeo modifican la identidad original generando aceptación y adhesión a representaciones puestas en lugar de "verdades" creando direccionamientos en el sentido del "cómo ser" y del "qué hacer":

El deseo de vinculación e interdependencia está en la base de la conducta humana en sociedad, no obstante, mientras el por qué ha sido profundamente analizado, el cómo es tan cambiante y dinámico como la sociedad en sí. Los factores de atracción interpersonal han sido objeto de curiosidad para psicólogos y sociólogos desde la década de los 60s, épocas en que lo más común era que las personas se conocieran en ambientes institucionales, círculos de amigos o familiares.

El interés por buscar pareja para otros ha sido parte de las sociedades humanas por generaciones, representantes del catolicismo, celestinas y brujas se ocupaban de las demandas de padres que buscaban conseguir pareja para sus hijos, en la actualidad, los casamenteros de profesión son un mercado afianzado, no obstante, en países en vía de desarrollo son los mismos mozos quienes buscan conyugue por si mismos o con ayuda de cupidos modernos contactados de forma confidencial y personal. (Finkel et al., 2012).

Asimismo, desde la invención de la imprenta y la publicación de los primeros periódicos los anuncios clasificados han sido utilizados con fines de localizar potenciales parejas, soldados aislados en regiones distantes y empleados con más de un trabajo se vieron beneficiados de esta forma de contacto; luego el telégrafo permitió una comunicación a distancia mucho más rápida que la correspondencia postal convencional, si bien los mensajes por lo general eran abstractos y

el servicio costoso, se establecieron como vía rápida para enviar recados entre pretendientes o parejas. (Gergen, 2006).

La esfera de la vida íntima se vio mediada por empresas que asumían la operatividad de los servicios vinculares con herramientas científicas de vanguardia, servicios que eran típicos de la familia, la comunidad y la vida institucional de manera que los primeros medios masivos de comunicación y el interés específico del Mercado comenzaban a asumir un papel mediático en las relaciones interpersonales de forma directa e indirecta.

En el romanticismo del siglo XIX las parejas eran diferentes, en muchos casos la familia mediaba en la conformación del vínculo conyugal como en el caso de los matrimonios arreglados, se consolidó una visión idealizada del amor que involucraba una comunicación larga e intermitente por medio de cartas y largos periodos de alejamiento donde los encuentros resultaban infrecuentes y marcados por una corta duración, se vivía una combinación de moral sociocultural arraigada y letras inspiradas en la literatura poética que actuaban como inhibidores de las relaciones polígamas (Gergen, 2006).

Las frases esmeradas y el proceder cortés potenciaban la camaradería, el trato con el otro requería dedicación manifestada en la buena dicción de las palabras y el lenguaje elaborado promoviendo que se supiera escribir bien. La mayoría conservamos aun la visión romántica en lo vincular, según su lógica, los sujetos están dotados de intensas pasiones empáticas, arraigadas convicciones morales e inspiración romántica y creadora (Gergen, 2006); por otro lado, a diferencia del romanticista, para el modernista, la razón guía casi todas las conductas humanas, en gran medida, los conceptos extraen su veracidad del supuesto de que son objetivamente verdaderos o de que puede verificarse que lo son.

En su libro *El Yo saturado*, Kenneth Gergen (2006) nos lleva de la mano por el proceso en que se pasa de la visión romántica de las relaciones a la moderna y luego a la posmoderna abordando la modificación que han tenido las interacciones humanas románticas en el curso de los siglos XIX y XX con la invención de tecnologías que en la modernidad racionalizaron los vínculos y en la posmodernidad inducen relaciones con una esfera cada vez más amplia de individuos, lo que estaría saturando la vida social.

Además refiere cómo la creciente demanda de información tecno científica modifica certezas previas sobre el Yo suprimiendo identidades afianzadas proponiendo multiplicidad y convirtiendo en algo pasajero las formas de relación tradicionales; del cómo del siglo XIX

heredamos una visión romántica que corre peligro luego de que en el siglo XX se introduce la visión moderna de las relaciones ya no como pasión, alma, vocación amorosa y temple moral, sino cómo “capacidad de raciocinio, opiniones e intenciones conscientes” sustituyendo el sentir por el razonar el vínculo.

Gergen (2006) ofrece una perspectiva basada en el vocabulario empleado para referirse al Yo en el periodo romántico, lo describe como un lenguaje de la pasión, de la finitud, de la profundidad y de la importancia de la persona: “un lenguaje que crea la sorpresa benevolente de los héroes, los genios y los trabajos inspirados”. Las concepciones románticas giraban en torno a propósitos altruistas valorando la verdadera identidad del otro, el amor era apreciado, se le atribuían valores y cualidades especiales a las relaciones, estas atribuciones llenaban de significado la vida de muchos hasta que la modernidad transformó el vocabulario romántico, racionalizándolo y debilitando aquellas interpretaciones del Yo interno y el amor.

El proceso de colonización del Yo (Gergen, 2006) modifica la adhesión tradicional a los sistemas de pensamiento romántico y modernista y tiene notoria importancia porque abre la puerta a lo posmoderno, escenario multi teatral donde existen variedades absurdas de opciones y posibilidades mutadas con otras que dividen la percepción objetiva del sujeto, los mecanismos tecnológicos propios de la “saturación social” estarían exponiendo multiplicidad de satisfactores a partir de oportunidades en línea.

Intensas aventuras amorosas modificadas a producto de consumo masivo, sin peligro ni arrojito, sin exuberancia ni enloquecimiento, se sustrae de la ecuación todo aspecto negativo, toda emoción negativa (Chul Han, 2014), el sufrimiento que trae el amor y el deseo ceden ante persuasiones seductoras y excitaciones sin consecuencias afectivas; esta dinámica relacional direcciona a la ansiedad, la depresión y al sexo ocasional como mecanismo de distensión nerviosa y muscular, el vínculo afectivo con el otro ahora asumido con el confort de algo que no exige gentilezas ni disposición imaginativa en la realidad.

La propensión a categorizar a otros como medios para lograr un fin o como plagas que hay que excluir ha promovido coaliciones disfrazadas de cruzadas ideológicas para vencer coaliciones rivales; los hombres han tratado de controlar el trabajo, el tiempo y la sexualidad de las mujeres, las parejas trasladan su malestar con la habituación sexual a modo de condena moralizadora (Pinker, 2018) que debe ser disimulada a diario para el mantenimiento regular de las relaciones; el sexo como lo furtivo, sorprendente y placentero dejando de lado el otro lado del

discurso como lo es el impulso irrefrenable que lleva a querer más de lo mismo, al punto que la falta de deseo y simiente a descargar direccione satisfacer el deseo haciendo cosas extrañas que estarían llevando a la muerte debido a su complejidad novedosa.

Categorías como ardor, servicio, pensamiento o verdad pertenecen ahora al discurso romántico y son suplantadas por sus pares posmodernos, la acción se suplanta por la operación, a esta no la precede nada significativo pero la tardanza en responder el chat o la vacilación para aceptar propuestas sexuales a la entrada es una perturbación operativa, perjudica a la eficiencia (Chul Han, 2014); Tinder estaría iniciando interacciones románticas, ahora operaciones, como dice Chul Han (2014) a modo de pintura en aerosol, atomizadas como robots pintando carros que van estáticos en una banda transportadora, acciones interactivas a las que les estaría faltando la amplitud del espacio y el tiempo y el regocijo afectivo del cuerpo del otro presente en realidad.

El amor enfría su pasión embotado por la multiplicación de ofertas placenteras y libertad de opciones de las tecnologías de la elección, el exceso de oferta de otros erosiona esos otros dando lugar a una demanda de cada vez más otros (Chul Han, 2014) haciéndose desechables en eso que convoca a buscar más satisfacción en lugares con emociones más intensas corriendo nuevos límites al umbral de satisfacción del deseo existente, un punto en que, lo que causa el deseo en el sujeto se satisface o se desvanece, pero el sujeto cree querer más, lo mismo, pero esta vez más, punto en que adviene lo extremo.

Hace cincuenta años el problema de cómo acordar, conciliar o entender el mundo circundante parecía cosa fácil ya que las palabras expresaban ideas y emociones, se afirmaba: comprender el lenguaje es comprender el pensamiento del que lo usa y el lenguaje está capacitado para transmitir una realidad objetiva, sin embargo, luego de los cambios en la comunicación por medio de pseudo realidades virtuales hoy es complicado sustentar que el discurso de cada persona pueda explicar la realidad y lo que para él es real.

A medida que la saturación social promueve la división mental del ser auténtico, cada recurso que va en pro de mantener la identidad interna es pasado por un cuestionamiento intenso a partir de la acumulación de otras voces interiores que juzgan vano, paupérrimo o deficiente cualquier idea erigida desde lo interno (Gergen, 2006). La expansión de los viajes aéreos, la televisión y las redes de ordenadores han incrementado el contacto con otros y estaríamos repitiendo estereotipos, opiniones y modales originados en sujetos de cualquier lugar del mundo.

Esta identificación con la repetición estereotipada contradice el criterio para adherirse a la objetividad pues en la medida que aumentan las repeticiones también se torna más distorsionada la verdad del asunto original; Gergen (2006) ya reconocía el papel que jugaron los avances tecnológicos y servicios comunicantes expandidos en los siglos XIX y XX y los categorizó en los de bajo y alto nivel, los de bajo nivel son el ferrocarril, el servicio postal, el automóvil, el teléfono, la radiofonía, el cinematógrafo y la edición comercial de libros y los de alto nivel son el transporte aéreo, la televisión y la comunicación electrónica.

