



Facultad de Humanidades
Instituto de Sociología
Carrera de Sociología

“El amor, la imagen y la seducción en la era digital:

Jóvenes y el uso de Tinder”

Memoria de Grado para optar al Grado de Licenciada en

Sociología y Título Profesional de Socióloga

Laura Sophie Moreau López

Profesor Guía

Adela Bork Vega

Valparaíso, octubre 2017

RESUMEN

El surgimiento de las tecnologías digitales en el contexto de la era digital no fueron el detonante del nuevo sistema global post sociedad industrial, pero si fueron un medio imprescindible para dichas transformaciones. Para comprender de qué manera estas nuevas tecnologías afectan a los sujetos y sus relaciones interpersonales, es que el siguiente estudio pretende ser una inmersión en los significados que le otorgan los jóvenes universitarios pertenecientes a la ciudad de Valparaíso a la aplicación de citas y encuentros llamada Tinder. La investigación está dotada de un carácter interdisciplinario, abordándose desde la perspectiva de la fenomenología, para lo cual se empleó la metodología cualitativa de investigación con la finalidad de acceder a las estructuras significativas del discurso juvenil mediante entrevistas en profundidad.

Palabras claves: Era digital-Tinder-Significados-Jóvenes universitarios

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mis padres por su incondicional apoyo, y por entregarme los más sabios consejos en los momentos de duda.

A mi hermano mayor, por las palabras de aliento entregadas durante todo este proceso.

A mi compañero por la paciencia y el interés demostrado en la sociología y en mi tema de tesis.

A mi tía Luisa, por sus oportunas recomendaciones bibliográficas que me sirvieron para profundizar en el tema.

A mi profesora guía, Adela Bork, por su entrega y disposición desde el desde el primer momento en que le comenté el tema de mi investigación, por ayudarme a aterrizar mis ideas y por confiar en mis capacidades.

A las personas que accedieron a ser entrevistadas en este estudio, por su buena disposición.

Por último a todos los que de alguna u otra forma colaboraron con este proceso, familiares, profesores, amigos y compañeros de Sociología.

ÍNDICE

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1. Antecedentes.....	7
1.1. Pregunta de Investigación.....	11
1.2. Objetivos.....	11
1.2.1. Objetivo general.....	11
1.2.2. Objetivos específicos.....	11
1.3. Relevancia.....	12
1.3.1. Relevancia Teórica.....	12
1.3.1. Relevancia Práctica.....	12
1.3.3. Relevancia Metodológica.....	12
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	13
2. Discusión bibliográfica.....	13
2.1. El surgimiento de la era digital.....	13
2.1.1. Del capitalismo industrial a la sociedad de control.....	13
2.1.2. De la sociedad disciplinaria al neoliberalismo.....	17
2.2. Sociedad de consumo.....	21
2.3. Una sociedad narcisista.....	25
2.4. La consolidación de la identidad múltiple y multicéntrica...28	
2.5. Redefinición de fronteras entre lo privado y lo público: La intimidad pública y exhibida.....	32
2.6. Falsa liberación sexual.....	34
2.6.1. Nuevas formas de relacionarse.....	39
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	46
3.1. Carácter de estudio.....	46
3.2. Diseño de la muestra.....	46
3.3. Técnicas de producción y análisis de datos.....	47
3.4. Universo y Muestra.....	47

3.5. Validez y Confiabilidad en el instrumento de medición.....	48
3.6. Análisis de los datos	49
3.7. Relación entre objetivos de investigación y técnicas de producción y análisis de datos.....	49
3.8. Plan de trabajo.....	51
3.9. Condiciones éticas.....	52
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	53
4.1.El proceso implicado	53
4.1.1. La ruptura, hecho que antecede el uso de Tinder.....	54
4.1.2. Juicios antes del uso de Tinder.....	55
4.1.3. Después del Match: La conversación previa a la cita.....	60
4.2. Caracterización de los usuarios.....	65
4.3. La identidad personal en juego.....	68
4.4. Una aplicación con múltiples funciones.....	72
4.5. Tensiones por el carácter privado y público de Tinder.....	78
4.6. La crítica.....	80
4.7. El sentido de la imagen.....	82
CONCLUSIONES.....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	94
ANEXOS.....	1
Anexo 1: Cuadro N°3: Matriz de Análisis.....	1
Anexo 2: Pauta de Entrevista.....	5

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Matriz Muestral.....	53
Cuadro N°2: Relación objetivos de investigación/técnicas de producción y análisis.....	55

CAPITULO I: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1. Antecedentes

Hoy, la expresión de diversos fenómenos que emergen y modifican el tejido social es fruto de cambios estructurales observables, plasmándose en los nuevos estilos de vida, concepciones e imaginarios distintos, rupturas, etc., como bien lo señala Krauskopf (2010), dirigiendo su atención en cómo repercuten estos cambios culturales y sociales en las subjetividades de los jóvenes de hoy

“LA GLOBALIZACIÓN Y LA modernización han prolongado la vida en el contexto de cambios acelerados, con la consecuente modificación y ruptura en las secuencias del recorrido existencial. La moderna prolongación de la vida repercute en que la fase juvenil sea un período cada vez más extenso, se adquiera sentido e identidad por sí mismo y se desarrollen nuevas subjetividades”. (Krauskopf, 2010, pág. 2)

En este sentido, para William J. Mitchell, “La comunicación digital recrea también el ritmo tradicional de la vida cotidiana” (Mitchell, 2001, pág. 9), y, para Deleuze “La tecnología es, pues, social antes de ser técnica” (Deleuze, 1987, pág. 67).

Uno de esos cambios es la llegada de internet y las nuevas tecnologías: En el actual mundo del ciberespacio, irrumpen con fuerza las “tecnologías digitales de información y comunicación” (Castells, 2006, pág. 15) como lo son las llamadas redes sociales online, como Facebook, LinkedIn o Tinder. Estas plataformas no sólo se constituyen como un servicio que permite a los usuarios relacionarse, compartir información o mantenerse en contacto, sino que contienen en su definición un sólido componente sociocultural, modificando las actuales representaciones sociales de los individuos, instaurando una “Cultura de la virtualidad real construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados” (Castells, 2009, pág. 23) generando así una nueva “forma de organización social” (Castells, 2009, pág. 23).

Plataformas virtuales como Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn son hoy utilizadas por los cibernautas de todo el mundo “En sus estadísticas públicas, Facebook detenta un promedio de 936 millones de usuarios activos diariamente en el mundo para marzo de 2015” (Millán, 2015, pág. 9).

Ahora bien, en Chile, se observa un crecimiento exponencial respecto al uso de internet y de las redes sociales

“Según Halpern (2013) los usuarios de Internet en Chile utilizan cada vez más redes sociales y pasan más tiempo conectados al mundo virtual. El estudio latinoamericano Wave7 (2013) muestra cómo Chile es uno de los países donde más han crecido los perfiles en redes sociales (como Facebook) y donde la mayoría de las actividades, tales como ver videos online o enviar mensajes instantáneos, crecen también con el tiempo”. (Millán, 2015, pág. 9)

Según las actuales cifras disponibles, se observa que las personas de todo el mundo se familiarizan cada vez más con las redes sociales digitales, siendo los jóvenes los que más usan estos medios, según el estudio realizado por la Corporación Latinobarómetro (Latinobarómetro, 2015), de un total de mil doscientos encuestados, según los rangos de edad por cada plataforma virtual, los porcentajes más elevados se encuentran en el rango de dieciséis a veinticinco años.

Los múltiples usos que los jóvenes le dan a estas redes sociales para comunicarse con sus pares en diversos ámbitos de sus vidas, se expresan desde relaciones formales a las políticas, como el papel que jugaron las redes sociales como Facebook y Twitter como soportes de coordinación y comunicación para la difusión de las convocatorias a las múltiples manifestaciones estudiantiles durante año dos mil once en Chile, siendo la virtualidad para los jóvenes no el reemplazo del cara a cara sino que una antesala al encuentro real.

A diferencia de lo que planteaban las primeras corrientes investigativas al comienzo del surgimiento de la era digital, de que las interacciones que se realizaban en el plano virtual ocurrían de forma paralela de la realidad física o tangible (Millán, 2015), hoy en día esta visión ha quedado prácticamente obsoleta, teniendo en cuenta que las dos dimensiones, la del mundo físico y la virtual intangible no poseen fronteras definidas y se insertan en el mismo espacio de lo real

“A estas alturas debería ser superfluo aclarar que las interacciones que tienen lugar en el entorno digital –con frecuencia erróneamente calificadas como ‘virtuales’– son tan reales como las que se llevan a cabo en el mundo presencial, aunque en ellas no haya la corporeidad que sí acompaña las relaciones en el mundo físico. De hecho, hoy en día asistimos a “una creciente normalización por la que la sociabilidad online forma parte cotidiana de la vida diaria de las personas; y (...) las relaciones sociales ya están hibridadas entre ambos contextos” (del Fresno, 2011: 93)”. (Serrano Puche, 2013, pág. 354)

De esta forma, muchas de las interacciones y conversaciones que se establecen hoy ocurren por medio de redes sociales en internet (González E. E., 2009), haciendo que se establezcan significados respecto a estas plataformas y logrando transformar las subjetividades a través de estas experiencias virtuales, como bien lo señala la socióloga Sherry Turkle “Para cada paso hacia adelante en el uso instrumental de una tecnología (lo que la tecnología puede hacer por nosotros), hay efectos subjetivos. La tecnología nos cambia como personas, cambia nuestras relaciones y el sentido de nosotros mismos” (Turkle, 1997, pág. 292).

En este contexto, es pertinente estudiar el impacto que las tecnologías digitales tienen en los sujetos que más utilizan estas redes, los jóvenes, y qué rol juegan en sus vidas diarias, como también en qué aspectos cambian sus relaciones sociales

“Indagar el discurso juventud a través del tiempo no supone la búsqueda de un origen, sino la contextualización de su irrupción (Foucault, 1996). Pensar la juventud como noción discursiva implica sostenerla como un acontecimiento que irrumpe y ejerce violencia mencionando aquello que no había sido nombrado, constituyendo una práctica que, en este caso, enunciará las condiciones sociohistórico-culturales que hacen posible la emergencia del discurso joven”. (Analisa Castillo, 2010, pág. 48)

Según Saintout, F. (2009) (citado por Analisa Castillo, 2010), el concepto de juventud no se define por su estado biológico, sino que es una categoría socialmente construida y delimitada por determinadas sociedades y contextos históricos. En esta lógica ‘ser joven’ no sólo tiene que ver con un dato biológico, sino con un sentido socialmente

creado y asignado. Es decir, no se ha sido joven de la misma manera en todas las épocas e incluso, en algunos momentos históricos no han existido jóvenes.

A partir de lo anteriormente señalado, se hace relevante investigar en qué aspectos influyen las plataformas digitales en los jóvenes de hoy, específicamente en el uso de aplicaciones para concretar citas o buscar parejas estables, sus motivaciones, la existencia de diferencias de significados entre sexos respecto a esta temática, y finalmente, indagar cómo estos mecanismos se vinculan con la identidad personal de cada sujeto. Desde la perspectiva sociológica, es importante hacer énfasis en investigar por qué se producen cambios en la forma en que se establecen las interacciones interpersonales, y de qué manera esos cambios modifican sus significados.

La aplicación Tinder, creada el año 2012, es una aplicación móvil que goza de un considerable aumento del número de usuarios jóvenes en Chile cuya utilidad es elegir a través de fotos personales la o las persona(s) con la(s) cual(es) se pretende concretar una cita amorosa o de sexo casual. El fenómeno de recurrir a aplicaciones de citas es reciente en Chile, tal como lo señala Andrea Iorio, Director de Negocios de Tinder para Latinoamérica “Chile es uno de los países con mayor cantidad de usuarios en Latinoamérica. De hecho es el tercero después de Brasil y Argentina. Hoy se producen unos 12 millones de interacciones al día. Esa es una de las formas que tenemos para contabilizar el éxito” (Diario La Tercera, 2016). Esta red social detenta cada vez más de popularidad entre los jóvenes chilenos, haciendo que el proceso de seducción cara a cara se reemplace por el uso de esta plataforma.

