



**TINDER Y LA TOMA DE DECISIONES: ENTRE RELACIONES,
CONTEXTOS E IMAGINARIOS DE BELLEZA**

STEFANÍA DÍAZ CEBALLOS

JUAN FELIPE LORZA LINCE

**Tutor:
MAURICIO GUERRERO**

**Universidad Icesi
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Santiago de Cali, Agosto de 2017**

Tabla de contenido

- **Resumen**
- **Introducción**
- **Tinder y toma de decisiones: Entre relaciones, contextos e imaginarios de belleza.**
- **Marco conceptual**
 1. **Surgimiento del miedo al compromiso a través de la historia**
 2. **El compromiso en la actualidad**
 3. **El amor en la era digital**
- **Propuesta metodológica**
 1. **Anexos**
- **Resultados**
- **Conclusiones**
- **Bibliografía**

Resumen// Abstract

The main purpose of this investigation is to recognize the expectations of the users of Tinder have towards social and emotional relationships. This investigation has four hypotheses: 1) beauty is measured through physical characteristics of people 2) the context help to take a decision of choosing a beauty model 3) The context doesn't help to take a decision of choosing a beauty model 4) The context and the physical characteristics of people helps to take a decision to choose a particular beauty model. To prove these hypothesis, we did an experimental methodological instrument with a qualitative and quantitative focus which consisted in a survey with the same parameters and aesthetics of Tinder, showing different people (men and women). We surveyed 528 users of the app. We divided the survey by age of groups the first of 18 to 24 years, the second one from 25 to 34 years and the last one 35 +. This research's results can tell us what are the people's interests in the app depending on their age. Finally, this result was interpreted by an age criteria, and the reasons why people use the app. To do this, we take a group of people that was taken with the age's ranges that we choose and we related the groups of ages to the reason why people use the app.

Keywords: Love, relationships, Tinder, beauty, physic, apps, context, age, decisions, emotion.

El objetivo de este texto es reconocer las expectativas que tienen los usuarios de la aplicación Tinder en términos de relaciones sociales y emocionales. Esta investigación tiene cuatro hipótesis: 1) La belleza se mide por los rasgos de las personas 2) Los factores contextuales influyen en la decisión de las personas para escoger a un modelo 3) Los factores contextuales no influyen en la decisión de las personas para escoger un modelo 4) Para escoger un modelo los factores contextuales y los rasgos físicos van relacionados e influyen en la toma de decisiones. Para probar estas hipótesis se llevó a cabo un instrumento metodológico experimental de enfoque cuantitativo y cualitativo que consistía en una encuesta con el mismo funcionamiento de Tinder, mostrando diferentes personas tanto hombres como mujeres. La muestra recogida fue de 528 personas activas. Esta encuesta se hizo a tres grupos de personas, el primero dentro de un rango de 18 a 24 años, el segundo de 25 a 34 años y el tercero de 35 en adelante. A partir de esta división por edades, en la investigación se puede encontrar las decisiones para usar Tinder dependiendo de la edad del usuario. Finalmente, estos resultados se interpretaron según las edades y las preferencias para utilizar la aplicación. Para esto se sacó un promedio de edad y se relacionó con las diferentes razones por las cuales se empezó a utilizar Tinder

Palabras clave: Amor, Tinder, belleza, aplicaciones, físico, decisiones, App, edad, emociones.

Introducción

Durante todo un año se realizó un trabajo de investigación llamado *Tinder y toma de decisiones: Entre relaciones, contextos e imaginarios de belleza*. Este fue realizado por seis estudiantes y dirigido por tres profesores. Su objetivo final fue poder analizar los procesos de decisión de las personas en la política y para cumplir lo anterior se decidió utilizar la aplicación móvil (app) Tinder. Esta es un aplicación para conocer personas. En la aplicación se crea un perfil, se escoge el género, el rango de edad y la actividad en el que se está interesado con el otro. Al entrar al app, aparecen otros usuarios que cumplan con los requerimientos escogidos, la imagen de estos es exhibida y se da “me gusta” (likes) al que llame la atención. Si el usuario del otro lado de la pantalla, da un like se hace un match o unión entre la pareja. Lo que se busca con esta aplicación es poder entender los posibles factores que se involucran en las decisiones de las personas, ya que en la política también se vota por la imagen que tenga el político.

Este trabajo tuvo un proceso de ocho meses. En los primeros cuatro meses se realizó un barrido teórico, en este caso se hizo enfoque en la teoría Tinder y el amor, que hablaba sobre el comportamiento de las personas frente a las relaciones que establecen y lo que se buscaba actualmente a la hora de establecerlas. En los siguientes 4 meses se realizó una encuesta realizada a 528 personas usuarios de Tinder. Finalmente se llevó a cabo el análisis final de los resultados, sustentándolos frente a un jurado y plasmando los resultados y el proceso en este escrito.

Este trabajo consta de tres partes que hacen referencia a cuatro teorías distintas. Cada parte tiene un objetivo específico definido que parten de un objetivo general. El objetivo general busca analizar las dinámicas que configuran los procesos de toma de decisiones en las interacciones de elección en Tinder. De este objetivo nacen tres objetivos específicos, el primero busca reconocer las expectativas que en términos de relaciones sociales y emocionales encuentran los usuarios de la aplicación. El segundo objetivo es identificar los factores asociados a un imaginario de belleza que inciden en la toma de decisiones de los usuarios al buscar el establecimiento de interacciones y relaciones con otros usuarios. El tercero es indagar acerca de la importancia que le atribuyen los usuarios de la aplicación a los factores contextuales y sociales presentes en los perfiles de otros usuarios. Este informe se va constituir por una introducción, metodología, marco teórico, cuerpo, resultados y conclusiones.