Relaciones posmodernas portadoras del signo de la pluralidad rivalizan por el derecho a ser superiores con las reales, mensajes de chat compiten con el objetivo de ser declarados como mejores, relacionamientos rápidos cada vez más frecuentes colonizan nichos interactivos modificando todo lo que parecía natural, correcto y lógico (Gergen, 2006). Los participantes de Tinder estarían elaborando discursos posmodernistas para interpretar eso que se les escapa de la comprensión al mantener relaciones de pareja en modo virtual, se estarían buscando salidas diferentes a lo romántico para comprender cosas que no se tramitan interpretativamente en el pensamiento y las palabras debido a su novedad contemporánea.

Las tecnologías de la saturación social suprimen la identidad individual (Gergen, 2006) y nos adentran en el concepto de posmodernidad como poder erosionante de los escenarios típicos de socialización donde las personas se reúnen a compartir ideas, contar historias e interactuar personalmente, escenarios que sustentan el romanticismo y las mejores virtudes personales, lingüísticas e interactivas en el sentido de la vocación a utilizar el trato en comunidad con camaradería, disposición al diálogo y empatía, inteligencia dirigida a la elaboración de explicaciones lingüísticas como mecanismo que permita dialectizar los problemas que siempre aparecen en la realidad.

La capacidad degradante de la multivariada posmodernidad da vida a la saturación social; para Gergen (2006) las tecnologías de bajo y alto nivel fragmentan los cimientos en que está fundamentado el Yo y abocan a una multiplicidad de relaciones repetitivas que impulsan al sujeto en varias direcciones logrando un efecto de “multifrenia”, concepto que designa como el par contrario del “Yo auténtico”. Multifrenia explicada como la división del individuo en una serie de máscaras de su Yo, estado resultante luego de haber sido dividida su identidad al degustar y gustar de eso ahí expuesto en el Mercado descubriéndose deslizándose en un circuito circular hasta llegar al estado de multifrenia. En la medida en que las opciones reales son suplantadas por

las propias de Tinder se recurrirá más y más a ellas ya que estarían permitiendo expresarse y avanzar interactivamente ahorrando recursos energéticos y económicos importantes.

Sería erróneo conceptuar el estado multifrénico como malsano debido a que promociiona la sensación de logro social y de viaje intelectual vislumbrándose que dentro de poco tiempo se borraría la diferencia entre multifrenia y vida normal (Gergen, 2006). Procesos como la emoción y la razón dejan de ser la idea central de la interacción humana ahora re concebidos como posturas proclives a ser reinterpretadas conceptualmente, reconstruidas de manera permanente con intereses mercantilistas que pretenden que olvidemos que diferimos del mamífero inferior (Darwin, 1909) porque resolvemos problemas “en nuestra cabeza” en lugar de lanzarnos irreparablemente a la acción (Brett, 1972).

Las pautas certeras, fiables y experimentadas del Yo, construidas social y culturalmente, expresadas en principios románticos y valores altruistas son amenazadas por la posmodernidad y su manto de duda, incertidumbre e ironía. Mientras se adoptan y se acogen las posibilidades interactivas virtuales se va despreciando la palabra, la conversación y la narración de anécdotas de vida, se optará por experiencias emocionales en el chat pues estarían resultando más excitantes en su significación a las normales; las vacaciones y los matrimonios ahora deben respaldarse con un gran número de fotos y videos y el juego de fútbol es más cómodo de ver en la sala de la casa en un televisor gigante.

Los efectos sociales de la globalización modifican los valores, los hábitos y las necesidades conduciendo a una reconfiguración de la identidad y de las raíces culturales, poniendo al individualismo y al consumismo como motores de lo pos moral en la posmodernidad, época en que se replantean las relaciones entre el hombre y su mente, el hombre y su cuerpo y el hombre y su sociedad (Laredo Sánchez & Hamui Alabe, 2000) desembocando en el punto de la insignificancia del discurso porque lo dicho no recubre lo real y los deseos y las cosas aparecen de golpe y hay que tramitarlos con mesura, experiencia y palabras que expliquen eso que está pasando ahí, al no existir discursos con que nombrar lo que ocurre todo se torna afanoso.

La racionalidad práctica individual y colectiva se apoya en pequeños conjuntos de acciones modulares cognitivas en forma de rompecabezas, acciones simples como ir al cine exigen la conciliación de micromódulos cerebrales y así comprendemos el pensamiento y actuamos desde él mediante esquemas y patrones que automáticamente se jerarquizan unos a

otros (Broncano, 2000), el simple patrón: “ir al cine”, es dispositivo para otros como “agarrar el vehículo”, “mirar los estrenos” y “comprar en la confitería”, estos módulos esquemáticos funcionan como guiones dándole plataforma a los conceptos con que formamos nuestro conocimiento experimental.

La racionalidad interactiva que propone Tinder no permite experiencias sensoriales y perceptuales en unidades modulares tan pequeñas como las implicadas en la concepción del razonamiento instrumental (Domjan, 2010) medios - fin sin hablar de la presencia física que demanda el ideal cooperativo del objeto afectivo. Tinder entrena en la manera de hacer presente lo que está ausente y hacer ausente lo que está presente, el problema es que el afecto comunicado estaría representando solo un pedacito del deseo, pero ese deseo sigue estando allí haciendo lío en el sentido del esfuerzo libidinal no descargado en su objeto o figura adecuada otorgando displacer y ambivalencia afectiva.

Eva Illouz (2007) expone acerca de cómo el uso de conceptos y vocabulario propios del argot psicológico se ha puesto al alcance del público común mediante la diseminación en el Internet de la literatura de consejos, para ella esto ha facilitado una acomodación en ámbitos sociales de términos científicos referentes a los comportamientos y las emociones, términos que se revisten de racionalidad son transferidos directamente a lo socio cultural mediante su uso en todos los ámbitos generando imágenes mentales cargadas de prejuicio, estereotipaciones, discriminación e inclusive exclusión.

La repetición de conceptos propios del lenguaje de la psicología excede los escenarios antes mencionados y se introduce en la interacción personal, por ejemplo en temas como la búsqueda de pareja, escenario que se ha nutrido y enriquecido de ideas provenientes de la investigación psicológica alrededor del amor y el emparejamiento. La literatura de consejos también tiene un papel principal en este proceso debido a que se nutre de información extraída de experimentos sociales sobre relaciones interpersonales y se consolida en un intento por llevar a las publicaciones no científicas las ideas centrales y las conclusiones de investigadores sociales.

Está el caso de sugerencias que apuntan a que las primeras citas resultan más condicionantes apetitivamente en lugares donde se perciben sensaciones de peligro o de excitación extrema al confundirse con atracción o sentimientos fuertes hacia el otro como se menciona en la investigación: “Amor pasional y atribución equivocada de excitación” donde mediante un experimento, los participantes interactúan con una evaluadora en un puente colgante

y una montaña rusa o una situación neutra como grupo control, concluyendo que las sensaciones de peligro pueden asumirse como una recompensa positiva.

Estudios que a menudo se mencionan en medios masivos de comunicación adquieren niveles de confiabilidad sin precedentes y terminan por operativizar las relaciones, transformándolas en algo planeado y metódico con la garantía de la razón y la lógica provenientes de la investigación experimental. Para Giddens (1998) los cambios en el relacionamiento generan una transformación de la intimidad en donde las mujeres en la posmodernidad exigen el desmonte del paradigma patriarcalista de las relaciones de pareja y abogan por una “relación pura”, explicada como una relación de igualdad sexual y emocional.

Los esfuerzos femeninos por zafarse del problema del machismo dieron como resultado lo que Giddens (1998) llama “sexualidad plástica”, piedra angular de la emancipación de las mujeres, latente tanto en la “pura relación” como en la reinención del cuerpo femenino, la sexualidad plástica es una sexualidad excéntrica, sorda al llamamiento de la reproducción, tiene su motivo en la tendencia iniciada a finales del siglo XVIII a delimitar obligatoriamente el número de hijos, se posiciona posteriormente como fermento de la divulgación de la moderna contracepción y de los nuevos inventos en tecnología anti reproductiva.

La sexualidad plástica subsiste fundida como un rasgo más de la personalidad y se aúna con la identidad, simultáneamente, independiza la sexualidad femenina de la supremacía fálica y de la hegemonía y poder sexual masculino (Giddens 1998), la historia de las realidades sexuales masculinas mantenidas al cubierto por un manto de tela oscura que cubre al sexo como lo más buscado y placentero, dejando de lado al par contrario del discurso: el embotamiento por exceso que lleva a la depresión y la ansiedad que deben taponarse con objetos suntuosos, filias y cada vez más y más uso del comodín del placer.

El poder y vigilancia sexual por parte de los hombres hacia las mujeres es más que una peculiaridad secundaria de las relaciones afectivas en la historia, es un escenario en el que ese poder y vigilancia merman su intensidad, la declinación de ese poder y vigilancia trae como efecto colateral la competencia entre géneros; para Giddens (1998) se ha declarado una guerra entre géneros y no se atisba con certidumbre cuándo aparecerá un agente conciliador que explique la diversidad de la experiencia inter género actual.

Los cambios tecnológicos y culturales están propiciando un periodo de transición en las relaciones de hombres y mujeres (Brothers, 1981) junto con el estilo de vida, las virtudes y las

prospecciones a futuro en donde las mujeres están disputando el poder que mantenía el dominio masculino. Brothers (1981) advierte de cómo los hombres se percatan de que su base de poder viene deteriorándose, en el trabajo las mujeres ya no son los seres serviciales de tiempo completo que de igual manera en la casa cosían un botón o hacían las labores del hogar con gusto, ahora son competidoras por aumentos de sueldo, ascensos y reputación.