1.1. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué ámbitos influyen en la elección de utilizar Tinder?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Determinar los ámbitos que influyen en la decisión de usar Tinder en jóvenes usuarios entre 18 y 24 años de la ciudad de Valparaíso a partir de sus significados respecto a la aplicación.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significados de los jóvenes respecto a esta aplicación.
2. Identificar el proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público mediante del uso de Tinder.
3. Analizar el discurso de los usuarios sobre la manera en que Tinder influye en la identidad personal de cada uno.

1.3. RELEVANCIA

1.3.1. Relevancia Teórica

El aporte de esta investigación es constituirse como un estudio que se propone investigar las causas sociológicas de la decisión de los usuarios de Tinder a utilizar esta aplicación poco estudiada desde la sociología y cada vez más popularizada entre jóvenes chilenos. La importancia del estudio es sentar las bases para otras investigaciones que vinculen la sexualidad y la interacción en las redes sociales, la visión del otro y de sí mismo, de la intimidad y del amor, en jóvenes de la sociedad chilena.

Asimismo, cuenta con un carácter transdisciplinario, ya que aborda el problema desde distintos enfoques, tanto desde la sociología como el de la psicología y la filosofía.

Este estudio permitirá visualizar qué ámbitos influyen en los jóvenes al tomar la decisión de usar esta aplicación según sus propios discursos, y la visión y sentido que ellos le otorgan a esta aplicación.

1.3.2. Relevancia Práctica

A su vez, este estudio detenta una relevancia política, ya que existen pocas políticas públicas que están orientadas a educar e informar respecto las implicancias del uso de las redes sociales, en sus aspectos positivos y negativos, siendo que hoy en día los niños se apropian de la tecnología desde muy temprana edad, exponiéndose a considerables riesgos sociales y psicológicos debido a la escasa información y prevención de fenómenos que suceden a través de las redes digitales, tal como la delincuencia, el fraude, la pedofilia, el bullying, entre otros, que pueden llegar a provocar graves depresiones en jóvenes y niños.

1.3.3. Relevancia Metodológica

Por último, cabe destacar que el tema de las aplicaciones de redes sociales se aborda generalmente desde una metodología cuantitativa, e inusualmente desde la perspectiva sociológica, siendo de poco interés en la academia el investigar en profundidad las subjetividades entorno a aplicaciones como estas, mediante el empleo de la metodología cualitativa con un enfoque hermenéutico la cual permitió profundizar en los discursos de los sujetos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2. Discusión bibliográfica

2.1. El surgimiento de la era digital

2.1.1. Del capitalismo industrial a la sociedad de control

Durante el siglo XIX, en Europa, se estructura un sistema económico que supera la sociedad feudal y que fue posible gracias a la revolución industrial: El capitalismo. Son múltiples los factores que confluyeron en este contexto favoreciendo su desarrollo y consolidación, tal como los sociales, religiosos y culturales, estudiados por grandes sociólogos como el alemán Max Weber (1905), evidenciando la relación existente entre estas causas que permitieron el surgimiento de un nuevo ciclo histórico

“De las diferentes caracterizaciones del capitalismo (hoy por hoy quizás más bien capitalismo) realizadas desde hace un siglo y medio retendremos una fórmula mínima que hace hincapié en la exigencia de acumulación ilimitada de capital mediante medios formalmente pacíficos. La perpetua puesta en circulación del capital dentro del circuito económico con el objetivo de extraer beneficios, es decir, de incrementar el capital que será a su vez reinvertido de nuevo, sería lo que caracterizaría primordialmente al capitalismo y lo que le conferiría esa dinámica y esa fuerza de transformación que han fascinado a sus observadores, incluso a los más hostiles”. (Boltanski, 2002)

De esta forma se modernizaron los complejos productivos de las industrias nacionales y se introdujeron maquinarias innovadoras, por lo que fue necesaria la formación de mecánicos y técnicos de servicio. En una segunda fase “La red eléctrica y la proliferación de pequeños motores eléctricos favorecieron este proceso, condujeron a la época de los electrodomésticos y proporcionaron a nuestra existencia cotidiana un entorno electromecánico” (Mitchell, 2001, pág. 62).

Posteriormente, en los años noventa, se masifican los pequeños procesadores electrónicos y la red digital, obligando a los gobiernos a legislar en función de estos

cambios estructurales e implementar políticas públicas de Telecomunicaciones. Tal como lo señala Castells

“El cambio histórico multidimensional en el que estamos inmersos hace dos décadas se caracteriza por la transformación del sistema productivo, del sistema organizativo, del sistema cultural y del sistema institucional, sobre la base de una revolución tecnológica que no es la causa pero si el medio indispensable de dicha transformación”. (Castells, 2006, pág. 12)

Según William J. Mitchell, se trata de una reconfiguración de un complejo sistema mediado por el ciberespacio, que constituye nuevas relaciones sociales, políticas y culturales, y que, a diferencia de épocas anteriores, éstas son intangibles , pero no menos estructurantes “El naciente sistema de límites y puntos de control en el ciberespacio no es tan visible como las conocidas fronteras, muros, puertas y entradas del mundo físico, pero no por ello es menos real ni menos poderoso políticamente” (Mitchell, 2001, pág. 64).

En este sentido, se articulan e inciden directamente las acciones del mundo físico, con las del ciberespacio. Las fronteras entre estas dos dimensiones están interrelacionadas, y se confunden a diario. La definición clásica del concepto de ciudad ha quedado obsoleta en cuanto se concebía como un espacio físico de constantes interacciones presenciales y significaciones entorno a la urbe, hoy, la misma arquitectura se reconfigura producto de esta dimensión intangible e interconectada, en donde las personas pasan a ser de ciudadanos a ser “verdaderos habitantes de entornos electrónicos” (Mitchell, 2001, pág. 50).

Varios cambios en el ámbito social, político, económico y cultural se fueron desarrollando a través del tiempo producto del surgimiento de esta era digital. Los encuentros urbanos imprevistos se vuelven cada vez más escasos producto del incrementado uso de las telecomunicaciones, poniendo en riesgo la vida pública propia de la ciudad en su definición clásica

“Antes, cuando uno quería quedar con *alguien*, acudía a los lugares donde se podría encontrar con *cualquiera*- una plaza, la calle mayor, el bar de la esquina o incluso un centro comercial-.

Ahora, telefoneando o enviando un correo electrónico previamente para determinar un sitio y una hora en concreto, se puede quedar solo con quien *elegimos* expresamente. Es eficiente, pero también se convierte en un condicionamiento que nos amenaza con la pérdida de la vida pública y el aumento de la fragmentación social". (Mitchell, 2001, pág. 101)

El uso masivo de tecnologías de comunicaciones tiene sus efectos tanto a nivel macrosocial, como a nivel micro "Las transformaciones sociales que se engendraron pasada la agonía de la sociedad industrial han afectado también a las y los individuos, y no solo a las grandes estructuras tradicionales" (Espinoza, 2015). El preferir estar conectado, hace que no se utilice ese tiempo en otra actividad. Por ende, partiendo de esa base, la interacción virtual efectivamente ha ido reemplazando la interacción cara a cara, y ha generado otras formas de pensar y de actuar, mediados por la tecnología, provocando que "(...) La subjetivización total (la reducción de la realidad a una "ventana" del ciberespacio generada electromagnéticamente) coincide con la objetivización total (la subordinación de nuestro ritmo corporal interno a una serie de estímulos regulados por aparatos externos)" (Zizek, 2015, pág. 153).

Según Foucault (1996), se efectuaron notables cambios en las conductas individuales a partir del siglo dieciocho debido a distintos procedimientos disciplinarios implementados por instituciones detentoras de poder a través de estrategias políticas para facilitar el control del cuerpo humano, hacerlo funcional al sistema productivo y a la vez dócil para el sistema tecno-político, mediante una "(...) Técnica específica de un poder que se da los individuos a la vez como objeto y como instrumentos de su ejercicio" (Foucault, 1979, pág. 175), creando así una fábrica de individuos (Foucault,1979), produciendo que "Una única forma de poder (lo prohibido) se aplica así a todas las formas de sociedad y a todos los niveles de dominio" (Foucault, 1994, pág. 80).

Dichos procedimientos fueron denominados como "anatomopolítica del cuerpo humano" que se apoyan en discursos de verdades irrefutables (Foucault, 1996). Es a través de este mecanismo que el poder actúa en la modernidad, dejando atrás la muerte como forma de control, y apostando por la administración completa de la vida

"El desarrollo rápido durante la edad clásica de diversas disciplinas – escuelas colegios, cuarteles, talleres; aparición también, en el campo de las

prácticas políticas y las observaciones económica, de los problemas de natalidad, longevidad, salud pública, vivienda, migración; explosión, pues, técnicas diversas y numerosas para obtener la sujeción de los cuerpos y el control de la población. Se inicia así la era de un “biopoder”” (Foucault, 1996, pág. 169).

De esta manera, el biopoder facilitó el desarrollo del capitalismo, puesto que sin las instituciones encargadas del disciplinamiento no habría sido posible la inserción de los cuerpos en el nuevo sistema simbólico y productivo, y tampoco sin las regulaciones en los procesos biológicos estos no se hubieran ajustados a las radicales transformaciones económicas que sustentaron la sociedad moderna.

De este modo, la acción permanente de la disciplina normativa del capitalismo sobre la población “Conduce al objetivo esencial de lo que Foucault llama biopolítica, es decir la fabricación de hombres y mujeres sumisos a la lógica del poder capitalista” (Lazzarato, 2006). Los estilos de vida se empiezan a homogenizar al mismo tiempo que se globalizan las conductas, los intereses, formas de pensamiento y de relaciones sociales, sin diferenciarse entre países más o menos “desarrollados” como bien lo constató Marcuse

“En virtud de la manera en que ha organizado su base tecnológica, la sociedad industrial contemporánea tiende a ser totalitaria (...) Que opera a través de la manipulación de las necesidades por intereses creados, impidiendo por lo tanto una oposición efectiva contra el todo (...).” (Marcuse H. , 1968, pág. 33)

En este sentido, existe una transición de valores desde los orientados a la satisfacción de necesidades básicas a valores vinculados a la calidad de vida. Todas estas dependencias actúan como soportes sociales y existenciales “Esta sociedad convierte todo lo que toca en una fuente potencial de progreso y explotación, de cansancio y satisfacción, de libertad y opresión. La sexualidad no es una excepción” (Marcuse H. , 1968, pág. 108). En la sociedad capitalista, entonces, el cuerpo, además de detentar de un valor de uso, posee también un valor de cambio, convirtiéndose así en un capital más que puede ser utilizado y/o explotado en la sociedad-mercado en el cual se inserta.

En este mismo sentido es que Duschatzky, S. y Corea, C. (2008) plantean que hoy se vive un “agotamiento del Estado-Nación” y se da paso a un Estado-Mercado en el cual los nuevos estilos de vida se configuran en función del consumo, afectando las subjetividades en un contexto histórico en el cual los jóvenes habitan y le dan sentido a sus vidas

“Actualmente, nos encontramos frente a la lógica del agotamiento del Estado-Nación, la potencia soberana del Estado fue sustituida por la potencia soberana del mercado. Esto significa que se produjo una alteración fundamental en el suelo de la producción de subjetividad, ya no se promueven ciudadanos sino consumidores (Duschatzky, S. y Corea, C. 2008:21). En estas condiciones de posibilidad histórica se producen las subjetividades juveniles, las diversas formas de habitar la juventud, en este sentido es que se concibe o se habla de los jóvenes como construcción social, histórica y cultural” (Analisa Castillo, 2010, pág. 57).

2.1.2. De la sociedad disciplinaria al neoliberalismo

Se observa entonces que estas modificaciones efectuadas bajo el régimen de una sociedad capitalista aceleraron el paso hacia un proyecto político, sociocultural y económico distinto al que fundaba la “sociedad disciplinaria”

“Una transición de un mundo hacia otro: de aquella formación histórica anclada en el capitalismo industrial, que rigió desde fines del siglo XVIII hasta mediados del XX —y que fue analizada por Michel Foucault (1975) bajo el rótulo de “sociedad disciplinaria”—, hacia otro tipo de organización social que empezó a delinearse en las últimas décadas” (Bonavitta, 2015, pág. 205).

En la misma línea de Foucault, Gilles Deleuze (1991), afirma que los sujetos están insertos en las llamadas “sociedades de control” (Deleuze, 1991), regímenes apoyados en el uso de tecnologías electrónicas y digitales que les garantizan el establecimiento

del dominio del alma y control sobre los cuerpos, lo que a su vez podría llamarse “biopoder” (Deleuze, 1991).