Finalmente, este texto busca mostrar los resultados parciales recogidos durante este tiempo, ya que este proyecto continuará hasta cumplir su objetivo en el caso de las decisiones de figuras políticas.

TINDER Y TOMA DE DECISIONES: ENTRE RELACIONES, CONTEXTOS E IMAGINARIOS DE BELLEZA.

Para este informe se tendrán en cuenta factores sociales e históricos que han dado pie a las relaciones de pareja, al miedo al compromiso y a lo que actualmente se conoce como el appmor. En primera instancia, se hablará sobre hechos históricos que han hecho que la liberación femenina cada vez sea más marcada hasta el punto de cambiar drásticamente sus preferencias hacia las relaciones de pareja. Seguido a esto, se abordaran los factores clave para determinar y entender cómo es el compromiso en la actualidad, con lo que nos ayudará a cerrar el texto entendiendo como es el amor y las relaciones de pareja en la que ahora se llama La *Era Digital*.

Los últimos años han tenido grandes cambios tecnológicos y culturales. Estas dos cuestiones se pueden observar en la manera cómo en la actualidad algunas personas buscan tener una relación por un interés sexual o una relación duradera.

El auge de las apps¹ y el fenómeno del miedo al compromiso en cuanto a relaciones estables y duraderas, son aspectos que han favorecido el éxito de Tinder, aplicación que "... opera como un intermediario que, tomando en cuenta los datos de perfil de Facebook del usuario, brinda opciones de personas compatibles en edad, intereses, zonas geográficas y amigos en común" (Moscato, 2014: 2).

Marco Conceptual

Surgimiento del miedo al compromiso a través de la historia

A lo largo de la historia se han dado importantes acontecimientos que dieron inicio a la movilización de la liberación femenina. En el Siglo XVII las mujeres fueron consideradas principalmente como objetos sexuales, procreadoras de niños e instrumentos que debían ocuparse en tareas del hogar. Esto atrofió "inevitablemente a las mujeres, física e intelectualmente, agotando su resistencia y deformando profundamente su ser. Requerirá por lo tanto una época completa para que ellas se desarrollen y que su verdadero ser florezca en libertad, para mostrar de lo que realmente son capaces" (Michael Pablo, 1960).

¹ Diferentes tipos de aplicaciones para dispositivos electrónicos.

En un principio se tendía a creer que las mujeres eran las encargadas del hogar y de cuidar a los hijos, mientras los hombres producían y llevaban a casa la comida. Debido a esto, se creía que el género masculino ostentaba la autoridad y, por tal motivo, excluían a las mujeres de muchas prácticas sociales y públicas. Sin embargo, esto fue cambiando a lo largo del tiempo a través de distintas revoluciones, y como bien lo menciona Rúa (2013):

La mayor parte de las revoluciones deseadas o prometidas para la mujer como sujeto político, acontecieron, en la Transición, fuera de los hogares. Los grandes cambios soñados de utopías en la clandestinidad organizada del tardofranquismo, fueron dirigidos y gestionados, hegemónicamente, por hombres, a veces sus maridos, eximidos de responsabilidades familiares. (p.239)

En el siglo XVIII, durante la revolución francesa se presentaron muchas desigualdades entre hombres y mujeres. Esto generó el movimiento de la liberación femenina que trataba de dar una vuelta al rol del hombre y darle una posición a la mujer en la sociedad, exigiendo que fuese tratada de igual manera que los hombres, alcanzando protagonismo en áreas importantes como la política, la sexualidad y la economía. En el siglo XIX:

La fotografía y posteriormente, el cine, estandarizaron los nuevos cánones de atractivo sexual para hombres y mujeres, al tiempo que aumentan la conciencia que tienen unos y otros sobre su propio aspecto y el de los demás. Estos modelos de belleza homogéneos difunden nuevas normas y nuevos códigos de atractivo sexual, lo que colabora con la transformación de los criterios para la elección de pareja. (Illouz, 2013; Peiss, 2011).

Esta forma de comunicación tuvo una transformación en la elección de pareja, lo cual generó un efecto sobre el compromiso entre hombre y mujer. Con esto comenzó a cambiar la relación estrecha que existía entre el sexo y el compromiso. Ya no era necesario tener una relación estable para conseguir intimidad sexual.

La creación de métodos anticonceptivos llevó a que se separara el sexo del matrimonio. Esto trajo consigo la libertad sexual y grandes transformaciones en la sociedad. Todos estos cambios provocaron a través de la historia lo que actualmente se denomina como "miedo al compromiso", (Illouz, 2013). Debido a este fenómeno, actualmente no se tiene el concepto de casarse y formar familia como un principio básico, sino que se busca más libertad y autonomía; las personas prefieren experiencias sexuales y no románticas, no buscan comprometerse por miedo a lo que esto pueda traer como consecuencia. En

aspectos de Tinder, cabe resaltar que, esta aplicación brinda igualdad de condiciones tanto para el hombre como para la mujer, puesto que cada uno puede escoger e interactuar con quien haya seleccionado.