En los hogares posmodernos las esposas estarían exigiendo que sus maridos libren un rol más activo en el cuidado de los hijos y en que compartan con ellas de manera más igualitaria las tareas del hogar, esta situación estaría instalando y activando una alarma en la percepción masculina pues a nadie le gusta perder terrenos colonizados y antiguos privilegios, tensiones que se vienen intensificando y no se limitan a los ámbitos en que la mujer es subordinada del hombre, existen en todos los niveles socio culturales.

Giddens (1998) informa acerca de cómo una gran cantidad de mujeres han sido calificadas de virtuosas o disolutas, las mujeres disolutas han estado al margen de las sociedades respetables debido a que la virtud se ha connotado como el rechazo de las mujeres ante oportunidades de carácter sexual, rechazo promovido por prohibiciones desprendidas de la crianza, noviazgos vigilantes o matrimonios arreglados, a diferencia de los hombres, en los que siempre se ha visto como natural que tengan experiencias sexuales fuera del matrimonio y manejen la doble moral incluso al interior del matrimonio como realidad aceptada culturalmente a lo largo de la historia.

No así, de la misma manera el adulterio por parte de la mujer, visto como una falla imperdonable y su puesta en conocimiento público acarrea desenlaces amenazantes para su integridad a todo nivel, al contrario, el adulterio en los hombres es considerado como una cana al aire o una aventura sin trascendencia, en todo caso comprensible y de fácil olvido. Es complicada la dicotomía primordial que habla de una multiplicación de oportunidades interactivas versus territorialidad afectiva vigilante.

Las tecnologías que saturan la sociedad aceleran el consumo de otros y crean ofertas y demandas a modo de Mercado valiéndose del sexo, la violencia y las adicciones generando ingresos económicos alarmantes. Situaciones sexuales siempre prohibidas especialmente a las mujeres las catapultan a querer merecer algo de eso siempre clandestino, al culparlas por su deseo se las avoca a desear más que nada lo reprimido en su cuerpo y a ser sumisas ante aquel que porta el signo del deseo sexual en su lenguaje y actos pues toda vez consentir pretensiones sexuales ajenas es diferente a ofrecerse para satisfacerlas.

Las dificultades que soportan las mujeres al disfrutar su deseo las conduce a dos extremos: a la manía de la poligamia y la promiscuidad oculta y ansiosa o a la melancolía de acceder dar por perdida la empresa del desenvolvimiento de una vida sexual, por el lado de la promiscuidad se viene la compulsión de repetición y el inherente engolosinamiento con deseo de no querer parar comprimido por la carga de culpa y la represión coercitiva católica, familiar y socio cultural, y por el lado de la inhibición, viene el aislamiento obsesivo que surte efectos nocivos igualmente en el sentido de que es una lucha que casi siempre se pierde pues el deseo sexual que pretende taponar el encierro y la exclusión crea una condición límite que busca el satisfactor absoluto, al medir la imposibilidad de satisfacción así de total se da el exceso desbordado intentando conseguirlo de todas formas utilizando vías diferentes a lo habitual.

A lo largo de la historia el hombre se ha visto en dificultades para ejercer la prostitución debido a su condicionamiento fisiológico en cuanto al área genital o reproductiva haciendo que disponer de mente, cuerpo y carne al mismo tiempo a veces sea problemático para su incondicionado desempeño sexual; el constante impulso sexual instintivo y publicitario direcciona situaciones en que hay que saber que en determinado momento la lógica siempre termina en la dirección de: ¿Sos vos o soy yo? (hostilidad) ¿Lo hacemos o no lo hacemos? (sexualidad), por lo tanto, es necesario construir discursos eficientes, propositivos y simples que faciliten explicar la realidad en lo sexual y lo violento, eso que no se puede decir porque siempre ha sido tabú pero que aparece en la realidad y se tiene que administrar con las ideas que surjan de los precedentes que se tengan en la experiencia.

Las mujeres que aceptan, disfrutan y gestionan su deseo se ven afectadas con el estigma sexual (Goffman, 2006) a modo de lastre que las inhabilita para una plena aceptación y disfrute de su cuerpo; el esfuerzo de la pulsión libidinal al topar con la prohibición represiva genera complejidades en lo real del cuerpo llevando el deseo a dividirse en fantasías multiplicadas acarreando estigmas desacreditadores a los amantes en el sentido del exceso.

Fueron los griegos quienes idearon el término “estigma” para referir indicios en el cuerpo (Goffman, 2006) como rajaduras o quemaduras en la piel y avisaban que el que los llevaba era un esclavo, un malhechor o un traidor, una persona deshonrada a quien debía evitarse especialmente en lugares públicos; estigma a modo de crítica social severa con palabras negativas en contra de otro y no tener que pagar las consecuencias penales, mentales y sociales que implica hacerlo en la

realidad mediante acontecimientos de violencia y muerte, una forma de atacar mucho más económica en todos los sentidos, las palabras facilitan agredir sin sangre.

Hoy en día el concepto estigma es usado con una significación bastante parecida a la original pero ahora refiere el defecto en sí mismo y no su signo en el cuerpo; Goffman explica que la sociedad categoriza a las personas que la conforman mediante los indicios en su cuerpo y vestimenta infiriendo en que estatus esta, o sea, su identidad social (Goffman, 2006), figuración simbólica adaptable a la carga de culpa, discriminación y exclusión que ha generado en las mujeres, a lo largo de la historia, el hecho de ser portadoras conscientes y defensoras activas del disfrute de su deseo sexual o de la maternidad por ellas mismas.

Una moral socio cultural arraigada en el catolicismo, el matrimonio y la vigilancia de género apoya la implantación del estigma sexual y direcciona pensamientos divididos en donde el deseo y su concomitante satisfacción son obstaculizados, surge una disonancia cognitiva a modo de dicotomía primordial consistente en el choque entre los instintos biológicos procreativos y la moral sexual socio cultural; los montos libidinales adaptados filogenéticamente hace siglos para excitar al ser humano buscando garantizar la vida valiéndose del principio del placer que a partir de la exquisita sensibilidad nerviosa en la zona genital permite manifestaciones placenteras en lo real del cuerpo como par contrario de la prohibición del incesto, de la masturbación y de la poligamia.

Puntualizaciones coercitivas resuenan en el pensamiento transmitiendo malestar y vicisitudes entre virtuosidad y satisfacción sexual con el empleo de un discurso coercitivo que modela toda la interacción social del sujeto, pero hay algo que sobrepasa las posibilidades de ese discurso para regular, eso es el deseo inconsciente de querer sobrepasar los límites demarcados y vencer las reglas generando cuerpos divididos entre la inhibición como virtud y la satisfacción del deseo como defecto estigmatizable.

La inquietud que genera en los hombres el hecho de que las mujeres ya no se sometan al dominio sexual ejercido durante siglos por su parte ha desatado la violencia masculina contra ellas a modo de castigo al punto de llamar feminicidio al asesinato de una mujer a manos de su pareja. Las profundas transformaciones que trajeron los medios masivos de interacción en la pareja crean nuevas demandas y ansiedades acrecentadas con el uso de perfiles de citas toda vez que representarían intercambios sociales más amplios acarreando cambios que generan efectos

directos en el género, la familia y la sexualidad en el sentido de mover a las mujeres de la imagen mental donde se les ha puesto a lo largo de la historia.

En una cultura machista atravesada por el romanticismo arraigado, tener noticia de que alguien busca encuentros sexuales por medio de aplicaciones como Tinder estaría haciendo portador al participante del estigma sexual, esto le conlleva una marca que le hace diferente a lo establecido culturalmente en la ética, le estaría convirtiendo en alguien menos apetecible, pasa de verse como una persona completa y común para reducirle a un ser infectado y menospreciado (Goffman, 2006).

Una filiación social de esta naturaleza es un estigma, sobre todo cuando produce en las relaciones de pareja una dicotomía amplia, recibiendo también el nombre de defecto, error o desventaja; cuando la identidad social de las mujeres se quiere ver en el lugar de buenas esposas, madres, hijas y hermanas, en contraste puestas en el lugar de participantes casuales en Tinder, facilita reclasificarlas en una categoría diferente que surge del estereotipo prejuicioso que manejamos acerca de cómo deben ser las mujeres según el miramiento del género masculino, el catolicismo y la visión monógama de las relaciones.

El término estigma es aviso desacreditador, una disconformidad en la memoria histórica que informa de cómo ha sido alguien o algo en líneas de tiempo anteriores (Goffman, 2006) avisando acerca de cómo podría seguir siendo ese alguien o algo. Tinder como un ofrecerse a otro que también busca ratos sexuales, principio del placer articulado a lo que se puede nombrar con los referentes lingüísticos que manejamos como chat o foto, lo que podemos decir, nombrar y decidir: ¡esto es lo que yo quiero, ¡de ahí vendrá mi satisfacción!, pero existe una satisfacción de otra índole para la que casi nunca existen referentes lingüísticos en el pensamiento que faciliten tramitarla y menos satisfacerla en lo real del cuerpo y la realidad del ambiente.

La autora Lilian Rubin (1990) estudió en 1989 historias acerca de la sexualidad de mil individuos heterosexuales de Estados Unidos, con edades comprendidas entre los dieciocho y cuarenta y ocho años. Luego surgió un hallazgo desalentador: “la crónica de un cambio de proporciones alarmantes en las relaciones entre los géneros” durante las décadas pasadas. La primera experiencia sexual de los encuestados de más de cuarenta años era inversamente proporcional con la encontrada en los grupos de edad más joven.