Sin embargo, para el filósofo Byung-Chul Han, estos autores no logran percibir los modus operandi del neoliberalismo. El autor afirma que el concepto de biopolítica es muy limitado para lograr analizar los distintos dispositivos de poder neoliberales, mostrando que el mismo Foucault reconoció esa limitación, y propone una nueva dimensión, la cual permite pasar de la biopolítica a la *psicopolítica*

“Después de *Vigilar y castigar*, Foucault se dio cuenta de que la sociedad disciplinaria no refleja exactamente su tiempo. De ahí que a finales de los setenta se ocupe del análisis de las formas de gobierno neoliberales. No obstante, el problema reside en que se aferra tanto al concepto de población como al de biopolítica (...) En el resto de la lección Foucault no menciona más la biopolítica. Tampoco habla de población. No cabe duda de que en ese momento Foucault no tiene del todo claro que biopolítica y población, en cuanto a categorías genuinas de la sociedad disciplinaria, sean ambas apropiadas para describir el régimen neoliberal. Así, Foucault no realiza el giro a la psicopolítica, lo que hubiera sido necesario”. (Han, 2014, pág. 22)

Para Byung-Chul Han, Foucault vincula la biopolítica con la forma disciplinaria del capitalismo, que en su estructura de producción socializa al cuerpo, tratándose, así, de un concepto que se asocia netamente a lo “somático, lo biológico y lo corporal” (Han, 2014).

Sin embargo, Han plantea que el neoliberalismo no actúa precisamente a través de lo biológico y lo corporal, sino que a través de la psique

“El neoliberalismo como una nueva forma de evolución, incluso como una nueva forma de mutación del capitalismo, no se ocupa primeramente de lo “biológico, somático, corporal”. Por el contrario, descubre la psique como fuerza productiva. Este giro a la psique, y con ello a la psicopolítica, está relacionado con la forma de producción del capitalismo actual, puesto que este último está determinado por formas de producción inmatriciales e incorpóreas. No se producen objetos físicos, sino

objetos no-físicos como informaciones y programas”.
(Han, 2014, pág. 22)

De esta manera afirma que en este sistema el cuerpo ya no es el punto de disciplinamiento y coerción para la producción como lo afirmaba Foucault, sino que el cuerpo se emancipa de este proceso productivo con el objetivo de comercializarlo en función de una explotación “estética y técnico-sanitaria”

“Hoy el cuerpo es liberado del proceso productivo inmediato y se convierte en objeto de optimización estética y técnico-sanitaria. Así, la intervención *ortopédica* cede a la *estética*. El “cuerpo dócil” ya no tiene ningún lugar en el proceso productivo. La ortopedia disciplinaria es reemplazada por la cirugía plástica y los centros de *fitness*. La optimización corporal es mucho más que una mera praxis *estética*. El *sexness* y el *fitness* se convierten en recursos económicos que se pueden aumentar, comercializar y explotar”. (Han, 2014, pág. 23)

Se puede hablar entonces que el sujeto se convierte un “empresario de sí mismo” (Han, 2014, pág. 25), o de un “individuo soberano” (Ehrenberg, 2000, pág. 15) que se comercializa “de forma voluntaria y apasionada” (Han, 2014, pág. 25), siendo la psicopolítica neoliberal “una política inteligente que busca agrandar en lugar de someter” (Han, 2014, pág. 32).

Por otro lado, los dispositivos del neoliberalismo recurren a la vigilancia digital de la población mediante el sistema de *Bannoptikum* (Han, 2014), que se diferencia del panóptico tradicional de Foucault ya que

“El panóptico vigila a los residentes recluidos en el sistema. El *Bannoptikum* es un dispositivo que identifica a las personas alejadas u hostiles al sistema como no deseadas y las *excluye*. El panóptico clásico sirve para disciplinar (...) El *Bannoptikum* digital identifica a los hombres sin valor económico como basura. La basura es algo que hay que eliminar”. (Han, 2014, pág. 52)

A partir de lo anterior, se observan nuevos fenómenos que van apareciendo debido a los profundos cambios favorecidos por la transición del capitalismo industrial a la era digital. Para Lipovetsky, este proceso significó la instalación de nuevos valores sociales, dirigidos hacia el propio bienestar del cual cada uno es responsable, como una forma de control social determinada el “Fin del homo politicus y nacimiento del homo psicologicus, al acecho de su ser y de su bienestar” (Lipovetsky, 1986, pág. 52). Surgen nuevas necesidades en función de un paradigma estructural basado en la gestión de sí mismo

“Con el reino de los mass media, de los objetos y del sexo, cada cual se observa, se comprueba, se vuelca sobre sí mismo en busca de la verdad y de su bienestar, cada uno se hace responsable de su propia vida, debe gestionar de la mejor manera su capital estético, afectivo, psíquico, libidinal, etc.(...) Fase posmoderna de la socialización, el proceso de personalización es un nuevo tipo de control social liberado de los procesos de masificación-reificación-represión”. (Lipovetsky, 1986, pág. 26)

Lipovtsky se refiere a un proceso de personalización que opera a nivel de sociedad y que permite un nuevo orden de ésta, conduciendo a su vez a una forma de socialización distinta dejando obsoletos antiguos soportes existenciales con la ayuda de determinadas coacciones y gestión de los comportamientos individuales mediante un “proceso de personalización” fundado en un máximo de decisiones privadas

“Negativamente, el proceso de personalización remite a la fractura de la socialización disciplinaria; positivamente, corresponde a la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades, el sexo y la asunción de los «factores humanos» (...) Con el máximo de elecciones privadas posible, con el mínimo de austeridad y el máximo de deseo, con la menor represión y la mayor comprensión posible”. (Lipovetsky, 1986, pág. 6 y 7)

A su vez, Dina Krauskopf (2010) analiza cómo estos procesos afectan de distintas formas las múltiples sociedades, conllevando a un cambio de subjetividades en donde “La moderna prolongación de la vida y las sociedades de riesgo, se acompañan de incertidumbre, valoración de la individualización, formas flexibles de estabilidad y búsqueda de inserciones sociales con potencial innovativo” (Krauskopf, 2010, pág. 1). Así, se van instalando pensamientos colectivos e imaginarios basados en el miedo, la incertidumbre y el peligro que implica el eminente proceso de individualización de los sujetos posmodernos.

2.2. Sociedad de consumo

Con la llegada de la modernidad, se presenciaron reconfiguraciones macroestructurales en el ámbito económico a nivel global que tuvieron como resultado una sociedad de consumo apoyada en normas con objetivos específicos de control y regulación de las conductas a nivel global

“La revolución del consumo que no llegará a su plenitud hasta pasada la Segunda Guerra Mundial tiene, a nuestro modo de ver, un alcance mayor: reside esencialmente en la realización definitiva del objetivo secular de las sociedades modernas, es decir, el control total de la sociedad y, por otra parte, la liberación cada vez mayor de la esfera privada en manos del autoservicio generalizado, de la velocidad de la moda, de la flexibilidad de los principios, roles y estatutos”. (Lipovetsky, 1986, pág. 105 y 106)

En este contexto, la política impulsada por los Estados se adaptó a los dictámenes del funcionamiento del mercado, tal como lo señala Bauman (2012), generando así un ambiente de incertidumbre generalizado, en donde los individuos se encuentran desprovistos de cualquier tipo de ayuda institucional, obligados a tener que resolver problemas estructurales con sus propios medios

“El Estado se lava las manos ante la vulnerabilidad y la incertidumbre que dimanan de la lógica (o falta de

lógica) del libre mercado, redefinida ahora como un asunto privado, una cuestión que los individuos han de tratar y hacer frente con los recursos que obran en su poder. Tal como lo expresa Ulrich Beck, se espera ahora de los individuos que busquen soluciones biográficas a contradicciones sistémicas”. (Bauman, 2012, pág. 72)

Así, se produce una flexibilización progresiva de la sociedad en todas sus esferas, introduciendo otras dinámicas y velocidades de funcionamiento, esta vez, de forma rápida y continua. Según Lipovetsky, se pasa de la modernidad a una posmodernidad que consigue su peak de éxito en permear los distintos ámbitos de la sociedad en función de la lógica costo-beneficio

“(…) Eso es la sociedad posmoderna; no el más allá del consumo, sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización”. (Lipovetsky, 1986, pág. 10)

La variedad de objetos y de estilos de vida “consumibles” son grandes, y por ende, cada uno debe elegir el suyo propio, el que más le convenga “El consumo obliga al individuo a hacerse cargo de sí mismo, le responsabiliza” (Lipovetsky, 1986, pág. 109): Elegir su propio estilo de vida se convierte en el mayor imperativo de los tiempos actuales.

Siguiendo con Lipovetsky, el consumo es regulado por un proceso que engloba las relaciones en todo ámbito de la vida social, que se define como una nueva estrategia a nivel global: “La seducción”

“Lejos de circunscribirse a las relaciones interpersonales, la seducción se ha convertido en el proceso general que tiende a regular el consumo, las organizaciones, la información, la educación, las costumbres. La vida de las sociedades contemporáneas está dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en

beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción”. (Lipovetsky, 1986, pág. 17)

En esta misma línea, la “estrategia de la seducción” (Lipovetsky, 1986, pág. 18) descrita por Lipovetsky implementada en el sistema posmoderno se basa en el hedonismo, una filosofía de vida que orienta las conductas sociales e individuales hacia un estado de bienestar y satisfacción permanente, y, que sólo es factible con la existencia de una amplia cantidad de posibilidades de elección para que cada individuos construya en función de sus medios un estilo de vida “único”

“Indiscutiblemente debemos partir del mundo del consumo (...) Se identifica con la sobre multiplicación de elecciones que la abundancia (...) Esa lógica se desplegará ineluctablemente a medida que las tecnologías y el mercado vayan poniendo a disposición del público una diversificación cada vez mayor de bienes y servicios”. (Lipovetsky, 1986, pág. 18)

De esta forma, el desarrollo de las tecnologías se hicieron funcionales a la rapidez con que deben concretarse las variadas decisiones tomadas a diario “La sociedad de consumo no puede reducirse a la estimulación de las necesidades y al hedonismo, es inseparable de la profusión de informaciones, de la cultura mass-mediática, de la solicitud comunicacional” (Lipovetsky, 1986, pág. 110). Así, se fue configurando una cultura de la imagen que antepone las apariencias ante la palabra, tal como lo señala la autora Sibilia “Al compás de una cultura que se sustenta crecientemente en imágenes, se desmonta el viejo imperio de la palabra y proliferan fenómenos como los que aquí se examinan, en los cuales la lógica de la visibilidad y el mercado de las apariencias desempeñan papeles primordiales en la construcción de sí y de la propia vida como un relato” (Sibilia, 2008, pág. 58). Se podría hablar entonces de la creación de una necesidad permanente de exposición y de espectáculo propiciadas en esta sociedad de consumo, como bien lo mencionó el autor precursor en este tema, Debord “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Debord, 1967, pág. 9).

Siguiendo con lo anterior, es que se espera que en se encuentre en todos los ámbitos de la sociedad un refugio de diversión y placer, especialmente a través del sexo “Actualmente, la búsqueda del placer, la diversión y la experimentación son propios de una cultura hedonista en la que una práctica sexual satisfactoria se ha convertido en un componente importante para valorar la calidad de vida de las personas” (Costa, 2016, pág. 3). Así, los planos más íntimos como el amor, la sexualidad o la seducción pasan a ser terrenos sentimentales conquistados por el mercado” (...) El mercado conquistó cada rincón de nuestras vidas ¿Cómo no iba a conquistar el terreno sentimental? El amor “a la carta” es una de las aristas de un “mundo delivery” que se está planteando en la era global” (Bonavitta, 2015, pág. 209).

Por tanto, el amor ya no se representa como un sentimiento compartido por dos personas unidas en una relación recíproca que propiciaba la sinceridad emocional en la que cada uno desmantelaba sus emociones y deseos con el otro, sino que ahora se trata de satisfacer los deseos individuales lo más rápido posible, sin necesidad de entregar nada a cambio “Es un amor también más individualista, donde prima el deseo de satisfacer ya, aquí y ahora, el deseo sexual/sensual/erótico, sin necesidad de proyectar hacia el futuro, sin necesidad de entregar nada a cambio, ni de desnudar el alma y las emociones” (Bonavitta, 2015, pág. 203).