El compromiso en la actualidad

Como se menciona en “*¿Por qué duele el amor?*” (Illouz, 2013), “*en su estudio sobre las percepciones masculinas y femeninas acerca del matrimonio, Gayle Kaufman y Frances Goldscheider determinaron que el 37% de los hombres creen poder llevar una vida plena y satisfactoria sin casarse, mientras que en el caso de las mujeres la cifra asciende. En otras palabras, al menos en cuanto a las percepciones, los hombres tendrían más probabilidades que las mujeres de concebir al matrimonio como una opción atractiva (y de considerar que la soltería es significativamente menos atractiva). En cambio, las mujeres tendrían más probabilidades de percibir la soltería como una vida plena y atractiva*”. Se puede concluir que Tinder es una consecuencia de este pensamiento, puesto que tiene una relación muy fuerte con el miedo abúlico, que es un miedo más avanzado hacia el compromiso, donde a los individuos no les motiva o no les anima las relaciones estables. La solución a este miedo la tiene Tinder, dado que su propuesta de valor es “*Tinder permite a los usuarios de todo el mundo crear nuevas conexiones que de otra manera no podría haber sido posible. Construimos productos que unen a las personas, con **transparencia sin miedo y diversas voces**. Creemos en las personas que hablan sin miedo y expresen sus puntos de vista, sino que también tienen sed de y respetar los puntos de vista de los que les rodean - sea la situación, el género, o de fondo*” (Rade, Blatt, Yaga, & Coher, 2013).

Según Illouz (2013), “*la formación de parejas y lazos de intimidad es un resultado de un proceso que se compone de tres partes: la primera, es la gran cantidad de opciones que hay para las personas, donde estas pueden escoger y experimentar. La segunda, el proceso que utilizan las personas para conocerse en el que clasifican sus necesidades, escogiendo las prioridades. Y la tercera, es analizar la voluntad y la emocionalidad de la otra persona*”.

Estos procesos son habituales en Tinder, dado que las personas para ser compatibles (match) pasan por un proceso de decisión entre muchas personas en el cual tienen que analizar qué tipo de persona es, leyendo sus perfiles o interactuando con estas. Si no hay una conexión, simplemente no hubo compatibilidad con la otra persona y se deja de entablar una conversación, volviendo al proceso de selección con otro tipo de individuos. Finalmente, está el último proceso cuando se le da la opción al usuario de hacer un clic en “me gusta”.

Si le interesa el perfil o si no se acomoda a sus preferencias preconcebidas, la persona pasa a otro usuario con un clic marcado en la casilla de “no me gusta” y hace los mismos pasos; vuelve a analizar, escogiendo o rechazando las personas según sus propios intereses.

Teniendo en cuenta el capítulo del miedo al compromiso y la nueva arquitectura de las elecciones amorosas, encontramos también que “*las mujeres se han vuelto más selectivas según algunas explicaciones de Gary Becker, él propone una de las explicaciones más populares para el descenso en la tasa de matrimonios: se trata de un acuerdo basado en la concesión de ciertos intereses propios, pero el aumento en la tasa de empleo femenino debería restarle atractivo al matrimonio como opción para las mujeres, lo que a su vez explicaría la caída en la tasa de matrimonios*” comenta Illouz (2013). Basados en las explicaciones de Becker tomadas por Illouz (2013), se puede decir que las mujeres son ahora más independientes, estas pueden elegir quien les parece el mejor candidato, sin embargo, Becker no es el único que piensa esto, ya que según una investigación realizada (Tyson, Perta, Haddadi, & Seto, 2016) llegó a la conclusión de que las mujeres son más selectivas que los hombres cuando dan un “me gusta”.

Para explicar un poco cómo se ha reconfigurado el amor, cabe mencionar la teoría de la modernidad reflexiva:

“... en virtud de su dinamismo inherente, la sociedad moderna está minando

sus formaciones de clases, estratos, ocupaciones, roles de género, familia nuclear, fábricas, sectores empresariales y, por supuesto, también los prerrequisitos y formas continuadas de progreso tecno - económico natural. Esta nueva etapa, en la que el progreso puede convertirse en autodestrucción, en la que un tipo de modernización socava y transforma otro, es lo que yo denomino fase de modernización reflexiva.”
(Beck, Giddens y Lash, 2001, p. 15).

En la nueva modernidad, los medios de comunicación se convirtieron en elementos de gran importancia. Estos a su vez, contribuyeron en la reconfiguración de relaciones afectivas. Giddens (1999) hizo un análisis sobre el cambio que se tuvo sobre el *amor romántico*, el cual es netamente afectivo, y el *amor confluyente*, el cual se basa en la libertad de cada parte, sin que sea necesario estar en el mismo espacio para demostrar lo importante que puede ser el uno para el otro. Para explicar con más precisión, Giddens (1995) lo explica de la siguiente forma:

“El amor confluyente presupone la igualdad entre los sexos y en el dar y recibir emocionalmente. Incluye el erotismo como un elemento decisivo del éxito o fracaso de la relación, esto es, busca la plenitud en el logro del placer. No se basa en el matrimonio como institución legal o religiosa. Este amor no es

necesariamente monógamo, mientras sus partícipes crean conveniente que así sea, no es exclusivo de las relaciones heterosexuales; los ideales románticos también permean a las parejas del mismo sexo”. (Berkin y Morales, 2000: 53).