La autora introduce su informe dando cuenta de cómo era su vida amorosa como miembro de esa misma generación antigua, al momento de casarse, durante la Segunda Guerra Mundial:

“era virgen, era una chica que guardaba todas las normas culturales de la época y nunca había llegado hasta el final”; y no era la única en establecer límites claros a la exploración en materia sexual ya que compartía los códigos de comportamiento comunes a su época histórica.

Su esposo vigilaba que estos códigos se respetarían, su criterio de lo que en el tema sexual era bueno o malo era igual al de ella, la castidad de las mujeres hasta las nupcias era valorada por los dos géneros, en caso de algún intercambio sexual entre amigos casi ninguna chica comentaba nada, casi todas lo comentaban con una amiga sólo cuando estaban comprometidas a casarse (Rubin, 1990) y las muchachas que manejaban libertad sexual eran deshonradas por las otras al igual que por los muchachos que secundaban su libertinaje, inversamente proporcional en que la buena reputación de las chicas tenía su cimiento en su tacto para zafarse, contener o hacer secretas las oportunidades de carácter sexual, la de los muchachos se afianzaba con las conquistas sexuales que pudieran sumar.

La diferencia entre chicas buenas y malas aún se da en términos regulados por el filtro de la seducción masculina, pero otras actitudes de chicas menores de veinte años específicamente han cambiado drásticamente (Giddens, 1998) pues ahora éstas piensan que es aceptado socialmente sostener actividades sexuales, incluida la penetración, a edades prematuras. En la encuesta de Rubin casi ninguna adolescente habla de “conservarse virgen” para una relación futura o para el matrimonio, en lugar de eso, el mensaje es de romance sin compromiso y visiones avocadas a la finitud de las experiencias sexuales primarias.

Rubin (1990) logró información relevante por medio de la entrevista cuando por ejemplo, respondiendo a la cuestión por sus actividades sexuales con un amigo, una chica de dieciséis años contestaba: “nos amamos; por tanto, no hay razón para no hacer el amor”, Rubin le preguntó entonces, si para ella era factible plantearse un vínculo a largo plazo con su amigo, su respuesta fue: ¿quiere decir que si llegaremos al altar? la respuesta es no, ¿o si el próximo año estaremos juntos?, ¿no lo sé! falta mucho tiempo, en su mayoría los jóvenes no duran juntos largo tiempo, nosotros haremos planes sólo para el tiempo en que dure lo nuestro. ¿No es eso un compromiso?

Rubin (1990) demostró que las modificaciones de la conducta sexual y las actitudes de las chicas han sido más pronunciadas que en los muchachos y entrevistó a varios muchachos con sensibilidad a las relaciones basadas entre el sexo y el compromiso quienes devaluaban la igualdad entre éxito sexual y proezas de macho, sin embargo, de manera general, hablaron con admiración acerca de los amigos masculinos que ligaban con muchas chicas y estigmatizaban a

las chicas que actuaban de igual manera, una minoría de muchachas rivalizaba con la conducta polígama tradicional masculina de manera abierta y con carácter retador, de cara a estas acciones, los chicos respondieron, casi todos, sintiéndose agraviados pues ellos aún preferían la inocencia, al menos de cierto tipo.

La aceptación por parte de las mujeres de su nueva realidad liberada estaría llevándolas a la lucha por ganarse esa posición en una cultura aún machista, romanticista y estigmatizante. Para Giddens (1998) algunos aspectos de la vida de las parejas como el cortejo y la vida cotidiana adquieren un matiz teatral cuando deben usarse máscaras para taponar aquello estigmatizable en cualquiera de los dos, la falta de conversaciones y de referentes lingüísticos como actitudes conciliadoras que faciliten hablar y crear discursos acerca de cosas incómodas hace que las acciones violentas y la perplejidad concomitante sean quienes se apoderen de lo real.

Siguiendo la lógica de Giddens, la forma en que el sujeto integrante de una pareja guía lo que el otro piensa es un conflicto absurdo que cada vez cobra más adeptos al igual que víctimas. Relaciones de pareja metaforizan escenarios teatrales exhibiendo conductas deformadas por la complacencia e intereses extra amorosos utilizando palabras y hechos que pretenden ser reales favoreciendo invisibilizar aspectos negativos que pongan en peligro el deseo sexual recíproco. Para Giddens las relaciones afectivas iniciadas en red estarían teniendo efectos terapéuticos en personas habituadas a una cotidianidad estereotipada, ya sea sexual, familiar o social. El anonimato de Internet abre posibilidades luego de la habituación a los estímulos excitatorios propios de la vida regular en el sentido de la perplejidad de lo diario y común y la excitación concomitante a reemplazar eso en la fantasía por algo novedoso.

Para Goffman (1998) la persona que presenta una condición de personalidad o deseo vergonzante tendera a zafarse de esa realidad utilizando una interpretación deformada del carácter de su identidad social real, entretanto, es probable que utilice su estigma para obtener beneficios secundarios como una forma de recubrir y darle envoltura formal a la falta de éxito que padece a causa del peso del estigma u otras razones.

Durante muchos años la sexualidad reprimida, vigilada y clandestina de las mujeres ha sido considerada como una desventaja en comparación con los hombres, ha implicado procesos en su adaptación social, emocional y afectiva a lo largo del tiempo, ha funcionado como excusa implícita para justificar sus inadecuaciones, insatisfacciones y frustraciones (Goffman, 1998).

Para Giddens, cuando la vida sexual activa de la mujer elimina el factor coercitivo impuesto por la vigilancia patriarcal, de pareja y cultural, rápidamente se percata de que no están listas para realizar su nuevo logro sin el acompañamiento de la represión sexual; Tinder como espacio donde puede mostrar una identidad liberada de la ansiedad, la hipocondría y las consecuencias de la prohibición sexual repetitiva en el tiempo. De un lado el principio del placer, de otro, la satisfacción de otra índole amarrada a la compulsión de repetición que el sujeto no puede nombrar ni puede controlar.

Las relaciones posicionadas como el insuperable esparcimiento que vale la pena disfrutar a pesar de sus patentes riesgos, de hecho, como si se cumpliera la ley de Martin Heidegger que asevera que las cosas se revelan a la conciencia solamente por medio de la frustración que causan, arruinándose, desapareciendo, comportándose de manera inesperada o traicionando su propia naturaleza, la idea central de goce direccionada en la satisfacción que se aguarda de las relaciones interactivas precisamente porque no han resultado plenas y realmente satisfactorias y si son satisfactorias, el coste de la satisfacción que producen se considera excesivo e inadmisible (Bauman, 2003).

Los vínculos sentimentales y su grado de complejidad trabado, hermético y enigmático hacen que el usuario raramente logre comprenderlo y desentrañarlo por sí solo. La agitación de las ratas de Miller y Dollard ante el estímulo condicional de tener que recibir una descarga eléctrica para acceder al alimento casi siempre se diluía en la inacción. La capacidad interactiva reducida que presuponen a la entrada las conciliaciones en modo virtual coartarían el criterio para distinguir entre estímulo apetitivo y aversivo (Domjan, 2010) o esperanza y duda y estarían promoviendo imposibilidades afectivas, perplejidad, mutismo y extremismos (Bauman, 2003).

Tinder ofrece servicios de casamentero virtual a cambio de consumir mensajes publicitarios o gastar dinero real en su versión Premium; según Bauman (2003) lo que demandan los participantes virtuales de los demás participantes es cómo lograr la relación perfecta: cómo tener sexo casual y conservar el respeto al mismo tiempo, cómo saborear las delicias de la dulzura evitando los mordiscos más amargos y menos tiernos, cómo lograr que la unión les delegue poder sin que la dependencia los aminore, que les conceda garantías sin condicionarlos, que los haga sentir felices sin sobrecargarlos: satisfacer el ideal del yo: lo que cabe dentro del principio del placer y el superyó sacando de la ecuación discursiva y perceptiva la sensación

depresiva o ansiosa relacionada al esfuerzo del satisfactor de otra índole pidiendo a la compulsión de repetición llegar al límite donde aún no se ha llegado aún.

La red y el yo, la sociedad red, pendiente de la empresa red como su nuevo proveedor de cultura, instituciones y organizaciones de la economía informacional, amantes en red; Tinder adopta una audiencia de masas amantes desarrollando así el poder de las redes interactivas, el espacio para compartir la representación de los montos afectivos estaría flotando en el tiempo atemporal de la red (Castells, 1997) dando lugar a encuentros sexuales iniciados a partir de un imposible: la satisfacción total, pura, la imagen recubriendo las cosas y sus significados ya que las palabras no alcanzan a cubrir y explicar lo que siempre está ocurriendo en la realidad.

Según Giddens (2006) se llevan a cabo actualmente más ensayos sexuales de lo que era normal en generaciones anteriores y las mujeres esperan recibir satisfacción a partir del placer sexual así como proporcionarla, muchas de ellas consideran una vida sexual llena de intensidades como la clave para un matrimonio feliz y la cantidad de mujeres casadas durante más de cinco años que han tenido aventuras sexuales con amantes es hoy virtualmente la misma que la de los hombres. Lo amoroso y lo sexual, lo amoroso solo sostenido entre el punto de lo sexual - amoroso y lo amoroso, sostener las palabras que se dicen con el cuerpo día tras día haciendo un equilibrio entre lo sexual y lo amoroso y cuando aparece la tentación de infidelidad, las palabras que han sostenido ese cuerpo en relación al otro hasta entonces tendrán que decir sí o no.