Se evidencia la ruptura con la concepción de amor romántico, caracterizado por la metáfora de la Dama-Objeto en el amor cortés en el que a Dama-Cosa siempre fue inalcanzable, ya que entre ella y el caballero se interponían obstáculos para llegar al goce, tal como lo explica el filósofo Zizek

“(…) La clave es, por lo tanto, no sólo que montamos barreras adicionales para elevar el valor del objeto: los obstáculos externos que impiden nuestro acceso al objeto son precisamente los que crean la ilusión de que sin ellos el objeto nos resultaría directamente accesible-lo que estos obstáculos ocultan en esta forma es la imposibilidad inherente de alcanzar el objeto”. (Zizek, 2015, pág. 222)

Asimismo, hoy en día ya no es necesario acudir a un otro para resolver necesidades, sino que es la ciencia que, adaptándose a estos cambios sociales, amplía cada vez más la gama de opciones tecnológicas capaces de resolver todo tipo de necesidades individuales y de la forma más expedita posible. Se crea así un círculo en el que el consumidor llega a ser consumido por su propio objeto de goce

“El emplazamiento de la técnica es transformar el objeto del sujeto, lo singular, en una mercancía. Estos objetos fetichizados que la misma ciencia producen sirven para encarnar los objetos de goce del sujeto, cuya función es la de realizar el plus de goce con lo que tiende a suturar la pérdida estructural prescindiendo del Otro (...)”. (Battista, 2015, pág. 3)

2.3. Una sociedad narcisista

Lipovetsky considera que a partir del siglo diecinueve nacen nuevas lógicas sociales determinadas por un enfoque psicológico “El narcisismo encuentra su modelo en la psicologización de lo social, de lo político, de la escena pública en general, en la subjetivización de todas las actividades antaño impersonales u objetivas” (Lipovetsky, 1986, pág. 14), pasando de lo que antes era un “individualismo limitado” a uno “total”

“Con el proceso de personalización el individualismo sufre un aggiornamento que llamamos aquí, siguiendo a los sociólogos americanos, narcisista: el narcisismo, consecuencia y manifestación miniaturizada del proceso de personalización, símbolo del paso del individualismo «limitado» al individualismo «total», símbolo de la segunda revolución individualista”. (Lipovetsky, 1986, pág. 12)

El Narcisismo es un concepto que ha sido estudiado por la psicología y definido por el psicoanalista Otto Rank como “Esa disposición amorosa hacia el propio Yo” (Rank, 1973, pág. 85) haciendo que “El otro sólo importa por su aplauso, y yo sólo importo por mi imagen” (Maci, 1996, pág. 48). Definiciones que se relacionan con la perspectiva sociológica respecto a este fenómeno, tal como lo señala Lipovetsky (1986), se inserta en un proceso histórico en donde se atrofia la carga emotiva vertida en la esfera pública, dando paso a un individualismo “puro” que se arraiga en las concepciones del sujeto respecto a sí mismo y los distintos planos de su vida social, producto del capitalismo su fase “hedonista”

“Aparece un nuevo estadio del individualismo: el narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo, en el momento en que el «capitalismo» autoritario cede el paso a un capitalismo hedonista y permisivo, acaba la edad de oro del individualismo, competitivo a nivel económico, sentimental a nivel doméstico, revolucionario a nivel político y artístico, y se extiende un individualismo puro(...)”. (Lipovetsky, 1986, pág. 50)

En esta fase del individualismo colectivo, ocurre un drástico abandono de la esfera pública, una estrategia cuya reproducción se basa en la fragmentación el lazo social capaz de aislar a los sujetos mediante el protagonismo del Yo atomizado y narcisista

“Ante todo instrumento de socialización, el narcisismo, por su autoabsorción, permite una radicalización del abandono de la esfera pública y por ello una adaptación funcional del aislamiento social, reproduciendo al mismo tiempo su estrategia. Al hacer del Yo el blanco de todas las inversiones, el narcisismo intenta ajustar la personalidad a la atomización sibilina engendrada por los sistemas personalizados (...)”. (Lipovetsky, 1986, pág. 55)

Cabe destacar, que el proceso narcisista descrito anteriormente se basa en una lógica en la cual el sujeto es anulado en su deseo, es decir, el sujeto se constituye respecto al deseo del otro: La fantasía individual se reduce a la fantasía del otro. Como bien lo explica el filósofo Slavoj Žižek

“Uno debe tener en cuenta siempre que el deseo “realizado” (escenificado) en la fantasía no es el del sujeto, sino el del otro: la fantasía, la formación fantasmática es una respuesta al enigma del “che vuoi?”, ¿“estás diciendo esto, pero que es lo que realmente quieres al decirlo?”, que define la posición constitutiva primordial del sujeto. La pregunta original del deseo no es directamente “¿qué quiero?”, sino ¿“qué quieren los otros de mí?, ¿qué ven en mí? ¿‘qué soy yo para los otros?’”. (Žižek, 2015, pág. 18 y 19)

De esta manera, el sujeto vive en función de satisfacer el deseo del otro, adoptando patrones de comportamiento que no necesariamente comparte o se identifica: El objetivo es lograr la aprobación de los demás mediante el uso de “mascaras sociales”

“Este tipo de lógica es propia de la sociedad burguesa tardía, del “narcisismo patológico”, constituida por individuos que participan externamente en el juego social, sin “identificación interna”; ellos “llevan máscaras (sociales)”, “desempeñan (sus) roles, “no se toman en serio”: La meta básica del “juego social” es engañar al otro, explotar su ingenuidad y credulidad; el rol o la máscara sociales son experimentados directamente como imposturas manipulativas; la meta de la máscara sólo consiste en *impresionar al otro*”. (Zizek, 1998, pág. 326)

Por otro lado, el narcisismo se proyecta como una nueva tecnología de control la cual su principal mecanismo es fragmentar el lazo social (Lipovetsky, 1986), centrándose en el individuo como unidad “El narcisismo, nueva tecnología de control flexible y autogestionado, socializa desocializando, pone a los individuos de acuerdo con un sistema social pulverizado, mientras glorifica el reino de la expansión del Ego puro” (Lipovetsky, 1986, pág. 55). El Ego se expresa en el cuerpo modificando la relación individuo-cuerpo, convirtiendo este último en un “objeto de culto” que necesita todo tipo de cuidados superficiales “Al querer asimilar (...) el narcisismo al psicologismo, nos enfrentamos automáticamente con la dificultad que representa el cortejo de solicitudes y cuidados que rodean hoy al cuerpo, promovido por ello al rango de verdadero objeto de culto” (Lipovetsky, 1986, pág. 60).

Esto produce una asimilación de imperativos modelos y criterios estándares en la definición e imagen del cuerpo “normal”, representado en un cuerpo fuerte, “dinámico y esbelto”, lejanos a la realidad, que coaccionan simbólicamente modificando el imaginario de los sujetos

“(...)El narcisismo cumple una misión de normalización del cuerpo: el interés febril que tenemos por el cuerpo no es en absoluto espontáneo y «libre», obedece a imperativos sociales, tales como la «línea», la «forma», el orgasmo, etc. (...) La normalización posmoderna se presenta siempre como el único medio de ser verdaderamente uno mismo, joven, esbelto, dinámico”. (Lipovetsky, 1986, pág. 63)

Así, el narcisismo se hace funcional a la consolidación de un cuerpo “modelo”, siguiendo con Lipovetsky “El narcisismo, por la atención puntillosa hacia el cuerpo, por su preocupación permanente de funcionalidad óptima, desmonta las resistencias «tradicionales» y hace al cuerpo disponible para cualquier experimentación” (Lipovetsky, 1986, pág. 63). Esto significa que la “sociedad íntima” (Han, 2013) es “Habitada por narcisistas sujetos íntimos, a los que les falta por completo la capacidad de distancia escénica” (Han, 2013, págs. 70-71), y por lo cual los sujetos tienen la necesidad de mostrar sus cuerpos, es decir, una visibilización compulsiva del cuerpo (Bonavitta, 2015).

2.4. La consolidación de la identidad múltiple y multicéntrica

Partiendo de la base de que toda identidad personal involucra reproducción social y proyección social Krauskopf (2010), es que indagar sobre este aspecto del sujeto se hace relevante, ya que “La identidad da sustento a la expresión de comportamientos, sentimientos y relaciones dentro de contextos sociales específicos” (Krauskopf, 2010, pág. 5).

Krauskopf (2010) analiza la importancia de la identidad y las identificaciones en el sujeto, definiéndolas de la siguiente manera “Las identificaciones son un medio primario de la especie humana para transmitir y aprehender patrones y valores culturales (...). Se han iniciado en la niñez y pueden ocurrir sucesivamente, incorporando ciertas características a través de la vinculación afectiva y la socialización” (Krauskopf, 2010, pág. 5).

Como bien menciona la autora, el sujeto va incorporando características a través del contacto constante con su entorno que cuenta con una gran variedad estímulos, siendo uno de ellos el mundo cibernético (Krauskopf, 2010) que “es parte de un cambio cultural que agudiza las diferencias y contribuye con nuevos códigos, condiciones y experiencias a los procesos de elaboración identitaria de las juventudes” (Krauskopf, 2010, pág. 13).

La perspectiva psicoanalítica estadounidense de que el sujeto se constituye por un Yo centrado y unitario, hoy en día se encuentra cuestionada, debido a los distintas identidades que puede adoptar el sujeto tanto en su vida cotidiana real como en la virtual, como bien señala la socióloga Turkle “(...) Muchas de las manifestaciones de multiplicidad en nuestra cultura, incluyendo la adopción de personajes electrónicos,

están contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad“ (Turkle, 1997, pág. 327).

Este mismo análisis es compartido por la autora Sibilia, quién da cuenta de la transformación de la noción de identidad a través del tiempo, configurándose hoy en día como una identidad inestable que dejó de ser sostenida por los clásicos soportes de antes, provocando un sentimiento de desprotección que conduce a la necesidad de mostrarse

“Tras haberse desvanecido la noción de identidad, que ya no puede mantener la ilusión de ser fija y estable, la subjetividad contemporánea oyó rechinar casi todos los pilares que solían sostenerla. Además de haber perdido el amparo de todo un conjunto de instituciones tan sólidas como los viejos muros del hogar, el yo no se siente más protegido por el perdurable rastro del pasado individual ni tampoco por el ancla de una intensa vida interior. Para fortalecerse y para constatar su existencia debe, a cualquier precio, hacerse *visible*.” (Sibilia, 2008, pág. 252)

El sujeto de hoy cuenta con las herramientas tecnológicas para la creación de múltiples imágenes de sí mismo a través de las redes sociales, “ descentrándose” en función de una proyección identitaria falsa, y exponiendo inconscientemente una parte de sus deseos más íntimos, como bien lo explica Zizek

“Cuando construyo una imagen “falsa” de mí mismo que me representa en una comunidad virtual en la que participo (en juegos sexuales, por ejemplo, un hombre tímido frecuentemente asume la personalidad de una mujer promiscua y atractiva), las emociones que siento y “finjo” como parte de mi persona virtual no son simplemente falsas: aunque (lo que experimento como) mi “verdadero ser” no las sienta, son sin embargo, de cierto modo, “verdaderas”(…) Es a esto a lo que apunta la noción lacaniana de “descentramiento”, del sujeto descentralizado: mis más profundos sentimientos pueden ser exteriorizados radicalmente; puedo, literalmente, “reír y llorar a través de otro.” (Zizek, 2015, pág. 131)

El descentramiento sólo es posible con la “mercantilización de la vida cotidiana” del capitalismo tardío al propiciar la desidentificación de los sujetos en todos los ámbitos, superando así la antigua “identidad social fija” basada en autoridades, símbolos y roles

establecidos. La falta de identificación conduce a un alejamiento del verdadero deseo, y por ende, al “verdadero” Yo

“El miedo a la identificación “excesiva” es, por lo tanto, una característica fundamental de la ideología capitalista tardía : el enemigo es lo “fanático” que se “sobreidentifica”, en lugar de guardar una prudente distancia respecto de la dispersa pluralidad de posiciones-sujeto...(...) Tal vez ha llegado el momento de resucitar la percepción marxista de que el capitalismo es el máximo poder de “desterritorialización” que mina toda identidad social fija, y la concepción del “capitalismo tardío” como el periodo en el cual la tradicional estabilidad de las posiciones ideológicas (la autoridad patriarcal, los papeles sexuales establecidos, etc.) se convierte en un obstáculo a la libre mercantilización de la vida cotidiana”. (Zizek, 2015, pág. 62)

A causa del temor que provoca la identificación excesiva, es que el sujeto va a optar por adherir a múltiples identidades, siendo posible una variedad de símbolos a los que el sujeto tendrá la posibilidad de elegir “En términos de nuestras visiones del yo, nuevas imágenes de multiplicidad, heterogeneidad, flexibilidad y fragmentación dominan el pensamiento actual sobre la identidad humana” (Turkle, 1997, pág. 226).