El amor en la era digital

Teniendo como base lo anterior, se puede notar que en la actualidad, se tiene una nueva forma de amor, en donde en muchas ocasiones se tiende a sustituir el cara a cara por conexiones e interacciones a través de aparatos electrónicos. Según Espinoza Rojas (2015), en su artículo *RECONFIGURANDO EL AMOR: MEDIACIÓN TECNOLÓGICA Y RELACIONES AFECTIVAS*, esto se debe a la *mediación tecnológica* que se ha tenido en los últimos años y que posiblemente se tendrá en años venideros. “las mediaciones hay que entenderlas como procesos estructurantes provenientes de diversas fuentes, que inciden en los procesos de comunicación y conforman las interacciones comunicativas de los actores sociales”.

En este mismo sentido, Orozco Gómez (2002: 26) sostiene que un ejemplo de esto es Tinder, en donde personas que en su mayoría no se conocen, logran tener citas gracias a la interacción que tienen dentro de la aplicación. Con lo explicado anteriormente, vemos como también se deben tener en cuenta aspectos del entorno digital, dado que este no es solo cuestión de marcas y productos, sino que también se ha convertido en un canal esencial para llevar a cabo relaciones interpersonales debido a la fácil y rápida comunicación que se da por medio de este.

” Por el lado positivo, las tecnologías digitales han proporcionado nuevas oportunidades para coquetear y conocer a posibles parejas sexuales que están muy alejadas de los sistemas patriarcales de citas en los que los hombres eligen y los derechos de las mujeres a ser elegidos. Además, para los hombres jóvenes y las mujeres jóvenes, las comunicaciones electrónicas permiten nuevas formas de iniciar el coqueteo que son relativamente seguras y controladas”, (Döring, 2000; Miller, 2011).

Con el surgimiento de estas relaciones se han dejado atrás muchos aspectos románticos que han sido reemplazados por las aplicaciones propias del entorno digital actual. Ahora también se logra personalizar el amor que se quiere, llegando al punto de no conformarse con una persona, sino escogerla a la carta, tal y como lo dice Celia Liébana (2015) en su artículo sobre el Appmor. En Tinder vemos como las personas pueden acceder a tanta información y a un amplio catálogo de personas, lo que los lleva a querer experimentar cada vez más. Esta

aplicación además de generar dicho portafolio, hace que las personas estén cómodas, ya que les brinda anonimato, lo cual ayuda a que no haya espacio para la palabra “*rechazo*”.

PROPUESTA METODOLOGICA

Para hacer este estudio se tomaron en cuenta cuatro hipótesis que nos permitieron crear nuestra herramienta de investigación, estas hipótesis fueron:

H1: La belleza se mide por los rasgos de las personas.

H2: Los factores contextuales influyen en la decisión de las personas para escoger a un modelo.

H3: Los factores contextuales no influyen en la decisión de las personas para escoger un modelo.

H4: Para escoger un modelo los factores contextuales y los rasgos físicos van relacionados e influyen en la toma de decisiones.

El objetivo general y los objetivos específicos a los cuales están dirigidas las hipótesis son:

- Objetivo general: Analizar las dinámicas que configuran los procesos de toma de decisiones en las interacciones de elección en Tinder.
- Objetivos específicos 1: Reconocer las expectativas que en términos de relaciones sociales y emocionales encuentran los usuarios de la aplicación.
- Objetivos específicos 2: Identificar los factores asociados a un imaginario de belleza que inciden en la toma de decisiones de los usuarios al buscar el establecimiento de interacciones y relaciones con otros usuarios.
- Objetivos específicos 3: Indagar acerca de la importancia que le atribuyen los usuarios de la aplicación a los factores contextuales y sociales presentes en los perfiles de otros usuarios.

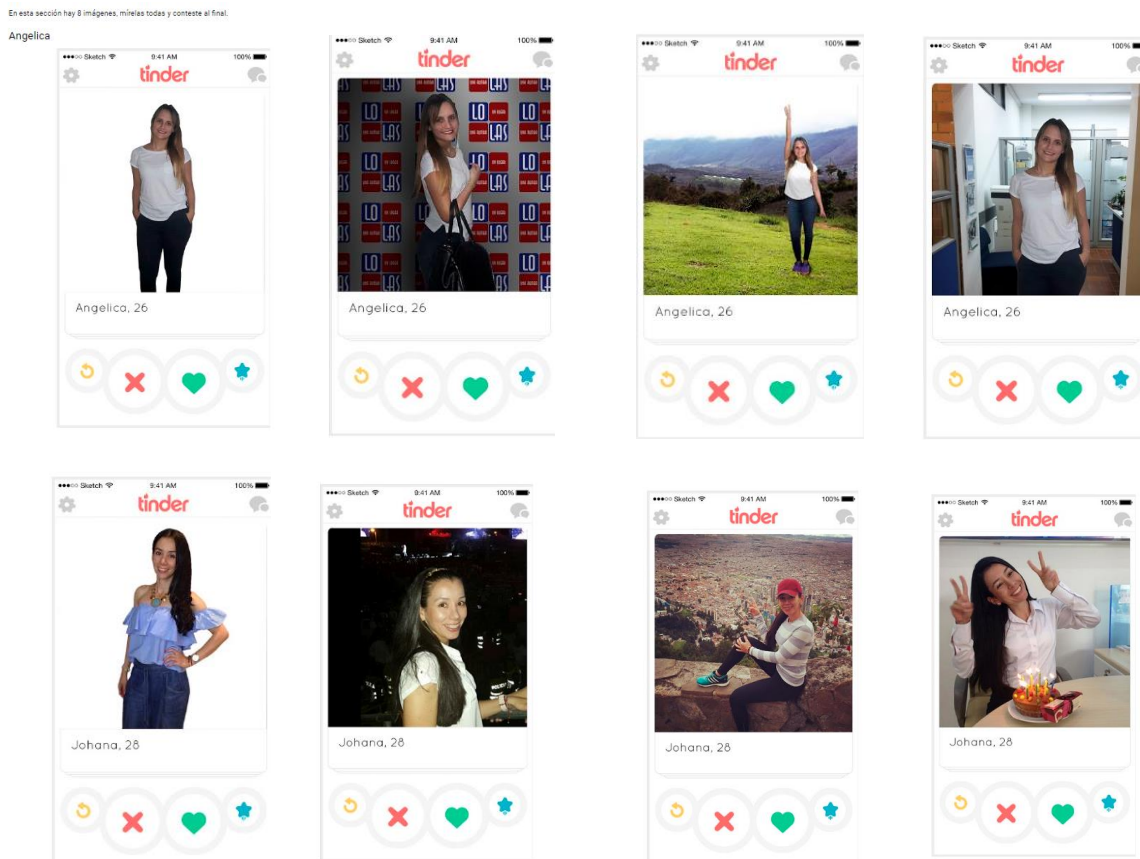
Basado en lo anterior, esta propuesta siguió una metodología basada en la teoría de la investigación cualitativa de mercados, en donde su principal objetivo buscaba interpretar las posibles decisiones de acuerdo a datos recogidos a lo largo de la investigación gracias a las diferentes investigaciones. Dentro de nuestra metodología trabajamos con herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa, como las encuestas y las métricas para seleccionar los elementos de la investigación. Esto con el fin de encontrar algunas percepciones de las personas seleccionadas, y basados en esta información, saber cómo toman las decisiones algunos usuarios de Tinder.