En contraste con las relaciones cara a cara, las electrónicas encubren información visual como por ejemplo movimientos oculares y expresiones faciales de forma que la persona que se comunica electrónicamente se ve imposibilitada para leer indicios físicos que le dejen ver si su interlocutor ratifica o no el dialogo (Gergen, 2010) y hay tendencia a establecer un otro imaginario ideal con el cual relacionarse tornándose relaciones frías al punto que aquellos quienes las usan no pueden seguirles el rastro a sus contactos.

Eva Illouz, en: *¿Por qué duele el amor?* (2012) nos habla de cómo "la imaginación prospectiva mediada por Internet" parte de una acumulación de atributos virtuales más que de una visión sensible del objeto, en esta configuración las personas cuentan con menos datos del otro y por lo tanto parecen menos capaces de idealizar u otorgarle importancia sentimental al otro, Illouz supone que el desbordado acceso a la libre elección trae consigo una "racionalización" del deseo como mecanismo para controlar la incertidumbre.

Desde la perspectiva de Illouz, el vínculo ya no está determinado por la emoción sino por la razón; se invita al sujeto del deseo a elegir y se lo responsabiliza por ello, pues debe crear criterios racionales de lo deseable en el otro a partir de la poca, sesgada y casi nunca confiable información que se tiene, esto eleva las expectativas de calidad vincular como seguridad para aquello no controlado, de ahí que se genere violación de expectativas rápidamente.

De esta manera, la idea de relación estable o romántica aumenta el desconcierto y por más esfuerzos que hagan los buscadores de relaciones y las aplicaciones de citas por llevar mejores encuentros la idea de relación estable se resiste a ser despojada de sus connotaciones turbulentas y azarosas y sigue cargada de vagas intimidaciones y sospechas sombrías, transmite la vibración de los goces de la unión y los sobresaltos de la poligamia, a lo mejor por eso, más que transmitir su estilo y expectativas en términos de relacionarse y relaciones, los usuarios de los perfiles de citas hablan cada vez más ayudados por la configuración de su uso, de conexiones, de conectarse y estar conectado (Bauman, 2003).

En vez de hablar de parejas prefieren hablar de redes. ¿Qué ventaja conlleva hablar de conexiones en vez de relaciones? Bauman (2003) contrasta que las personas inmersas en relaciones, el parentesco, la pareja e instituciones simbólicas semejantes que destacan el compromiso mutuo y excluyen o esquivan a su par contrario, el descompromiso, estarían obteniendo un espacio en una red dónde descansar, una matriz que conecta y desconecta a un mismo tiempo resultando perfectamente funcional ya que ambas acciones no están habilitadas a la vez.

Según Bauman (2003) en una red conectarse y desconectarse son decisiones igualmente aceptadas con el mismo estatus y jerarquía, red indica que habrá momentos de estar conectado intercalado con espacios de libre merodeo, en una red las conexiones se forman a demanda y pueden concluir a voluntad, una relación cara a cara se torna indeseable pero indisoluble y es lo que hace que una relación sea tan comprometedor y coartante, no obstante, una "conexión indeseable" es una contradicción: las conexiones son y pueden ser disueltas antes de que empiecen a ser aborrecibles.

Para Bauman (2003) las conexiones son relaciones establecidas en la virtualidad diseñadas a la medida de la moderna vida líquida, concepto con el que metaforiza la facilidad con que el agua se escurre por entre los dedos de las manos así como las posibilidades románticas discurren con mayor velocidad entre afluencias que crecen destronando la actual con la promesa de que la

siguiente será más gratificante y satisfactoria; Bauman compara relacionarse romántica y tecnológicamente, dice que las últimas son relaciones de fácil entrada y salida, que parecen reflexivas e higiénicas, de fácil uso y amistosas con el usuario cuando se las confronta con la relación en la realidad, pesada, lenta y llena de ansiedades y dudas, las virtuales tienen una liviandad inusitada que resulta atrapante.

La importancia y la obligación de cada hablante de construir discursos estructurados que faciliten comprender el mundo, a otros y a sí mismo se ve amenazada por Tinder al promocionar comunicaciones a base de imágenes y promesa de carne fácil, pocas palabras que al no ser puestas en el escenario discursivo de la realidad del encuentro terminan haciendo lío en la realidad devaluando cada vez más la importancia del lugar conciliador donde se cuentan historias y se comprenden en sus asuntos los integrantes de un lazo social sentados a la mesa, lugares donde los armazones discursivos de los padres entran la vida con sus hijos y donde conversar es parte importante en la imagen mental colectiva pues facilita lugares donde se concilia y se comprende que las palabras curan la ignorancia.

Las posibilidades relacionales buscadas en aplicaciones con catálogos de imágenes de muchas potenciales conquistas, cantidades cada vez mayores de contactos dispuestos a ser abordados por el chat; cantidades absurdas de perfiles estarían devaluando la tendencia a encontrar compañía duradera o pretender obtener una verdad objetiva, delimitada y certera acerca de lo que centralmente se quiere, es uno de los pasos anteriores a la implementación de los robots cibernéticos con funciones de inteligencia artificial para reemplazar a la pareja humana.

La aceptación de la virtualidad propicia el alzamiento de muchas voces creando un ambiente de variedad y de no adhesión a una verdad objetiva, justificada y afianzada en la memoria y los hábitos; erosionada la esperanza de conseguir identificación en el conocimiento objetivo de los individuos, en su mente, sus emociones y sus intenciones y puesta en lugar de descredito de igual manera la identidad, preguntas acerca de la vida como la honestidad, el trabajo y la familia ya no son más que una reflexión demasiado específica para pensamientos con la atención puesta en tantos estímulos excitantes a la vez.

La crítica posmoderna indetermina la distinción entre el objeto y el sujeto, entre la mente y el mundo o entre el gobernante y el país y la seguridad en la cual las palabras son signos externos de significados internos que definen el criterio para orientarse no va más, el objeto de las palabras del individuo ha perdido importancia, la identidad individual se desvanece de a poco en

la oferta venida de todas las índoles, objetos y personas novedosas que potencializan la utopía de sobrepasar el límite del umbral del placer sexual que se maneje en ese momento (Gergen, 2006).

Los seres humanos ahora podemos disfrutar de un nuevo componente del lóbulo frontal, un neo córtex que nos estaría procurando conductas ejecutivas autorreguladas pero seguimos motivados instintivamente a cazar estímulos excitantes o apetitivos para liberar tensión nerviosa y muscular producto del fatalismo y la prohibición represiva sin hablar de la rumiación de pensamientos y el derroche de energía corporal en acciones mínimas que no demandan montos elevados de gasto; direccionados por estereotipaciones ancladas en perspectivas aristocráticas y pequeño burgueses, rebaños sin protestar de medios de comunicación serviles al poder, obedientes y sumisos ante un Mercado que de a poco nos va hundiendo en el mar.

Los crecientes relacionamientos virtuales ponen bloqueos al paso de la comunicación lingüística en el sentido de que cualquier acto, situación u objeto está sujeto a múltiples descripciones o perspectivas, una perspectiva determinada sólo puede convalidarse remitiéndola a otras (Gergen, 2006) lo que corroe el fundamento legítimo de una identidad cualquiera y ubica al término racionalidad como artimaña persuasiva para adicionar peso a la excusa que explique la nueva preferencia.

La multiplicación de posibilidades afectivas conduce a un desdibujamiento de los límites marcados con antelación por las preferencias y las regularidades usuales en la vida, si las categorías culturales heredadas por generaciones anteriores dejan de ser conocimiento procedimental, todo lo que antes parecía identificable, seguro y solido empezara a rebasar las fronteras y a mezclarse, combinarse y reelaborarse y vendrá la erosión de la seguridad de la identidad (Gergen, 2006).

Tinder aumenta las maneras en que se crea y se recrea la identidad personal en las relaciones y esto va modificando lenta e irregularmente en el entramado de significados haciendo variaciones en la comprensión del Yo y de las relaciones modificando el carácter de dicho conocimiento y direccionando cambios en el Yo autentico, ya no definido como esencia en sí, sino como producto de las relaciones con diferentes factores del Mercado, el mundo posmoderno marcado por la multivariada oferta de yoes y el Yo definidos a partir de sus manifestaciones relacionales y de consumo y estas relaciones ocuparían el lugar que en toda la historia de la humanidad ha venido teniendo el Yo autentico.

La imposibilidad de las palabras para explicar lo que pasa permite que mucho se escape al sujeto en ciertos escenarios: lo sexual, lo amoroso, lo social, lo político, lo ideológico; se podría pensar que todas las circunstancias anteriores pudieran ser pasadas por la lógica del lenguaje y las palabras pero no es así, hay cosas que no se pueden leer en la realidad como palabras en un libro y por eso se quedan dando vueltas, situación en que aparece el infortunio creando condiciones naturales para el caos, la degeneración y la pulsión de muerte, última instancia posible luego de haber habituado la mente y el cuerpo a sensaciones excitantes límite como lo es el sexo y su consustancial descarga libidinal en exceso.