Por otro lado, Krauskopf (2010) propone que la forma de organización de las identidades en la modernidad es “multicéntrica”, contraponiéndose al peyorativo concepto de identidad “múltiple” con la que muchas veces son catalogados los jóvenes, negando la posibilidad de “conectarse” con experiencias transformadoras tanto en lo individual como en lo social

“Consideramos que las identidades en la modernidad propenden a una organización multicéntrica que demanda un abordaje integral e innovador en el reconocimiento de las prácticas juveniles. Solo así se podrá abandonar la frecuente afirmación de que las identidades juveniles son situacionales, múltiples y transitorias (decir que son múltiples o esquizofrénicas, involucra desintegración personal). La identidad, al ser multicéntrica, permite tener una vivencia de conexión aún en la transformación así como en sus diversas expresiones en distintos contextos y demandas

interpersonales y sociales”. (Krauskopf, 2010, pág. 7)

Sin embargo, como se ha visto, el sujeto no experimenta conscientemente su experiencia virtual en esos términos, sino que todo lo contrario “En pocas palabras, es la visión de un estado sin falta y sin obstáculos, un estado de vuelo libre en el espacio virtual en el que el deseo, sin embargo, sobrevive de algún modo...” (Zizek, 2015, pág. 151) .

De esta forma, el ciberespacio se constituye para el sujeto como un lugar de libertad, en donde uno se siente igual al otro, dando la impresión que las diferencias sociales se anulan “(...) En las condiciones sociales del capitalismo tardío, la materialidad misma de ciberespacio genera automáticamente la ilusión abstracta de un espacio de intercambio “sin fricción” en el cual la particularidad de la posición social de los participantes es obliterada” (Zizek, 2015, pág. 170).

En este sentido, mientras está conectado a la red el sujeto virtual se olvida momentáneamente de su Yo, delimitándose a sí mismo a través máscaras narcisistas que lo liberan de su Yo rutinario y cotidiano

“Por un lado mantenemos una distante actitud externa, jugando con imágenes falsas: “sé que no soy así (valiente, seductor...), pero es agradable, de vez en cuando, olvidar nuestro verdadero yo y presentar una máscara más satisfactoria; de este modo, podemos relajarnos, siendo liberados de la carga de ser quienes somos, de vivir con, y ser totalmente responsables de, nosotros mismos...”. (Zizek, 2015, pág. 156 y 157)

Así es cómo los jóvenes se encuentran transitando “En este mundo que los insta a ser ellos mismos, pero no les ofrece los medios de realización personal, son muchos los que pierden la brújula. No pocos inventan vocaciones identitarias poco realistas y fracasan” (Krauskopf, 2010, pág. 9).

Por último, la realidad virtual es para los jóvenes un espacio de idealización, definiendo esta última como “Proceso psíquico por el cual las cualidades y el valor del objeto son llevados a la perfección. La identificación al objeto idealizado contribuye a la formación y al enriquecimiento de instancias dichas ideales de la persona (yo ideal, ideal del yo)” (Pontalis, 1967, pág. 186), en el cual se distorsionan características físicas,

emocionales o de personalidad de un otro en función de fantasías, que contrastado con la realidad, puede conducir a fuertes frustraciones.

2.5. Redefinición de fronteras entre lo privado y lo público : La intimidad pública y exhibida

Antiguamente la relación de la esfera privado con la pública estaba enmarcada por reglas y parámetros estrictos y definidos. Hoy día estas dos esferas se confunden, se interponen y se vuelven dependientes la una de la otra, tal como lo explica Bonavitta

“A pesar de este panorama sobre las conexiones en nuestras sociedades actuales, Bauman asegura que existe una desesperada necesidad de “interconectarse” y, en definitiva, esto es lo que anima a exhibir la vida privada en la escena pública. A este “mostrar intimidades”, Bauman no deja de predecirlo como una consecuencia misma de la modernidad líquida. Es que hoy lo público se encuentra colonizado por lo privado (...)”. (Bonavitta, 2015, pág. 204 y 205)

De este modo se observa una creciente desvalorización del espacio público, ya que en este los individuos ya no se reconocen, no se identifican y no tienen ningún tipo de vínculo afectivo con el territorio. Además, en el espacio público uno es sólo uno más entre el resto de los sujetos, confrontándose con personas que el sujeto no eligió, y siendo el anonimato una situación indeseable para el sujeto narcisista. En cambio, en el espacio privado uno es quien quiere ser, y tiene la posibilidad de interactuar con “nuestros semejantes”

“Los *social media* y los motores de búsqueda personalizados erigen en la red un absoluto *espacio cercano*, en el que está eliminado el *afuera*. Allí nos encontramos solamente a nosotros mismos y a nuestros semejantes (...) Esta cercanía digital presenta al participante tan solo aquellas secciones del mundo que le *gustan*. Así, desintegra la esfera pública, la conciencia pública, *crítica*, y privatiza el mundo. La red se transforma en una esfera íntima, o en una zona de bienestar”. (Han, 2013, pág. 68 y 69)

El hecho de que los individuos publiquen en la red intimidades e informaciones que antes eran consideradas “personales”, no implica “una apertura al otro sino un exhibicionismo de lo privado en lo público, desdibujando el borde que antaño los separaba provocando una transmutación: el afuera y el adentro se impregnan dando cuenta de la disolución del otro. Índice de que la mirada está castrada de su poder de avergonzar” (Battista, 2015, pág. 1). Se produce entonces una relación de dominación simbólica-significativa, en la cual el sujeto se impone por sobre los deseos de ese otro.

Battista menciona que los límites han quedado desplazados para dar paso al sujeto narcisista en los jóvenes “El avasallamiento de la permisividad irrestricta deja afectados a estos jóvenes en una soledad silenciada por el aturdimiento obscuro, en tanto queda fuera de escena “el bien común de la masa” por el sobredimensionamiento del narcisismo de las pequeñas diferencias” (Battista, 2015, pág. 1). El individualismo “total” es el punto en el que los individuos, inconscientemente llegan a anular al otro, es decir, imponen sus intereses, necesidades y preferencias personales en cualquier espacio-tiempo “(...) Estas presentaciones nos muestran el efecto de la tendencia de las tecnociencias: la soledad generalizada (...) En la actualidad, los jóvenes no hacen masa sino conforman un conglomerado, uno por uno en su soledad” (Battista, 2015, pág. 2).

Así, la idea de exhibirse por medio del uso de las redes sociales se convierte en un hecho inevitable entre los jóvenes, en donde la vergüenza ya no opera como mecanismo moral-represor como lo era anteriormente, como bien lo señala Blanca Sánchez (2014) “Y mientras la mirada del Otro pasó de vergonzante a vigilante con las cámaras de seguridad, el voyerismo del Otro se desdobló en un exhibicionismo de masas en el que el deseo de hacerse ver es sin límites” (Sánchez, 2014, pág. 378).

A través del ciberespacio, el sujeto deja en evidencia en las redes sociales sus fantasías personales, sus deseos, su inconsciente, anteriormente reservados para la esfera “privada” e “íntima” para ser compartidas de forma pública

“El problema con el funcionamiento del ciberespacio hoy en día es que llena potencialmente la brecha, la distancia entre la identidad simbólica pública del sujeto y su trasfondo fantasmático: las fantasías son inmediatamente externalizadas cada vez más en el espacio simbólico público, la esfera de la intimidad

está cada vez más directamente socializada”. (Zizek, 2015, pág. 172)

Con la desvalorización de la esfera pública, se produjo una sobrevaloración de lo privado. Así, lo íntimo pasa a tener una connotación distinta, algo que se debe mostrar, como un imperativo, ya que “La pérdida de la esfera pública deja un vacío en el que se derraman intimidades y cosas privadas. En lugar de lo público se introduce la publicación de la persona. La esfera pública se convierte con ello en un lugar de exposición” (Han, 2013, pág. 69), configurándose como “un *mercado* en el que se exponen, venden y consumen intimidades” (Han, 2013, pág. 68). De esta forma, la privatización de los espacios públicos se acompaña de una creciente exposición de lo personal “La privatización de los espacios públicos es la otra cara de una creciente publicitación de lo privado, una sacudida capaz de hacer tambalear aquella diferenciación de ámbitos antes fundamental” (Sibilia, 2008, pág. 28), generando una masiva exposición de las vidas privadas “Espectacularizar el yo consiste precisamente en eso: Transformar nuestras personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos” (Sibilia, 2008, pág. 223).

Siguiendo con lo anterior, la autora deja en evidencia la mutación ocurrida entre las narrativas de las vidas personales o autobiográficas que surgieron durante el siglo diecinueve en contraste con el actual exhibicionismo “triumfante” que se plasma en las pantallas, disolviéndose así el pudor coercitivo de épocas anteriores

“La actual abundancia de narrativas autobiográficas, que se multiplican sin cesar, parece sugerir una comparación fácil con el furor de escribir diarios íntimos, un hábito que en el siglo XIX impregnó la sensibilidad burguesa y se popularizó enormemente, conquistando millones de súbditos. Sin embargo, un detalle importante acompaña el tránsito del secreto y del pudor que necesariamente envolvían a aquellas experiencias de otrora, hacia el exhibicionismo triunfante que irradian estas nuevas versiones”. (Sibilia, 2008, pág. 61)

Se observa entonces un radical cambio social y cultural en la noción de intimidad, para abrir paso al “show de la personalidad”: “La noción de intimidad se va desdibujando y se reconfigura: Deja de ser un territorio donde imperaban- porque *debían* imperar- el secreto y el pudor de lo que era estrictamente privado, para transformarse en un

escenario donde cada uno puede-y hasta *debería*- poner en escena el show de su propia personalidad” (Sibilia, 2008, pág. 293).

A su vez, Bonavitta es enfática en recalcar que en el ámbito de la sexualidad también se presencia una disolución de las fronteras que separan lo íntimo de lo público o exterior. Es a través del control social ejercido por instituciones de poder que se materializan discursos hegemónicos respecto al ámbito de la sexualidad y de los cuerpos y que configuran referentes simbólicos para los sujetos. El cuerpo ya no se reserva completamente a la esfera privada, sino que se exterioriza, por ejemplo, a través de las imágenes digitales que se muestran en las redes sociales, pero que aun así siguen estando bajo el control y protección de nosotros mismos, al estar expuestos en espacios privados

“El punto, ahora, es todo lo contrario: me muestro, me exhibo, estoy, aparezco y, por todo ello, pertenezco. Sin embargo, no desaparece el panóptico, no desaparece la vigilancia. Unos y otros nos vigilamos mutuamente, constantemente, aunque protegemos nuestros cuerpos reales. Aparecemos virtualmente, nos mostramos virtualmente a través de una cámara, una pantalla, un blog... pero nuestro cuerpo permanece en el ámbito privado, protegido por mí mismo”. (Bonavitta, 2015, pág. 206)

2.6. Falsa liberación sexual

Los efectos que tuvo la secularización a nivel macro y micro estructural durante la modernidad fue una de las causas que propició el declive de la moral religiosa, que durante muchos siglos funcionó como patrón normativo respecto a las conductas de las personas. Posteriormente, y entrada la fase del capitalismo tardío, el discurso se “liberaliza”, en el sentido en que las orientaciones sociales homogéneas desaparecen, se flexibiliza el pensamiento “tradicional”, todo esto apoyado en una la sociedad de consumo que se dispuso a ofrecer una variedad de posibilidades tanto de objetos como de servicios para que cada sujeto sea el mentor de su propio estilo de vida.