Para la primera parte de la investigación, sugerimos hacer encuestas a una muestra de 528 personas activas en la aplicación (usuarios o personas que alguna

vez lo utilizaron) conformada por estudiantes de pregrado, posgrado y maestría en un rango de edades de 18 a 35 años. En este rango se evaluaron las decisiones de las personas teniendo en cuenta la belleza y el entorno de ciertas personas seleccionadas. Para seleccionar estas personas y realizar una encuesta acertada se les preguntó la intención detrás a la hora de usar esta aplicación, como puede ser buscar amigos, pareja sexual, un noviazgo y vida social. También para poder entender estas decisiones, se utilizaron algunas preguntas demográficas que nos permitieran analizar los tipos de decisión de las personas, para esto preguntamos género, edad, nivel educativo, barrio y estado civil.

Para seleccionar las personas de la muestra, se tuvo en cuenta una escala universal que nos permitió decir si las personas son bellas o no, ayudándonos a ver la belleza como algo universal y no tan objetivo.

Para la realización de la encuesta utilizamos la herramienta digital google docs, dicha encuesta consto de 8 preguntas específicas y didácticas en donde las personas podían simular una interacción con la aplicación. Algunas de las preguntas fueron:



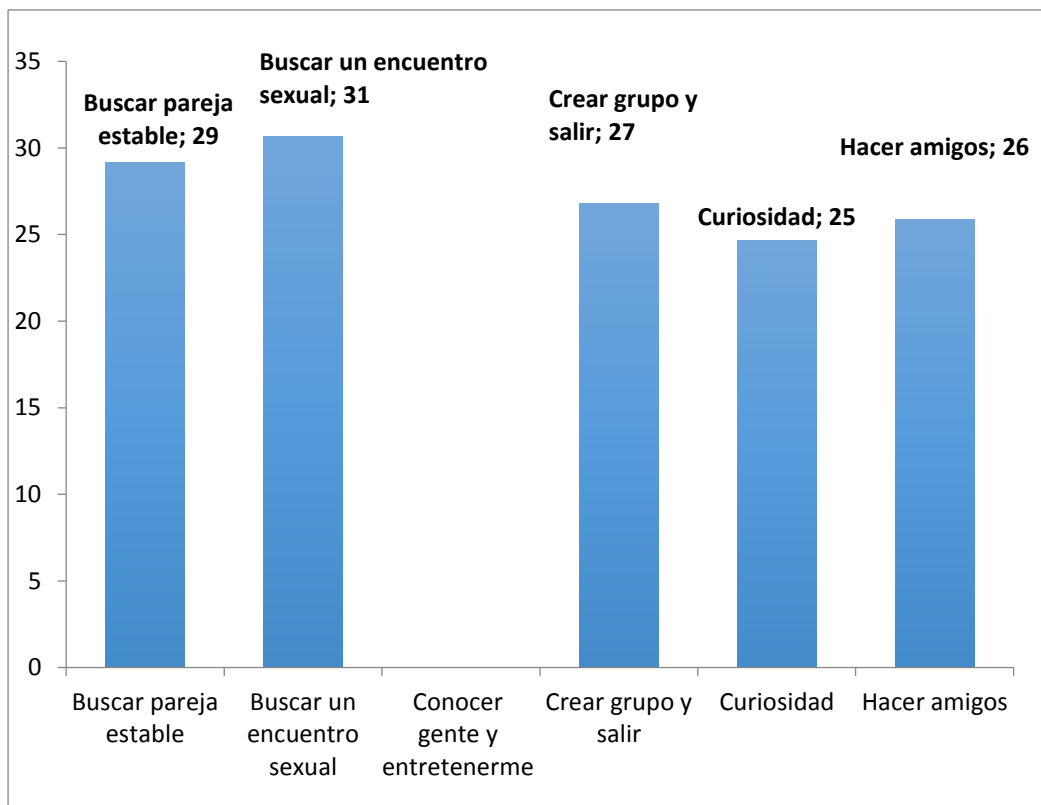
Seguido a la visualización de las imágenes en diferentes contextos, hacía la siguiente pregunta: Califique de 1 a 5 las siguientes imágenes donde 5 es la calificación mas alta y 1 la calificación mas baja.