6.3 Valoraciones de los participantes sobre el uso de Tinder

Con el fin de dar cuenta de un contexto actual y de un lugar concreto como son los participantes de este estudio en Medellín se presenta el siguiente capítulo construido con frases y palabras surgidas en calidad de códigos y categorías a partir de la intertextualidad generada luego de transcribir las entrevistas y analizarlas en su totalidad, los significados escritos entre comillas son tomados fielmente de los entrevistados y se han organizado de manera que cumplan una función cohesiva y coherente del lenguaje, para lograr este efecto se escribió el capítulo entramando dialécticamente los dichos de los participantes con el contexto socio cultural de las aplicaciones de citas partiendo desde la categoría que conservaba menor número de códigos en su familia, como es el caso de la confidencialidad, hasta llegar a la significación categórica con mayor número de códigos en las entrevistas como lo fue interacción, evidenciándose así que los participantes tuvieron significaciones de la aplicación que van en diferentes vías, tales como confidencialidad, pasatiempo, acogida, desencanto, mercado, reputación, sexualidad e interacción:

En el primer caso, lo confidencial es “Algo que se hace o se dice en la confianza de que se mantendrá la reserva de lo hecho o lo dicho” (Real Academia Española [RAE], s.f.), tiene que ver en el sentido de que los participantes comparten imágenes y palabras y se supone que se conserva un halo de anonimato pues éstas solo estarían siendo revisadas por otros usuarios que establecen contacto directo con ellos; una persona que no sale mucho o que siente timidez al momento de interactuar cara a cara estaría sintiéndose más “relajada” (comunicación personal participante 1 y 3, 2023) comunicándose por Tinder ya que no tendría que tolerar la crítica social

ni los análisis detallados de otro sujeto de demanda destacándose así de manera precisa este anonimato que brinda la red al evitar preocupaciones por lo puedan saber otros que no tienen que ver con su situación.

La segunda significación se llama pasatiempo, que en el caso de Tinder se configura como "Actividad de diversión o entretenimiento en que se ocupa un rato de ocio" (RAE, s.f.). Perspectiva de diversión que se estaría obteniendo al usar Tinder cuando se está desatareado, su instalación y uso estaría siendo motivada en la "curiosidad" (Comunicación personal participante 1, 3 y 4, 2023) que despierta su reputación y que se convierte en una alternativa para sobrellevar el "desparche" (Comunicación personal participante 1 y 3, 2023). El entretenimiento en Tinder estaría fomentando estímulos compensatorios en el sentido de que momentos de vacío cotidiano se estarían llenando con una alternativa interactiva virtual, una opción, una ventana que conlleva a que muchos escojan una ventana para "ve, abramosla a ver qué pasa" (Comunicación personal participante 3, 2023) al igual que para los momentos de desvelo en las madrugadas contar con un entretenimiento mientras llega el sueño: "ve, voy a entrar a Tinder a ver que hay" (Comunicación personal participante 1, 2023).

La Acogida que brinda Tinder a sus participantes entendida como "Recibimiento u hospitalidad que ofrece una persona o un lugar" (RAE, s.f.) se posiciona en la significación número 3. Tinder como representación adoptante, contenedora y gratificante al ser identificada como espacio en el que "se puede ser lo que a veces la sociedad no deja" (Comunicación personal participante 1, 2023). Anonimato de Internet y distancia geográfica estaría propiciando la aparición de personajes con perfiles pintorescos, posmodernos y folclóricos nutriendo la variedad de opciones interactivas de que dispone Tinder. Tolerancia hacia usuarios que no lo usan con fin exclusivo de interactuar, como por ejemplo ventas, prostitución y "conocer extranjeros" (Comunicación personal participante 2, 2023) además del halo de libertad para representar un rol en el juego de "poder ser vos mismo" (Comunicación personal participante 1, 2023) hacen que cada vez más personas quieran "ser lo que no son o no han podido expresar" (Comunicación personal participante 1, 2023) mediante la ayuda de Tinder.

El Desencanto o "Decepción, desilusión" (RAE, s.f.) consustancial al uso de la aplicación por parte de sus participantes es el cuarto significado y va en el sentido de la violación de expectativas, intermitencias en la comunicación e imposibilidades interactivas que estarían siendo causantes de estados de "ansiedad" (Comunicación personal participante 3, 2023) al momento de

acceder a la interfaz de uso. Perspectivas en las que se accede a “un catálogo de chicas” (Comunicación personal participante 3, 2023) termina siendo una “falsa expectativa” (Comunicación personal participante 3, 2023) haciendo que usuarios de Tinder cierren su perfil al llegar a la conclusión de que “esto no es lo mío” (Comunicación personal participante 3, 2023). La utilización de lenguajes estereotipados socialmente para intentar construir un dialogo estarían haciendo pensar: “me aburre cuando se da la dinámica de las mismas preguntas” (Comunicación personal participante 4, 2023), panorama reforzado con experiencias aversivas: “lo abro y digo: aquí no encuentra uno nada, ¡que pereza!” (Comunicación personal participante 3, 2023) hacen que para algunos de los que abren Tinder “no cambie nada” (Comunicación personal participante 3 2023) y terminen por alejarse.

La quinta significación encontrada se llama Mercado, explicado como "Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar, o permutar bienes o servicios" (RAE, s.f.). Tinder como “bazar” (Comunicación personal participante 2, 2023) donde “muchacha vende ropa, es como un Instagram” (Comunicación personal participante 4, 2023) o donde “mujeres operadas que buscan patrocinador” (Comunicación personal participante 4, 2023) acceden a una plataforma que funciona como “una mata de perfiles” (Comunicación personal participante 2, 2023) haciendo manifiesto encontrar una disposición totalmente comercial por parte de Tinder como aplicación en donde “te aparece el corazoncito en oro del que paga en Tinder” (Comunicación personal participante 4 2023) frecuentemente mientras se navega además de solicitudes constantes para comprar una cuenta Premium que estaría maximizando posibilidades de interacción con mayor cantidad de otros; en ese mismo sentido, surge la metáfora de ir al supermercado: “esto sí, esto no, este me gusta, este no me gusta” (Comunicación personal participante 2, 2023) otorgando ventajas a vendedores, webcams y amantes de los extranjeros para llevar a cabo la representación de sus intereses comerciales e interactivos.

La reputación "Prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo" (RAE, s.f.) que se ha ganado Tinder entre sus participantes es el sexto significado. “Tinder es popular” (Comunicación personal participante 5, 2023) al despertar “curiosidad” (Comunicación personal participante 1, 3 y 4 2023) entre los que no hacen parte de ella, “pero la gente la mantiene en secreto” (Comunicación personal participante 5, 2023) debido a su connotación sexual; su reputación la estigmatiza, pues ante la vista del que no hace parte de ella la gente que está allí “está desesperada por sexo” (Comunicación personal participante 5, 2023). Su interfaz de uso asemeja

“un catálogo” (Comunicación personal participante 3, 2023) donde es posible “escrolearse gente aprobándola y desaprobándola fácilmente” (Comunicación personal participante 2, 2023). La reputación de sexo fácil en Tinder estaría propiciando encuentros en donde “uno se ve y se acuesta y ya, como para quitarse la pulsión de encima” (Comunicación personal participante 2, 2023). Cuando dos integrantes de la aplicación se vinculan hay un match, cuando uno de los dos se desvincula hay desmatch, lo que hace que para muchos sea “un vínculo volátil” (Comunicación personal participante 2, 2023) que estaría llevando a que “muchas personas digan que Tinder es solo para sexo” (Comunicación personal participante 5, 2023). Esta bidireccionalidad interactiva, sustentada en la expectativa de conocer a alguien especial presto a una relación formal y en su lugar encontrar una relación transitoria, marcada por la aceleración constante del mecanismo relacional motiva a muchos a “darle una prueba a Tinder para ver qué es eso que tanto dicen” (Comunicación personal participante 5, 2023) al parecer, preparados de antemano con su duelo: “yo sentiría un rechazo en Tinder como perder una partida en un juego virtual” (Comunicación personal participante 3, 2023), aun así, al parecer “hay personas con historial de relaciones en Tinder” (Comunicación personal participante 4, 2023) sin otra opción que “conocer a alguien de manera superficial” (Comunicación personal participante 2, 2023) con el pensamiento ablandador de que “Tinder no es muy diferente de lo que yo ya me imaginaba” (Comunicación personal participante 4, 2023) para evadir la frustración concomitante al desencuentro. Tinder se estaría posicionando como “lugar para desarrollar una comunicación irreal” (Comunicación personal participante 4, 2023) en donde “se construye un perfil por medio de la imagen” (Comunicación personal participante 5, 2023) con la ayuda de otros integrantes que “pintan su Tinder como un anuncio” (Comunicación personal participante 4, 2023) con el fin de “conseguir novia/o en ese bazar de personas” (Comunicación personal participante 2, 2023), en “esa oferta laboral de personas” (Comunicación personal participante 2, 2023), que hace que “Tinder si es como lo pintan” (Comunicación personal participante 4 y 5, 2023) en materia de consecuciones sexuales rápidas y fáciles.