Sin embargo, este proceso de secularización se acompañó de una serie de demandas sociales que se centraron en reivindicar el derecho al ocio y a la diversión, a la

liberalización del cuerpo y del sexo, y en rupturas de estereotipos que incitaban una libertad del yo

“El proceso de personalización ha engendrado una explosión de reivindicaciones de libertad que se manifiesta en todos los ámbitos, en la vida sexual y familiar (sexo a la carta, educación liberal, modo de vida child-free) en el vestido, en el baile, en las actividades corporales y artísticas (deporte libre, improvisación, expresión libre), en la comunicación y enseñanza (radios libres, trabajo independiente), en la pasión por el ocio y en el aumento del tiempo libre, en las nuevas terapias cuyo objetivo es la liberación del yo”. (Lipovetsky, 1986, pág. 115 y 116)

Dado lo anterior, es que la sexualidad vivió un proceso de resignificación acompañado por grandes transformaciones políticas y sociales que se manifestaron en esa época

“(…) El hombre se define por una conducta sexual sometida a reglas, a restricciones definidas. Así, el hombre es un animal que ante la muerte y ante la unión sexual se queda desconcertado, sobrecogido. Según los casos se queda más o menos turbado y sin saber qué hacer, pero siempre su reacción difiere de la de los demás animales. Estas prohibiciones o restricciones varían grandemente según los tiempos y los lugares”. (Bataille, 2014, pág. 35 y 36)

Con respecto a las mujeres, un claro ejemplo de los cambios modernos de liberación sexual fue el surgimiento de la anticoncepción femenina, hito que viene a marcar ese nuevo ciclo de la llamada “liberación femenina”: “El sujeto femenino por el supuesto dominio de su sexualidad con la llamada “*liberación femenina*” de “los sesenta”, no fue más que el autocontrol de su reproducción por el uso de la pastilla anticonceptiva” (Möller, 2016, pág. 125).

Según Bonavitta, la sexualidad promovida hoy en día no representa verdaderamente la liberación de los modelos directivos de las conductas sociales, sino que se estructuraría como una nueva forma de control social y adaptación a la norma

“(...) Como el poder se encuentra difuso e impregna todas las relaciones sociales, ataca las “hipótesis represivas”, la creencia común de que hemos “reprimido” nuestros impulsos sexuales desde el siglo XIX. Y propone una visión de la sexualidad como “promovido” a través de la construcción discursiva del sexo. Sin embargo, esta supuesta libertad sexual se enfrenta continuamente al “control sobre los cuerpos vivos”; y el derecho de espada, la muerte, típica de sociedades disciplinarias, ha cedido el paso a la “interiorización de la norma”, que constituye un mecanismo más acorde con las sociedades de control en las que vivimos”. (Bonavitta, 2015, pág. 206)

Por otro lado, Zizek plantea que la sexualidad está sujeta a una relación de poder asimétrica de la cual es imposible liberarse. El sexo nunca será un acto “puro” en sí mismo, y no porque haya sido corrompido por distintos factores, sino que en su origen mismo el sexo es un acto traumático y patológico y que necesita un soporte fantasmático

“(...) La sexualidad como tal (una relación sexual intersubjetiva) involucra siempre una relación de poder(...) La más palpable evidencia de esto es el fracaso total de los esfuerzos “políticamente correctos” por liberar a la sexualidad del poder, es decir, los intentos de definir las reglas de una relación sexual “apropiada”, en la que la pareja se entregue al sexo únicamente por una mutua atracción , puramente sexual , excluyendo todo factor “patológico”(...) que distorsionan la atracción sexual “pura”, corremos el riesgo de perder precisamente esta atracción”. (Zizek, 2015, pág. 36)

De esta manera, la supuesta “libertad sexual” en el contexto del capitalismo, no es más que una estrategia de control de los cuerpos que la sociedad de consumo ha aprovechado discursivamente, generando falsas expectativas, ya que en vez de liberarse, ocurre el proceso contrario, en que el sujeto se encuentra con que su sexualidad está aún más atada y cooptada por la lógica mercantil. Según Marcuse

“Con la desublimación comercial actualmente en vigor, parece dominar exactamente la tendencia inversa. El conflicto entre el principio de placer y el principio de realidad está dirigido mediante una liberalización controlada que asegura un mejor ajuste a los imperativos de la sociedad. Pero con esta forma

de liberación, se modifica la función social de la energía libidinosa: en la medida en que la sociedad sanciona y hasta promueve la sexualidad (naturalmente, no de manera oficial, sino por el rodeo de los hábitos y formas de comportamientos considerados “normales”), la sexualidad pierde lo que para Freud es su calidad erótica esencial, la de ser un momento de liberación de lo social”. (Marcuse, y otros, 1972, pág. 27)

El nuevo precepto que se fue instalando a nivel global, de que el sujeto es “libre” y vive “plenamente su sexualidad” al “consumir” relaciones sexuales con distintas personas y de manera frecuente, asociándolas a un bien de consumo, se perfila como una construcción ideológica que opera en función de un sistema económico-político propio del neoliberalismo. De esta forma, la sexualidad sería un ámbito más de consumo masivo. Según Fromm

“La satisfacción sexual ilimitada es solo un elemento de un rasgo característico del siglo XX: la necesidad del consumo masivo, el principio que hace que todo deseo sea satisfecho inmediatamente, que ninguno sea reprimido(...)El concepto según el cual la emancipación del hombre reside en la satisfacción total y no reprimida de su deseo sexual son de hecho ingredientes del cimiento que asegura la cohesión de los hombres en la fase actual del capitalismo”. (Marcuse, y otros, 1972, pág. 38 y 39)

En este mismo sentido, Giddens plantea en su libro *La transformación de la intimidad* (1992), basándose en los escritos de Marcuse, que actualmente el erotismo prácticamente ya no existe, ya que fue reemplazado por una compulsividad sexual que termina oprimiendo al sujeto “(...) El antagonismo con el que la sexualidad era considerada en las fases iniciales de la historia de Occidente es preferible, dice Marcuse, a la "libertad sexual" que encubre su opresión bajo un brillo de goce (...). Podemos parecer más libres, pero de hecho vivimos sometidos“ (Giddens, 1992, pág. 102).

Se aprecia que cada vez más los jóvenes recurren a prácticas de “libertad sexual”, es decir, el hecho de no comprometerse y tener relaciones sexuales frecuentemente con personas que no conocen o conocen poco, es un cambio social que se ha evidenciado en estos últimos años, transfiriéndole al sexo una connotación objetivada, es decir, el sexo como un capital más “En el momento del autoservicio libidinal, el cuerpo y el sexo

se vuelven instrumentos de subjetivización-responsabilización, hay que acumular las experiencias, explotar el capital libidinal de cada uno, innovar en las combinaciones” (Lipovetsky, 1986, pág. 30).

En esta misma línea, la socióloga Catherine Hakim (2012) propone un concepto que declara no haberse profundizado en el ámbito de la sociología, la de capital erótico, el que se definiría como “El poder del atractivo como un aspecto que condiciona el éxito social” (González O. R., 2012, pág. 320), y el cual estaría compuesto por seis elementos

“1) el atractivo (belle laide o beau laid serían el concepto francés del que parte), 2) el atractivo sexual referido al cuerpo y al sexappeal, 3) la gracia, encanto y don de gentes, 4) la vitalidad entendida como mezcla entre forma física, energía social y buen humor, 5) la presentación en sociedad ligada a la forma de vestir, el maquillaje, perfume, etc. y 6) la sexualidad vinculada a la energía sexual y la imaginación erótica.” (González O. R., 2012, pág. 320)

Este capital sería propio de la sociedad moderna occidental en el cual el “atractivo sexual” determinaría el éxito en las vidas cotidianas tanto de los hombres como de las mujeres, pero de forma distinta.

2.7. Nuevas formas de relacionarse

En el contexto de la globalización, definida por Castells como “El proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria” (Castells, 2006, pág. 15), las relaciones sociales van sintonizándose con estilos de vida rápidos y flexibles, en los que el uso de la tecnología se hace indispensable para satisfacer esta demanda generalizada de ahorrar lo más posible el factor tiempo

“Según Orozco Gómez (2002: 26), —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. Por ende, la mediación tecnológica es aquel proceso en la que la tecnología, valga la redundancia, cumple un rol importante en la dinámica de las relaciones sociales”. (Espinoza, 2015, pág. 90)

Ahora bien, los vínculos que se establecen a través de las redes sociales están mediados por la inmediatez y el “amor líquido”, contraponiéndose al significado de amor presente en periodos anteriores de la historia. Según Bonavitta

“Tinder, Kickoff y Brenda llegaron al mundo para instalarse como espacios propios de una modernidad líquida que usa y abusa del amor líquido, y donde la inmediatez se vuelve urgente y las emociones ocupan segundos planos (...) Los ritmos de la globalización y el capitalismo presionan y estas opciones “a la carta” permiten adaptarnos a nuevos vínculos que satisfacen la idea de amor actual”. (Bonavitta, 2015, pág. 198)

A propósito de lo anterior, son particularmente las aplicaciones móviles para “ligar” o encontrar pareja las que se masifican cada vez más, reemplazando el encuentro cara a cara y fortuito con otra persona, provocando decepciones al momento del encuentro físico con el “candidato” o candidata” que se escogió luego de un proceso de conversación o de “chateo”. Tal como lo señala Möller

“El aumento de las ofertas vía chateo, hace que las personas se conozcan virtualmente durante un periodo en general de seis meses. Luego viene el encuentro real con el potencial candidato o candidata para el romance, desencadenando una verdadera reacción angustiada por no corresponder a tantas declaraciones y palabras chateadas. El aumento de la decepción amorosa es una constante casi inherente a la condición humana”. (Möller, 2016, pág. 125)

De esta forma, la relación afectiva mediada por tecnologías trae consecuencias directas sobre el orden socio cultural y las tradicionales concepciones de cómo se concibe una relación amorosa, y de todos los significados que se desprenden de ésta.

A su vez, Lipovetsky enfatiza en el cambio de patrones que anteriormente eran parte del imaginario colectivo en cuanto a las relaciones interpersonales

“Ciertamente, las convenciones rígidas que enmarcaban las conductas han sido arrastradas por el proceso de personalización que en todas partes tiende a la desreglamentación y la flexibilización de los marcos estrictos; en ese sentido, es cierto que los individuos rechazan las imposiciones «victorianas» y aspiran a una mayor autenticidad y libertad en sus relaciones”. (Lipovetsky, 1986, pág. 65)

Existe, entonces, una reconfiguración en la manera de relacionarse “La transición a formas de relación afectiva mediadas por ciertas tecnologías tiene importantes consecuencias que se hace preciso teorizar. Esta reconfiguración del amor podría contribuir a la descomplejización y erosión de las relaciones sociales, así como a un cambio sin retorno en la manera de vincularnos” (Bonavitta, 2015, pág. 199).

Sin embargo, este cambio no hará, como piensan muchos intelectuales, que las relaciones físicas se terminen extinguiendo “Pues, si hay algo que está claro, es que estas redes han modificado vínculos, pero nunca acabarán con ellos, pues el contacto real es indispensable para el amor y la sexualidad” (Bonavitta, 2015, pág. 200).

Por esta razón, es que las cifras de usuarios de la aplicación Tinder, plataforma virtual para encontrar parejas y/o concretar citas sexuales casuales, van aumentando considerablemente en este último tiempo

“Una de las aplicaciones móviles con poco tiempo de existencia pero que se ha convertido quizás en un referente para un análisis como este es el caso de Tinder (...) Este es seguramente uno de los mejores ejemplos de mediación tecnológica hoy en día (...) (Moscato, 2014: 4)”. (Espinoza, 2015, pág. 91)

Cabe señalar, que el fenómeno Tinder nace en un contexto particular, y que se han identificado diferentes causas que lo hacen gozar de tanto éxito en la sociedad moderna. Siguiendo con Moscato, “(...) La popularidad de Tinder se debe a que se ha convertido en una plataforma para conocer gente, sin la carga o el prejuicio de estar frecuentando un sitio de citas (Moscato, 2014: 4)” (Espinoza, 2015, pág. 91) .