RESULTADOS

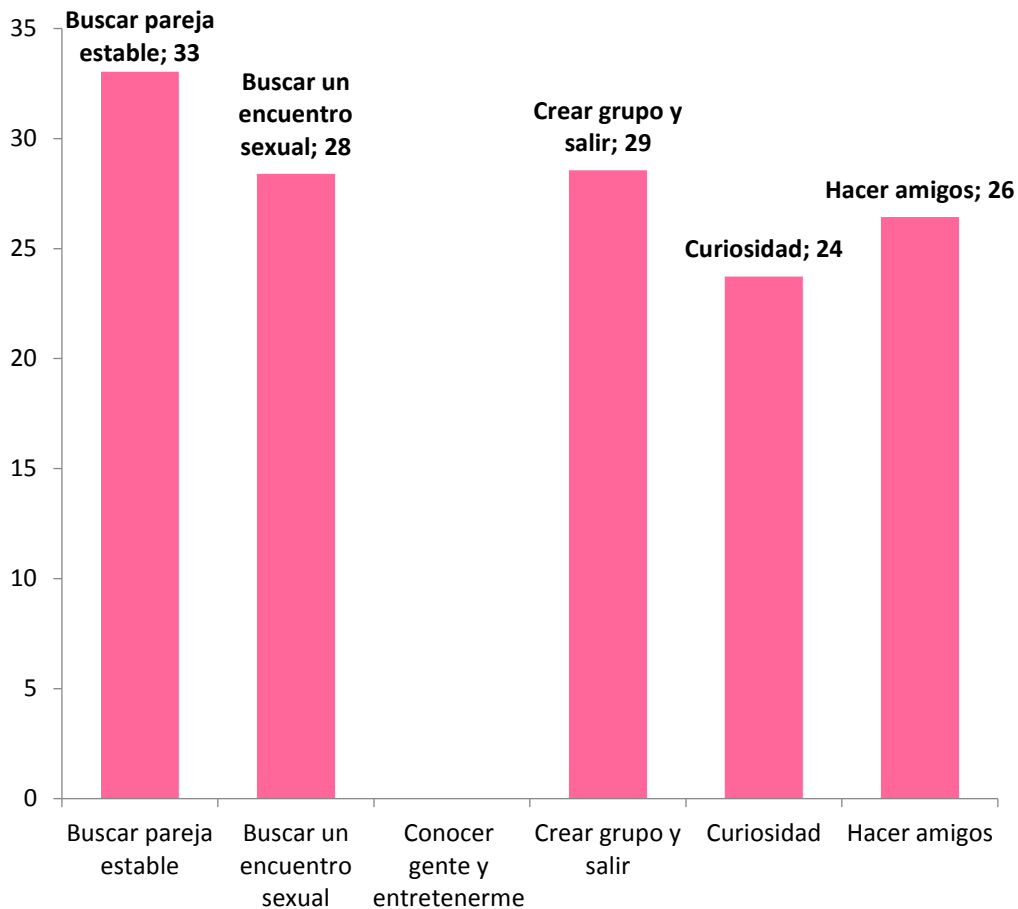
Para analizar el primer objetivo, reconocer las expectativas que en términos de relaciones sociales y emocionales encuentran los usuarios de la aplicación, se usaron tres preguntas específicas de la encuesta, las cuales buscaban entender el propósito de las personas al usar Tinder. Para entender la finalidad, se analizó también la edad la cual se dividió en tres grupos 18-24 años, 25-34 años y 35 años en adelante. Finalmente se analizó el género de interés de los usuarios de Tinder (Masculino, Femenino o ambos).

Lo anterior nos arrojó tres resultados que se analizaron de la siguiente manera: Finalidad del hombre en Tinder, finalidad de la mujer en Tinder y finalidad de los que escogieron ambos sexos en Tinder.