La séptima significación es la sexualidad "Apetito sexual, propensión al placer carnal" (RAE, s.f.) consustancial a la idea de uso de Tinder. Una propensión a la sexualidad rápida, fácil o programada estaría siendo la plataforma de la reputación de Tinder donde sus participantes admiten que “Tinder es para un acercamiento más directo” (Comunicación personal participante 2, 2023) e incluso describen la complacencia por sus acciones: “tuve una experiencia sexual toda

genial” (Comunicación personal participante 2, 2023) reforzando de esta manera que “Tinder es para gente que busca sexo fácil” (Comunicación personal participante 2, 2023). Surge una cuestión bidireccional en donde “en Tinder es como si o no, ¿quieres que tengamos sexo sí o no?” (Comunicación personal participante 2, 2023), haciendo que los integrantes de Tinder estén atentos a los intereses de su interlocutor diferenciando “cuando buscan hacer amigos son prestas a hablar y las que buscan novio intentan conocerte específicamente” (Comunicación personal participante 4, 2023), conservando la idea de que “en Tinder la gente sabe a lo que va” (Comunicación personal participante 4, 2023). En general “Tinder está estigmatizado de ser muy sexual” (Comunicación personal participante 5, 2023) y sus participantes advierten que es posible “conocer chicas fácilmente” (Comunicación personal participante 4, 2023) y de igual manera señalan que “se tienen prejuicios con la aplicación porque se cree que es solo para sexo” (Comunicación personal Participante 5, 2023). En este punto, es importante anotar que las mujeres participantes se desentienden de esta reputación sexual de Tinder y los hombres lo saben: “las chicas son diferentes a uno, no son tan frenteras pues hay muchos tabúes con la sexualidad femenina” (Comunicación personal Participante 5, 2023), lo que estaría propiciando el “desencanto” (Comunicación personal Participante 1, 2023) de mujeres que se sienten acosadas o casi obligadas a participar de encuentros sexuales desacoplados en términos temporo espaciales: “para mi Tinder es un aplicación sexual, por eso yo no la uso tanto ahora, porque mi interés no es sexual en este momento” (Comunicación personal Participante 2, 2023). El hombre propone y la mujer dispone es ahora más aplicado que nunca en la dinámica interactiva de Tinder: “a una mujer le pueden estar cayendo cincuenta manes y es lo normal, porque es Tinder” (Comunicación personal Participante 4, 2023) haciendo posible estar “tirando carnadas a ver cuál de los que pican te gusta más” (Comunicación personal Participante 2, 2023) y no es un comportamiento censurado entre los mismos participantes pues “en Tinder la gente ya sabe lo que está buscando” (Comunicación personal Participante 4 y 5, 2023), o más concretamente, “las personas intentan tener sexo fácilmente por medio de Tinder” (Comunicación personal Participante 2, 2023) y sienten la excitación de estar “viviendo una experiencia en el mercado de las citas” (Comunicación personal Participante 3, 2023).

La interacción es una "Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones, etc." (RAE, s.f.) y surge como la significación más importante ya que en la sociedad actual las relaciones personales aún tienen un destacado valor,

Tinder aprovecha esta necesidad humana y ofrece la posibilidad de arrojar a sus participantes cada vez más a nuevas relaciones en la medida que navegan en su interfaz por medio de un mecanismo virtual semejante a “una balotera que te va tirando gente” (Comunicación personal Participante 2, 2023) configurando “un lugar de interés para salir y conocer personas” (Comunicación personal Participante 2, 2023) en donde “la emoción que causa conocer personas y pensar que luego se puede hacer algo” (Comunicación personal Participante 1, 2023) seduce a muchos a participar ya que “es chévere conocer gente de todas partes” (Comunicación personal Participante 2, 2023) teniendo “posibilidades reales de conectarte” (Comunicación personal Participante 4, 2023). Muchos de sus participantes encuentran “emocionante la posibilidad de escoger, decidir sobre alguien sí o no” (Comunicación personal Participante 3, 2023) o simplemente “intentar hacer amistades logrando ampliar tu círculo social” (Comunicación personal Participante 1, 2023) con la garantía de que si algo sale mal “se tiene la opción de borrarla, aceptarla o no aceptarla” (Comunicación personal Participante 3, 2023). Tinder como promotor de fantasías interactivas que funciona “como si fuera un bar, con mujeres buscando algo serio y otras que solo quieren pasar el rato y conversar” (Comunicación personal Participante 5, 2023), en este sentido, cuando los participantes interactúan en Tinder “con expectativas sencillas y simples generan un buen concepto” (Comunicación personal Participante 4, 2023) y “sí funciona” (Comunicación personal Participante 4, 2023) toda vez que estaría dinamizando “el interés de interactuar de los contactos, eso facilita conversar con alguien o entrar a conocerse con alguien” (Comunicación personal Participante 5, 2023). Tinder como “una lista donde se busca alguien diseñado para nosotros” (Comunicación personal Participante 2, 2023) en donde “es posible conocer extranjeros” (Comunicación personal Participante 2 y 4, 2023) o también “puedes encontrar a quien busques totalmente” (Comunicación personal Participante 4, 2023). Los participantes de Tinder estarían experimentando expectativas ancladas en: “encontrar el amor de mi vida” (Comunicación personal Participante 2, 2023) o “compartir agradablemente con la gente” (Comunicación personal Participante 4, 2023) con solo lanzar la carnada de la foto para “intentar pescar en el mar de Tinder” (Comunicación personal Participante 2, 2023). Además de su reputación sexual “Tinder siempre ha sido para compartir con la gente” (Comunicación personal Participante 4, 2023) y asimismo se vislumbra que “las mujeres están curtidas de hablar con tantos manes” (Comunicación personal Participante 4, 2023). Esta aplicación también surge como “balsa de salvación para gente que únicamente intenta buscar

pareja en Tinder” (Comunicación personal Participante 4, 2023) o también para “gente tan ensimismada que de verdad no encuentra forma de conocer personas por fuera de Tinder” (Comunicación personal Participante 5, 2023) promoviendo relaciones en cadena en donde “encuentras a otro con quien tengas conversación fluida y se quieran ver y salen y se llevan bien y así sucesivamente” (Comunicación personal Participante 5, 2023). Además de personajes con marcados intereses comerciales, económicos y geográficos, al parecer también es posible encontrar “gente real, gente normalita, que al menos aparente tener intenciones normales” (Comunicación personal Participante 4, 2023), gente de la que se puede inferir que “al menos al principio buscan una amistad” (Comunicación personal Participante 4, 2023) lo que configuraría un entorno virtual “con muchas posibilidades” (Comunicación personal Participante 4, 2023) pero como en materia relacional siempre se corre el umbral de satisfacción más allá “que en Tinder haya una conversación fluida es solo el 20% de los casos” (Comunicación personal Participante 5, 2023).

7 Discusión

En las categorías que se desprendieron de las entrevistas pudo observarse similitudes con temáticas similares tratadas por algunos autores citados en este trabajo, concretamente entre los conceptos de Saturación Social y Multifrenia de Gergen (2006) y las categorías desencanto y Mercado se encontró que son dos elementos centrales para comprender el proceso que lleva al sujeto, motivado por el principio de placer, a rotar en un circuito circular que va deslizándose en la pista: deseo – satisfactor - habituación - extinción – otra vez lo mismo - compulsión de repetición – demanda de satisfactor de otra índole o plus de goce - pulsión de muerte.

Esto comprendido en el sentido de que cada vez que el relacionamiento afectivo sea vía virtual se pone en juego el valor de la comunicación debido al incremento del punto de imposible en el lenguaje, situación que se atenúa con comunicaciones ricas en descripción de la realidad, pues tramitar lingüísticamente se facilita mediante cosas que sean reales, como una cara al frente o una voz en rango de escucha, pero para situaciones simbólico – afectivo – virtuales habrá lío para su interpretación en lo real debido a que existe separación corporal de los amantes y la comunicación mediante chat o video incrementa la posibilidad de no comprender en su totalidad el concepto de la idea que desea exponer el otro.

El déficit en la cantidad de palabras que se manejan en el vocabulario direcciona recurrir al cuerpo para representar la interacción con el otro, el sentido de la relación con el otro solo a través de lo real del cuerpo, con la consecuencia de que lo que se pierde es la capacidad de elaborar discurso, se pone al cuerpo como compensación de la falta de referentes lingüísticos y queda la carne del cuerpo puesta a modo de altar o culto y como plan A o formula central de interacción social.

La categoría Mercado en esta investigación y el concepto multifrenia de Gergen (2006) están íntimamente relacionados en el sentido de la absurda cantidad de oferta y demanda que ha creado el Mercado utilitarista y el ingenuo consumismo. En Japón hay robots que trabajan y muñecas droide usadas como pareja modificando el lazo social de manera directa sin forma de volver atrás porque lo que sigue es que habiendo relegado las palabras solo queda eso que instintivamente se piensa sin corroboración con la realidad, lugar ausente de consenso y conciliación que por su falta de elementos referenciales de la realidad termina por sesgarse en frustración, desadaptación y odio.

La investigación también encontró que los significados: reputación, sexualidad e interacción entran en cohesión con los conceptos: Estigma de Goffman (2006), Vergüenza de utilizar aplicaciones de citas de Sales (2015) y Sexualidad Plástica de Giddens (1998) en ese mismo orden, su relación surge confrontando la ambivalencia afectiva con culpa del deseo del participante de esta investigación y el sentimiento de estar percatados de la discriminación desprendida del hecho de utilizar Tinder se genera concordancia para decir que la reputación sexual de Tinder ocasiona un estigma (Goffman, 2006) a modo de vergüenza en los participantes al soslayarlo con sus demás vínculos sociales.