La sexualidad adquiere una connotación distinta para el individuo, pasando a ser un ámbito y un soporte importante para la identidad personal de los sujetos, con una significación contrapuesta a la definición de sexualidad anteriormente existente en el marco del amor romántico

“La sexualidad se convierte en propiedad del individuo cuanto más referencial se hace internamente la pulsión de vida y cuanto más se considera la identidad del ego como un esfuerzo reflexivamente organizado (...) Ahora es un medio de establecer conexiones con los demás sobre la base de la intimidad; ya no se basa en un parentesco inmutable ni es sustentada por generaciones. La pasión queda secularizada, es liberada del amour passion, y reorganizada como ese hecho complejo llamado amor romántico. Es privatizada y redefinida”. (Giddens, 1992, pág. 106)

Por otro lado , el sujeto moderno tiene la necesidad de llenar el vacío de la soledad, que, contradictoriamente, producen estas mismas redes digitales “Tal como señala Espinoza Rojas (2015), el caso de Tinder y otras aplicaciones o plataformas parecidas, buscan llenar el vacío que produce la soledad de una sociedad conectada en redes digitales, pero no en redes humanas, en una sociedad que ha desgastado la colectividad y sobrepone la individualidad y alejamiento de las y los otros” (Bonavitta, 2015, pág. 201), configurándose así como soportes que “(...) Nos permiten, de manera consciente o no, soportar la existencia” (Martucelli, 2007, pág. 96).

A su vez, la dinámica social se hace más efímera, permeando todos los aspectos de ésta, en una modernidad líquida en que lo duradero se hace cada vez más escaso y lo instantáneo predomina todas las esferas de la vida cotidiana

“Estas aplicaciones no son más que una representación del entramado social actual. Relaciones líquidas en un mundo líquido, que comienzan y se evaporan en el mismo instante, donde la pasión dura segundos y el amor es efímero. Donde la apuesta no trasciende el presente y los vínculos no apuntan a la perdurabilidad”. (Bonavitta, 2015, pág. 201)

Según Bauman (2006), lo que dio inicio al cambio en las relaciones personales, fue la transformación de la noción de espacio-tiempo: Se separan estas nociones con el

mismo transcurso de la vida, comenzando a ser teorizadas como dos categorías independientes (Bonavitta, 2015). Esta nueva concepción y vivencia de lo espacio-temporal produjo como consecuencia la velocidad y aceleración de los procesos sociales

“El cambio espacio-temporal se explica cuando la distancia recorrida en una unidad de tiempo pasó a depender de la tecnología y pudieron transgredirse los límites heredados de la velocidad del movimiento mediante el acceso a medios de movilidad más rápidos”. (Bauman: 2006)”(Bonavitta, 2015, pág. 204)

Este fenómeno de reducción de distancias geográficas no tendría el mismo impacto a nivel global, creándose así lógicas de “integración/exclusión” en que una minoría se estaría beneficiando por estos avances tecnológicos en desmedro de una mayoría

“(…) Con la ayuda de prodigiosas innovaciones tecnológicas, el espacio sufre una transformación cualitativa que permite disolver las dificultades planteadas por las distancias geográficas (...) Pero el gran inconveniente evocado por Z. Bauman es que (...) se va generando una fuerte discriminación, una lógica integración/exclusión; los ‘globalizadores’ y los agentes de la “globalización” son las elites (...)”. (Baeza M. A., 2006, pág. 11)

En esta misma línea, Krauskopf (2010) señala que la interconectividad produce un impacto en las relaciones sociales y simbólicas al cambiar la noción de espacio de los sujetos, reduciendo los encuentros físicos que antiguamente se establecían

“La interconectividad amplía la espacialidad, se requiere menos presencia física para establecer intercambios, lo que impacta las relaciones sociales, materiales y simbólicas, y el usuario puede relacionarse con múltiples actores en distintos contextos. La informática produce realidades virtuales que abren nuevas rutas para elaboración de la identidad y las cosmovisiones”. (Krauskopf, 2010, pág. 3)

Siguiendo con Bauman (2006), en este mismo contexto de cambios, el autor evidencia “El fin de la era del compromiso mutuo” (Bauman, 2006), ya que la característica principal de la vida instantánea es el escurrimiento, la huida, la elisión y el rechazo concreto de cualquier compromiso a largo plazo y el no asumir responsabilidades que puedan contraer consecuencias de cualquier índole (Bonavitta, 2015). En este sentido, nos encontramos frente a un

“(…) Proceso de individualización que genera una desintegración total de la trama social y se entiende como una necesidad de aislarse y de romper con todo vínculo humano; es decir, de des-solidificar o licuar las relaciones personales. Así, la sociedad de la modernidad líquida es inconsistente en sí misma y es incapaz de ofrecer sostén a cualquiera de los vínculos humanos”. (Bonavitta, 2015, pág. 204)

Asimismo, Lipovetsky señala que la sociedad narcisista fomenta un tipo de sujeto apático con el mundo exterior debido al excesivo uso de mass medias, que aceleran el ritmo de lo cotidiano y de las decisiones, imposibilitando cualquier tipo de emoción perdurable en el tiempo

“El narcisismo ha abolido lo trágico y aparece como una forma inédita de apatía hecha de sensibilización epidérmica al mundo a la vez que de profunda indiferencia hacia él: paradoja que se explica parcialmente por la plétora de informaciones que nos abruman y la rapidez con la que los acontecimientos mass-mediatizados se suceden, impidiendo cualquier emoción duradera”. (Lipovetsky, 1986, pág. 52)

Esta manera “líquida” y efímera de concebir las relaciones amorosas se sostiene por un desapego emocional hacia el otro, que opera como un escudo frente al riesgo de la decepción, generando una dicotomía entre sexo y sentimiento, como estrategia de “protección íntima”

“(…) El miedo a la decepción, el miedo a las pasiones descontroladas traducen a nivel subjetivo lo que Chr. Lasch llaman the flight from feeling —«la huida ante el sentimiento»—, proceso que se ve tanto en la protección íntima como en la separación que todas las

ideologías «progresistas» quieren realizar entre el sexo y el sentimiento”. (Lipovetsky, 1986, pág. 76)

Siguiendo con Lipovetsky, la reacción de desapegarse emocionalmente del otro como mecanismo de defensa no conlleva a que la mirada y juicio de ese otro no tenga valor ni importancia, ya que la necesidad de reconocimiento constante por parte de los demás se enmarca en la lógica narcisista que predomina en todas las relaciones interpersonales, pero con particulares características

“En ese marco es evidente que la lucha por el reconocimiento no desaparece, más exactamente se privatiza, manifestándose prioritariamente en los circuitos íntimos, en los problemas relacionales; el deseo de reconocimiento ha sido colonizado por la lógica narcisista, se vuelve cada vez menos competitivo, cada vez más estético, erótico, afectivo”. (Lipovetsky, 1986, pág. 71)

Lo anterior quiere decir que el hecho de que las relaciones no se conciben como recíprocas en la cual los dos sujetos se entregan por igual, y no en desmedro del otro, no significa la desaparición del sentimiento en las relaciones, sino que se esconden como si fueran defectos, se trata de evitar las manifestaciones públicas hacia los otros “(...) No es tanto la huida ante el sentimiento lo que caracteriza nuestra época como la huida ante los signos de sentimentalidad” (Lipovetsky, 1986, pág. 77). Este rechazo a las expresiones de sentimentalidad se consolidan como una pantalla para el sujeto, una máscara que aparenta fuerza y autoestima, frente a un público aterrador, estrategia útil para esconder la fragilidad e inseguridad del sujeto posmoderno.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Carácter del estudio

Esta investigación tendrá un enfoque cualitativo, al ser este método funcional a lo que se pretende averiguar, considerando que “En los métodos cualitativos el criterio básico de validez son los significados inmediatos y locales de las acciones, desde el punto de vista de los actores” (Guerrero, 1998, pág. 10). El estudio se centra en la relevancia del fenómeno en cuanto a la importancia que tiene para los sujetos implicados y la sociedad chilena. Es de interés ahondar en la subjetividad de los jóvenes usuarios de la aplicación Tinder, para poder determinar los ámbitos que influyen en su uso.

En segundo lugar, esta metodología fue escogida por la naturaleza del objeto de estudio, que permitirá analizar dimensiones y elementos subjetivos del fenómeno Tinder tales como los significados que los agentes le atribuyen a la aplicación, cómo se identifican con ésta, la visión que tienen del otro, de la sexualidad, la seducción y del amor, en un intento por comprender las significaciones de los sujetos como “(...) Objetivaciones de vivencias, de deseos, considerando el lenguaje como el sistema privilegiado para tales objetivaciones y a partir del cual se constituye un cúmulo social de conocimiento, el sentido común, que nos permite desenvolvernó en el ámbito de la vida cotidiana” (Valdés, 1988, pág. 37).

Además, a lo anterior se suma el carácter descriptivo y exploratorio, ya que es un tema poco estudiado dentro de la disciplina sociológica.

3.2. Diseño de la muestra

El diseño de este estudio es de carácter “no experimental”, ya que las variables no se han sometido a manipulación o control por parte de la investigadora, con el objetivo de recoger los datos desde su propio contexto sin intervenir en estos.

Finalmente, el diseño de este trabajo será de tipo transversal, esto quiere decir que los datos serán obtenidos durante un lapso temporal único.

3.3. Técnicas de producción y análisis de datos

Las técnicas cualitativas de investigación social permiten conocer elementos subjetivos de la realidad como, por ejemplo, los significados que los actores sociales le otorgan a su acción y sus discursos articulados en torno a determinadas temáticas. Este estudio contempla el empleo de una técnica cuantitativa de producción de datos: Entrevistas semiestructuradas.

Se realizaron siete entrevistas semiestructuradas a hombres y mujeres de entre dieciocho y veinticuatro años de edad, mediante una pauta de entrevista basada en preguntas abiertas y generativas, basadas en conocimientos preliminares no sistemático del tema e incluyendo la posibilidad de quitar o incluir preguntas si esto fuese necesario durante la entrevista.

3.4. Universo y Muestra

El universo está compuesto por los usuarios de la aplicación Tinder. La muestra se compone de jóvenes entre 18 y 24 años, rango etario incluido en la segunda mayoría de usuarios de Tinder a nivel global¹.

Para acceder al campo de los usuarios de Tinder, se utilizará la técnica conocida como snowball (o bola de nieve), la cual consiste en acudir a los contactos preexistentes con distintos agentes, en este caso con sujetos que usen Tinder, para ubicar y contactar a los demás miembros del campo. Se tomará contacto con ellos para informarles del proyecto y solicitarles su colaboración en la investigación.

Para la selección de los usuarios de Tinder que compondrán la muestra, es decir, los jóvenes universitarios que serán contemplados en la investigación, se tendrán en consideración los siguientes criterios de representación:

- **Representación etaria** : Jóvenes entre 18 y 24 años

¹ Distribution of Tinder users worldwide as of 2nd quarter 2015, by age group, Statista 2016
<http://www.statista.com/statistics/426066/tinder-age-distribution/>

- **Representación ocupacional:** Jóvenes universitarios de distintas carreras: Humanistas, del área de la salud y científicas.
- **Representación geográfica:** Los usuarios de Tinder entre 18 y 24 años estudiantes universitarios de comuna de Valparaíso, Quinta región.
- **Usuario activo de Tinder:** Tiene que ser un criterio de selección que el estudiante sea usuario la aplicación al momento de la investigación.

La muestra se sintetiza en la siguiente Matriz Muestral:

Cuadro 1: Matriz Muestral

Sexo \ Ocupación	Estudiantes Universitarios pertenecientes a carreras científicas y/o de la salud	Estudiantes Universitarios pertenecientes a carreras del área social y/o humanista	Trabajadores	Total muestra
Mujeres	2	2	1	5
Hombres	0	2	0	2
	2	4	1	7

3.5. Validez y Confiabilidad en el instrumento de medición

La validez se probó mediante la prueba de juicio de expertos. Se revisan las preguntas guías, incluyendo las correcciones pertinentes hasta que se consideró que estaba apta para ser aplicada. En relación con la confiabilidad de la información, se formuló preguntas de control. No se estimó necesario un requisito adicional para asegurar la confiabilidad, considerando que el fin mismo de la entrevista de carácter cualitativo son los discursos e interpretaciones que realizan los participantes. No obstante, se elaboró una tarjeta de preguntas para las entrevistas semiestructuradas y que fueron aplicadas previamente a éstas, teniendo como resultado un alto nivel de concordancia entre ambas.