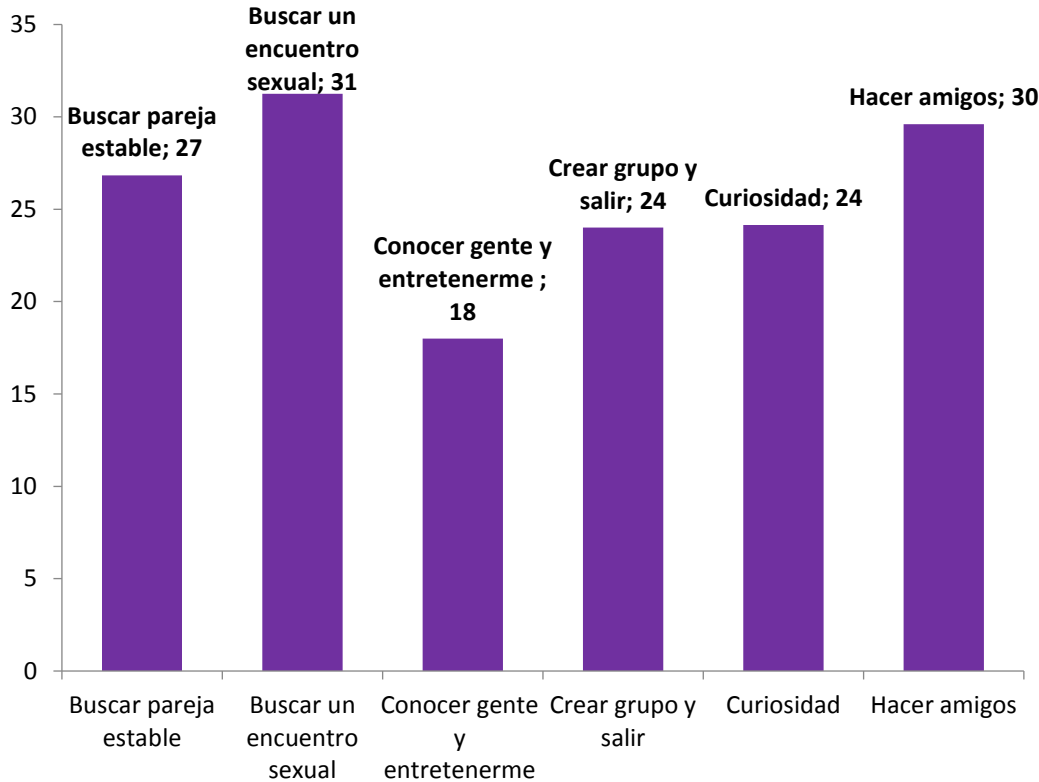
En el primer resultado se pudo observar que los hombres con un promedio de edad de 29 años buscan tener una pareja estable mientras que los hombres con una edad promedio de 31 años buscan solamente tener un encuentro sexual. También observamos que a los hombres no les interesa conocer gente y usar esta App por entretenimiento, siempre tienen una finalidad que puede ser buscar pareja o solo un encuentro sexual. Finalmente se pudo ver que los hombres con una edad de 27 años buscaban salir, mientras que los de 25 años buscan solo crear amigos y también entender el funcionamiento de la aplicación, es decir por curiosidad.



En el segundo grupo de edad se pudo analizar que las mujeres con un promedio de 33 años buscan tener una pareja estable mientras que las mujeres con una edad de 28 años buscan solamente tener un encuentro sexual. Algo que llama la atención es que al igual que se pudo ver en los resultados de los hombres a las mujeres tampoco les interesa conocer gente y usar esta App por entretenimiento, ya que siempre tienen una finalidad como tal, ya sea buscar pareja o solo un encuentro sexual compartiendo esta misma característica o preferencia con los hombres. Se pudo ver que las mujeres con una edad de 29 años buscan salir, mientras que las de 26 años buscan solo crear amigos. Finalmente las de 24 usaron Tinder para entender su funcionamiento es decir por curiosidad. Esto mostró que los dos géneros no comparten mucha similitud en el uso de la aplicación, ya que solo muestran igualdad en una sola finalidad que no fue escogida ni por hombres ni mujeres que fue “conocer gente y entretenerse”.



Finalmente, se puede ver un resultado final que está compuesto por las personas que sienten preferencia por los dos géneros. Las personas con un promedio de edad de 27 años piensan encontrar una pareja estable en Tinder. Las personas con un promedio de edad de 31 años que les interesan ambos sexos solo buscan un encuentro sexual compartiendo este promedio de edad con los hombres. A diferencia de los hombres y las mujeres, las personas que están interesados en los dos géneros si les interesa conocer gente y entretenerse. Las personas que prefirieron esta finalidad están en un promedio de edad de los 18 años. Se puede ver otra finalidad que es crear un grupo y salir. En este grupo de personas los usuarios que prefieren esta categorías son más jóvenes que los otros dos grupos, ya que tienen un promedio de edad de 24 años. También se puede observar que todas las personas que sienten curiosidad en los tres grupos de personas tienen la misma media de edad de 24 años. Para terminar se puede ver que a diferencia de los dos primeros grupos que con un promedio de edad de 26 años prefieren hacer amigos, en este se ve que las personas con una edad media de 30 años buscan hacer amigos.



Teniendo en cuenta los resultados anteriores se pudo comprobar que las personas jóvenes dejaron de tener como prioridad casarse a tempranas edades. Esto se debe gracias a las revoluciones sociales (No machismo, anticonceptivos, libertad de expresión, etc.) las cuales han hecho que se pierdan las tradiciones culturales. Esto ha creado una sociedad más abierta donde el sexo deja de ser un tabú y una acción solamente para reproducirse, y se empieza a ver como un acto de placer tanto como para hombres y mujeres.

No solamente esta teoría “de que la sociedad es más abierta “se comprueba con el sexo, sino también con otras preferencias como lo pueden ser: conocer gente, crear grupos o hacer amigos, dejando así de ultima la opción que es: buscar una pareja estable. Esta alternativa fue más frecuentada por las personas con una edad mayor o igual a 33 años. Esto evidencia que las personas jóvenes buscan otro tipo de actividad dejando el compromiso como su última opción.

Estos resultados nos mostraron que las mujeres y los hombres comparten una misma tendencia de no querer contraer un compromiso a tan temprana edad como era acostumbrado, haciendo que en esta sociedad predomine la libertad y la

existencia de un “amor confluyente” donde hay libertad por ambas partes y el compromiso deja de ser una prioridad.

Se puede ver que el entorno digital ayuda a que se cumpla esta tendencia, ya que este genera facilidades a las personas para buscar sus diferentes alternativas. Como se deja de un lado las interacciones físicas, los usuarios usan la tecnología para encontrar grupos sociales, encuentros sexuales, nuevas amistades, abriendo así las diferentes posibilidades.