Otra recurrencia conceptual en esta investigación es la descarga de Tinder motivada en la sexualidad y la interacción y los conceptos de estigma social de Goffman (2006) y sexualidad plástica de Giddens (1998); me refiero a que en nuestra cultura la mujer es criada para ocultar cualquier deseo que tenga, de cualquier índole, entonces, cuando llega aquel que porta el deseo ésta se inscribe automáticamente ya que es oportunidad de disfrutar sin tener que admitirlo o haberlo buscado, criadas para consentir o merecer porque la cruzada por prohibir y ocultar sus deseos catapulta querer satisfacerlos desbordadamente, eso que surge en la compulsión de repetición ahora pidiendo un satisfactor que sobrepase el límite y pueda ir más allá; acostumbradas a la exclusión machista, cuando las incluyen, sufren el exceso, les corren el lugar en que han aprendido a pararse en el mundo y ya luego de ser persuadidas de no atender al estigma desacreditador (Goffman, 2006) y merecer gozar una sexualidad plástica (Giddens, 1998) llena de intensidades e intimidad haciendo que no puedan parar en eso que amarra a alcanzar la satisfacción de otra índole entendida como demanda con imposibilidad de ser satisfecha en el sentido de eso que se le demanda al otro y al placer y éstos no tienen como satisfacer.

Educadas para consentir debido a la prohibición represiva de su deseo, hay signos que ignoran a la hora de entrar a establecer vínculos sexuales por ahí, obvian indicadores o indicios peligrosos en las personas que les salen en el camino portadores de la fantasía de disfrutar a plenitud de lo sexual, lo mismo pero más, sin tener en cuenta el par contrario de la satisfacción como lo es el embotamiento y la ansiedad, cuando pasa la pasión vienen las violaciones de expectativas, los desengaños y los problemas.

Un cuerpo que consiente y consiente está en el lugar del cuerpo que habla lo que su boca calla por falta de palabras, al punto de haber niñas sin llegar a los 20 años con signos de degeneración y vejez prematura, por lo tanto, se proponen rastreos experimentales acerca del

deseo femenino y las situaciones que desbordan el límite de la autorregulación en el sentido de las palabras que al no ser dichas convocan el deseo de satisfacción de otra índole explicada como empresa perdida a la entrada.

Producciones investigativas que indaguen en los fundamentos del deseo en pro de hablar eso que permanece prohibido en las tinieblas del pecado catolicista, encerrado en las cárceles culturales y sin explicación en las incongruencias de la realidad y lo planeado del pensamiento. En este punto de la discusión apporto información resultante luego de analizar ítems que al no ser relevantes para los objetivos de esta investigación se pasarán por alto, información referente a la cantidad en demasía de opciones que tienen las mujeres en Tinder, se desprende la idea de sugerir también investigar el maltrato psicológico ejercido sobre el débil aparataje conceptual y lingüístico del hombre por parte de las mujeres, más que todo, cuando adquieren el rol de pareja.

Estudiar la satisfacción sexual femenina como prenda de garantías socio culturales positivas para los hombres es un tema que reviste importancia manifiesta en las liberaciones posmodernas referentes al rol de la mujer en sociedad y su aceptación diaria en la realidad como conductora de la camioneta, gerente de la empresa o general de la policía, el par contrario desprendido a partir del objeto fálico y su concomitante femenino.

Esta investigación también encontró que significados como la competencia por conquistas sexuales y reputación sexual entre géneros al interior de Tinder inciden en la contemporaneidad de un periodo de transición en las relaciones de hombres y mujeres, algo que coincide con el trabajo de Brothers (1981) y Rubin (1990) cuando escribieron que las nuevas tecnologías generan cambios en el estilo de interactuar en donde las mujeres disputan el poder que mantenía el dominio masculino.

Brothers (1981) advierte de un tema posmoderno actual que reviste igualmente importancia a nivel investigativo como lo es la exigencia de las esposas para que sus maridos libren roles más activos en el cuidado de los hijos y en compartir más igualitariamente las tareas del hogar, además de ser libres en su sexualidad al igual que ellos, esta situación sería nueva en la percepción socio cultural masculina teniendo en cuenta antiguos privilegios; razón válida para sugerir literatura empírica que produzca conocimiento en esta línea y contribuya a disminuir las tensiones que se intensifican entre los géneros debido a expectativas que no se cumplen en el momento del encuentro con el otro o cuando los presupuestos aprendidos para interactuar ya no son adecuados para explicar la diversidad de la experiencia o en el fracaso luego del contacto con

el ambiente virtual o en el desafío a los presupuestos tradicionales replanteados por información novedosa o mensajes y comunicaciones directivas y persuasivas.

Referencias

- Aksan, N., Kisac, B., Aydin, M., & Demirbuken, S. (2009). Symbolic interaction theory. *Procedia Social & Behavioral Sciences*, 1(1), 902 - 904. <https://rb.gy/c96p2>
- Alvídrez, S., & Rojas Solís, J. L. (2017). Los amantes en la época del smartphone: aspectos comunicativos y psicológicos relativos al inicio y mantenimiento de la relación romántica. *Global Media Journal México*, 14(27), 1–18. <https://onx.la/daa9e>
- Aron, A., Melinat, E., Aron, E. N., Vallone, R., & Bator, R. (1997). The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23 (4), 363-377. <https://rb.gy/4dcp2>
- Bauman, Z. (2005) *Amor líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Ex libris.
- Bauman, Z. & Lion, David. (2013) *Vigilancia líquida*. Paidós.
- Blumer, H. (1982). *El Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora.
- Bregón, A. (2020). Las redes sociales de contactos riesgos y amenazas. *Cuadernos de la Guardia civil, revista de seguridad Pública* 60. 33-47. <https://onx.la/87a87>
- Brett, G. (1972). *Historia de la Psicología*. Paidós.
- Broncano, F. (2000). *Mundos artificiales*. Paidós.
- Brothers, Joyce. (1981) *Lo que toda mujer debe saber sobre los hombres* (4ta ed.). Grijalbo.
- Castells, M. (1998). *El poder de la identidad* (3ra ed.). Alianza Editorial.
- Chul Han, B. (2014) *La agonía del eros*. Herder.
- Coller, X. (2003). *Canon sociológico*. Barcelona: Tecnos.
- Darwin, C. (1909) *El origen del hombre, la selección natural y la sexual*. F. SEMPERE y C. Editores.
- Domjan, M. (2010). *Principios de aprendizaje y conducta* (6ta. ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Finkel, E., Eastwick, P., Karney, B., Reis, H., & Sprecher, S. (2012). Online Dating. *Psychological science in the public interest*, 13 (1), 3-66. <https://rb.gy/l3gjb>
- Freud, S. (1993) *Obras completas* (15va ed.). Hyspamérica Ediciones.
- Galeano Marín, Maria. (2009). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa* (5ta ed.). Medellín. Universidad EAFIT.

- Galeano Marín, María., & Hurtado Orozco, C. (2015). *Estrategias de investigación social cualitativa*. La Carreta Editores.
- Gergen, K. (2006) *El yo saturado, dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Paidós surcos.
- Gibbs, G. (2012) *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata.
- Giddens, A. (2006) *La transformación de la intimidad: sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. (5ta ed.). Cátedra Teorema.
- Goffman, E. (2008) *Estigma: la identidad deteriorada*. (2da ed.). Amorrortu editores.
- Illóuz, Eva. (2007). *Intimidades congeladas: las emociones en el capitalismo*. Katz Editores.
- Illóuz, Eva. (2012). *Porque duele el amor, una explicación sociológica*. Katz Editores.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9). 1017-1031. <https://doi.org/dbgbhm>
- Masden, Christina., & Keith, E. (2015). Understanding the Role of Community in Online Dating. *GVU Center & School of Interactive Computing*. <https://onx.la/5ed9b>
- Mattelart, A. & Vitalis, A. (2015) *De Orwell al ciber control*. Gedisa.
- Navarro, R., Larrañaga, E., Yubero, S., & Villora, B. (2020). Ghosting and breadcrumbing: prevalence and relations with online dating behaviors among young adults. *Psychological Writings*, 13(2), 46-59. <https://doi.org/kdb2>
- Nie, N., & D. Sunshine Hillygus. (2002). The Impact of Internet Use on Sociability: Time Diary Findings. *IT & Society* 1:1-20. <https://rb.gy/dfctp>
- Laredo, Sanchez, F., & Hamui, Halabe, Liz. (2000). *Efectos sociales de la globalización*. Noriega editores.
- El Tiempo. (2017). Paisas y caribeños son los que más relaciones consiguen por Internet. En: *El Tiempo*. <https://onx.la/36d92>
- Pew Research Center (2013) Redes sociales. <https://n9.cl/i7gv7>
- Pinker, S. (2018) *En defensa de la ilustración; por la razón, la ciencia, el humanismo y el progreso*. Paidós.
- Ranzini, Giulia., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80-101. <https://rb.gy/hheh2>

- Real Academia Española [RAE] (Fecha): Diccionario de la lengua española, 23^a. ed. [Versión 23.6 en línea]. <https://dle.rae.es>
- Revista Semana (2017). ¿Por qué con Tinder y no con otra? En: *Revista Semana*. <https://rb.gy/6vj2l>
- Romero Iribas, Ana. María. & Martínez Priego, Consuelo. (2017). Topografía de las relaciones interpersonales en la postmodernidad: amistad y educación. *Revista Española de Pedagogía*, 75 (267), 309-322. <https://doi.org/kdcg>
- Rosenfeld, M., & Thomas, R. (2012). Searching for a Mate. *American Sociological Review*, 77(4), 523-547. <https://rb.gy/6yrr7>
- Rubin, Lilian. (1990). *Erotic Wars: what happened to the sexual revolution*. Farrar Straus & Giroux.
- Sales, Nancy. Jo. (2015, Septiembre). *Tinder and the dawn of the "Dating apocalypse"*. *VANITY FAIR*. <https://rb.gy/omijj>
- W Radio. (2020). ¿Cuáles son las Apps más usadas en Colombia para encontrar pareja? En: *W radio*. <https://rb.gy/8mjk6>