Para terminar gracias a que la sociedad ha tenido una transformación constante donde se ha vuelto más liberal la forma de pensar, se han ido perdido también con el tiempo el pensamiento y comportamiento de una relación estable en los jóvenes. Se han perdido detalles como lo puede ser el amor, la tradición de delicadeza con la mujer entre otros, trayendo una nueva cultura de comportamientos más abiertos donde las mujeres y hombres son por igual. Este mismo comportamiento se puede ver en la parte económica, ya que se deja de pensar que el hombre siempre tiene que invitar a la mujer y se pasa a un pensamiento donde ambos pueden invitar o pagar cada uno su parte, generando un desprendimiento económico por el lado de la mujer creando igualdad en ambas partes.

CONCLUSIONES

Tal y como se mencionó anteriormente, la era digital ha contribuido a la facilidad de muchas cosas en la actualidad, ejemplo de ello, conocer personas por medio de una aplicación, en este caso Tinder. Con los resultados hallados en la encuesta, vemos como las personas más jóvenes, quienes han estado mucho más expuestas a cambios tecnológicos y culturales, han optado por utilizar este tipo de aplicaciones por curiosidad, para posteriormente, crear algunos vínculos de amistad o vínculos amorosos, intervenidos por la mediación tecnológica.

Por otro lado, vemos cómo los resultados obtenidos de la encuesta confirman que, los hombres en un porcentaje un poco más alto y a edad más temprana que las mujeres, tienden a buscar una relación estable. Este comportamiento por parte de las mujeres, se puede basar en el hecho de sentirse cada vez más preparadas, seguras e independientes. Esto ha hecho que el establecer un vínculo amoroso no sea una de sus prioridades, sino que antes de hacerlo, prefiere aprovechar de lo que le esté brindando el entorno, en este caso escoger entre el amplio catálogo que se encuentra en Tinder.

Para aquellas personas que gustan de ambos sexos, en algunas ocasiones no es fácil encontrar personas afines a ellos, es por esta razón que deciden trasladarse a este tipo de aplicaciones para escoger y establecer vínculos emocionales sin temor a ser juzgados. Según los datos obtenidos en la encuesta, este público objetivo utiliza este tipo de aplicaciones con el fin de conocer personas, crear grupos sociales y divertirse, este comportamiento se da normalmente en personas más jóvenes. Basados en los resultados, vemos como en este público es muy normal que alrededor de los 27 años se busque a través de Tinder establecer una relación estable. Sin embargo, personas con aproximadamente 3 años más que los anteriores, buscan obtener encuentros sexuales por medio de la aplicación. Este comportamiento se relaciona estrechamente con el amor confluyente, en el que existe una igualdad de sexos, quienes están dispuestos a dar y recibir, sin embargo, este no tiene que ser un vínculo emocional con una sola persona a diferencia de las parejas heterosexuales.

Bibliografía

Beck, U., Giddens, A. y S. Lash (1997), *Modernización Reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Madrid, Alianza Editorial.

Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. (2001). *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Universidad.

Coran Berkin, S. y Z. Rodríguez Morales (2000), —El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficasll, *Espiral, Estudio sobre Estado y Sociedad* VI (17), pp. 49-70.

Döring, N. (2000). Feminist Views of Cybersex: Victimization, Liberation, and Empowerment. *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 3(5).

Eva, I. (2013). *Por qué duele el amor- Una explicación sociológica*. (K. Editores, Ed.) (Segunda Ed). Buenos Aires.

Jazmine Escobar- Ivonne Francy, *Una guía conceptual y metodológica*, Universidad del Bosque

Joseph F Hair- Robert P. Bush- David J. Ortinau, *Investigación de mercados*, Caso: Acura 3.2 TL, 2009, Pagina 381.

Giddens, A. (1999), —Experimentos cotidianos, relaciones, sexualidadll, en *La Transformación de la Intimidad*, Madrid, Cátedra

Kaufmann, J.C. (2012). *Love Online* . Polity.

Liébana, Celia (2015). *El Appmor: El fin del cara a cara en las relaciones personales*.

Madrigal Karen, Marín Eimy, Mitrandá Luciana, *La utilización de la encuesta en la investigación cuantitativa*, ULACIT, 2009, http://www.ulacit.ac.cr/files/proyectosestudiantiles/239_investigacion%20cuantitativa.pdf

Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity press.

Moscato, L. (2004), *Tinder, la aplicación de moda para conocer gente a un clic de distancia* [en línea]. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/1654653-tinder-la-aplicacion-de-moda-para-conocer-gente-a-exual-un-clic-de-distancia>>.

Orozco Gómez, G. (2002), —Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionalesII, *Signo y pensamiento* vol. XXI (41), pp. 21-33.

Peiss, K. (2011). *Hope in a Jar The Making of America's Beauty Culture*. Pennsylvania.

Rade sean, Blatt Greg, Yaga Sam, & Cohler Matt. (2013). Tinder. Retrieved March 1, 2017, from <https://www.gotinder.com/press>

Rojas, Johan (2015). RECONFIGURANDO EL AMOR: MEDIACIÓN TECNOLÓGICA Y RELACIONES AFECTIVAS.

Rúa, M. P. (2013). La generación femenina de 1950 y el cambio social (1950-2000). *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 12(1).

Tyson, G., Perta, V. C., Haddadi, H., & Seto, M. C. (2016). A First Look at User Activity on Tinder.