3.6. Análisis de los datos

En concordancia con los objetivos de la investigación, y una vez realizado el trabajo de recolección de la información y la transcripción de éstos, se optó por el análisis de contenido cualitativo “(...) Un método interpretativo (...) que es contrario al método hipotético-deductivo” (Ulin, 1990, pág. 82). En este sentido, “Al interpretar se logra significatividad, no representatividad, luego no se obtiene resultados generalizables” (Parada, 2009, pág. 45).

Este tipo de análisis permiten conocer y acceder a los discursos emanados por los jóvenes usuarios de Tinder y sus significados entorno a la aplicación, en un intento por comprender “La significación subjetiva que une los individuos a su acción” (Fleury, 2001, pág. 19).

A su vez, se elaboró una matriz para los propósitos de este estudio diseñada en función de las variables emergentes que surgieron en los discursos, y que sirvió para organizar y relacionar cada objetivo específico con sus categorías y sus respectivos códigos².

Posterior a la transcripción de las entrevistas, se codificaron los datos con la ayuda del programa NVivo, lo cual permitió mayor eficacia a la hora de sistematizar la información. Finalmente, se expusieron los hallazgos en la sección “Resultados”³.

3.7. Relación entre objetivos de investigación y técnica de producción y análisis de datos

Finalmente, para demostrar la coherencia y adecuación existente entre los objetivos de investigación planteados y la técnica de producción y análisis que se utilizará, el siguiente cuadro (N°2) muestra de manera sintética la asociación de cada objetivo de investigación con la técnica que servirá para cumplirlo.

² Ver Anexo 1, página 1.

³ Dirigirse a página 53.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Técnicas de Producción y Análisis
<p>Determinar ámbitos que influyen en la decisión de usar Tinder en jóvenes usuarios entre 18 y 24 años de la ciudad de Valparaíso a partir de sus significados respecto a la aplicación.</p>	<p>a) Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significado(s) de los jóvenes respecto a esta aplicación.</p>	<p>Entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido</p>
	<p>b) Identificar el proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público mediante del uso de Tinder.</p>	
	<p>c) Analizar el discurso de los usuarios sobre la manera en que Tinder influye en la identidad personal de cada uno.</p>	

Fuente: Elaboración propia

3.8. Plan de trabajo

Actividad	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sept-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	agost-17
Elección de tema															
Delimitación pregunta-objetivo general- objetivos específicos y formulación de la hipótesis															
Investigación bibliográfica															
Marco teórico															
Marco metodológico															
Realización pauta de entrevista															
Contactar la muestra a estudiar y coordinar los encuentros															
Realización de entrevistas															
Transcripción															
Codificación															
Análisis de datos															
Conclusión															
Revisión general															

3.9. Condiciones éticas

Las condiciones éticas de esta investigación, se basan en los criterios expuestos en el artículo científico “Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa”, de la autora Ana Lucía Noreña (2012):

a) **Consentimiento informado:** “Los participantes del estudio deben estar de acuerdo con ser informantes y, a su vez, deben conocer tanto sus derechos como sus responsabilidades dentro de la investigación” (Ana Lucía Noreña, 2012, pág. 270).

b) **Manejo de riesgos:**

“Dos aspectos se deben considerar para minimizar los riesgos a los participantes en la investigación. El primero se refiere a que el investigador deberá cumplir con cada una de las responsabilidades y obligaciones adquiridas con los informantes; el segundo está relacionado con el manejo posterior de los datos proporcionados(...) Debe quedar claro para el investigador que los hallazgos del estudio no deberán ser utilizados con fines distintos a los que inicialmente se han proyectado”. (Ana Lucía Noreña, 2012, pág. 270)

c) **Confidencialidad:**

“La confidencialidad se refiere tanto al anonimato en la identidad de las personas participantes en el estudio, como a la privacidad de la información que es revelada por los mismos, por tanto, para mantenerla se asigna un número o un pseudónimo a los entrevistados” (Ana Lucía Noreña, 2012, pág. 270).

Finalmente, la investigación sólo tiene fines académicos, por lo que estará a disposición de quien la requiera para esos propósitos.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

A partir de la información obtenida a partir de las entrevistas, junto con el proceso anteriormente descrito, se logró elaborar un análisis respecto a los significados que los jóvenes universitarios asocian al uso de Tinder.

A nivel general, los sujetos respondieron con facilidad la mayoría de las preguntas o temas que se iban desarrollando a partir de la pauta de entrevista, presentando una buena disposición en responder las preguntas cuyas respuestas son la base del análisis de esta investigación.

Para facilitar el orden y comprensión del análisis, éste se divide en temas y subtemas más importantes para el estudio, dando cuenta tanto de las particularidades que existen en estos según las diferencias por sexo, como de las variables emergentes, y por último de la presencia de contradicciones, estereotipos, juicios de valor y justificaciones presentes en los discursos.

4.1. El proceso implicado

El proceso que experimentan los sujetos con esta aplicación tiene su punto de partida en la toma de conocimiento de ésta, es decir, la forma en cómo se enteraron de su existencia, como también la narración de las distintas expectativas y juicios que antecedieron el uso de Tinder, y posteriormente la descripción del proceso vivido por los sujetos en función de la obtención de sus objetivos asociados al uso de la aplicación.

4.1.1. La ruptura, hecho que antecede el uso de Tinder

Se observa que en seis de los siete sujetos, la forma en que conocieron la aplicación es la misma: A través de alguna amiga o amigo cercano que les recomendó su uso, luego de que los sujetos hayan vivenciado una reciente ruptura amorosa que significó el fin de una relación estable y duradera, en la cual se proyectaron, y sobre todo, en la que se enamoraron de la otra persona.

En este sentido, los amigos jugaron el rol de la contención mediante el incentivo al uso de Tinder por considerarla una actividad lúdica y distractora, recomendándoles a su vez conocer personas que se encuentren fuera del círculo social frecuentado por el sujeto, y así planear citas que vendrían a distraerlo y disminuir el sufrimiento producto del quiebre. Aquí se logra identificar el proceso que viven estos jóvenes luego de su ruptura amorosa: Los invade el miedo a estar solos, y optan por utilizar una herramienta que les permita conocer personas lo más rápidamente posible

“E: ¿Y hace cuánto tiempo usas Tinder?”

L: Tinder...Mira igual ha sido como por intervalos (risas). Porque, claro yo Tinder, en esta fecha conocí Tinder. Y de hecho lo conocí por una amiga.

E: ¿De hace cuánto?

L: Del año pasado en noviembre. Así es que como un año en el fondo. Y fue, yo en esa época terminé, y ya como que en verdad, tampoco como que estuviera buscando algo, pero mi amiga me dijo así como oye es entretenido así... ¿Por qué no tenía Tinder? Mmm bueno...Y ahí probando la experiencia claro conocí a ciertas personas, de hecho conocí a amigos.

E: Y antes de abrir de saber de Tinder, ¿Ahí tu igual estabay pololeando o no?

L: Antes de abrir...Sí yo estaba pololeando. Ahí fue una relación más larga fueron dos años.

E: Dos años. ¿Y terminó mal así como...?

L: Sí termino muy mal (Risas).

E: Y eso tu sientes que de cierta forma igual te incentivó como...

L: Mira que interesante que lo digas yo creo que sí (...) O sea, en su momento yo creo que estaba más inmadura y pensaba muchas cosas porque yo tuve una relación de dos años (...) Entonces, yo sentía que en un sentido social, y es interesante que me lo hayas preguntado, yo estaba como reprimida entonces cuando terminé con él, yo, qué hago así”

(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años)

“Sí una experiencia que en febrero, en enero y febrero salí con una chica de la universidad, cachai. Y resulta que terminamos (...) Y de ahí tuve como un quiebre de lo que necesitaba como relación y cosas así (...) Yo me enamoré y ella también según ella cachai, pero, por motivos más personales, no quiero tocar mucho el tema cachai. Pero fue como un atenuante a que usara mucho más esta aplicación este año. Porque yo en agosto del año pasado lo habré ocupado una o dos veces, conocí con suerte dos personas y la borré cachai. Claro no lo encontraba muy útil cachai” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

4.1.2. Juicios antes del uso de Tinder

La mayoría de los entrevistados da cuenta de la existencia de juicios y expectativas en torno al carácter de esta aplicación y las repercusiones sociales que significaría ser un usuario o usuaria de ésta. Uno de estos juicios de valor fue la connotación sexual de

la aplicación, es decir, la idea de que es una herramienta sólo para concretar encuentros sexuales casuales, y, que por lo tanto, todas las fotos de los usuarios iban a tener contenido sexual o una insinuación a éste

“(...) No era tan grave como pensé que lo era, me imagine que era más sexualizada, más explícitamente sexualizada que lo que realmente es” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 24 años).

Asimismo, para cuatro de los sujetos, dos hombres y dos mujeres, les llamó mucho la atención que este tipo de herramientas existan, se masifiquen y que logren con éxito cambiar la tradicional modalidad del encuentro físico para conocer personas y concretar encuentros ya que esto pasa a ser inmediato, la eficiencia de la tecnología, y que tal como lo señala Mitchell (2001), vendría siendo un cambio radical en la vida cotidiana de las personas

“(...) Llega a revolucionar todo el mundo y cómo las personas se conocen” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años)

“(...) Bueno, porque me explicó que era y ya no te podía pelar tanto, onda no podía estar con el teléfono poniéndole Like y no Like a la gente como para tener una cita, ya te pasaste weón. Cómo que ya este mundo ya no funciona o sea uno, antes uno, la gente se tenía que conversar cara a cara para tener una cita, ya ahora no ahora lo hace por el teléfono.”(Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

Una vez descargada la aplicación, empieza el “juego”. El sujeto elige qué tipo de fotos quiere ver, debe seleccionar el sexo, hombre o mujer, o ambos, el rango de kilómetros de distancia de las personas, y el rango de edad. Luego, aparecen las fotos de los usuarios que están conectados y que cumplen con los requisitos que el sujeto eligió. Si a la persona le gusta la imagen de un sujeto, selecciona el ícono del corazón, o, de lo contrario, si la imagen no le gusta, selecciona el ícono de la cruz.

En este sentido, la totalidad de los sujetos concuerdan con que para obtener los resultados que ellos desean, tienen que pasar por una serie de etapas previas al encuentro físico con la otra persona. La primera etapa está asociada con la visualización de las fotos y de los respectivos perfiles de personas expuestas a través de su foto, luego la decisión de apretar el botón de rechazo o aprobación, si este último es compartido por la persona a la cual se le dio el "Like", se realiza el Match

"Y si como tu decí yo creo que si hay un filtro en el sentido de que, ya para que vamos con cosas, pre etapa, etapa (risas) podríamos llamarlo así porque primero está la etapa de claro, tú vas viendo los perfiles. Entonces veo las fotos, la descripción, se ve simpático, se ve de mi onda ya lindo, si uno igual se fija en esas cosas, ya si, buena combinación, ya le doy. Ya, se da el match. Empezamos a conversar po"(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

Por otro lado, emerge una variable con respecto al sexo: En todos los discursos de las mujeres entrevistadas, aparece la desconfianza hacia la veracidad de la foto y la descripción que expone el sujeto masculino, al imaginar que éste puede estar adulterando su identidad. Esto mismo hace que las cuatro entrevistadas sospechen si un hombre expone solamente una foto, en vez de exponer las cinco fotos que permite la aplicación, ya que esa única imagen podría ser falsa. La razón mencionada para justificar este sentimiento de desconfianza es que varias de ellas o sus amigas han tenido la experiencia de ver la foto de un hombre en la red, y al minuto del encuentro, encontrarse con una persona totalmente distinta. En cambio, esta apreciación no se presentó en el discurso de los hombres⁴

"E: ¿Y qué aspectos negativos le encuentras al Tinder?"

⁴ Este fenómeno no ha sido mencionado en las obras de los autores utilizados para el marco teórico, por lo que se constituye como una variable emergente.

B: Yo creo que tiene como muy poca seguridad en el sentido de que como no todos los usuarios están obligados a unirse a sus otras cuentas y cosas, de repente uno ve un perfil y tiene una foto, y es como, esto es falso (...) Como que no es seguro en ese sentido entonces uno se queda como con la duda y como está el mundo hoy en día igual hay que tener cuidado”

(Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

“Cachai yo...Pucha de las personas que conocí en Tinder o cuando uno va haciéndole el...Tu igual...La pensay harto porque de repente claro te pueden salir chicos super guapos y todo, pero igual a mí me entra la desconfianza así como ya pero puede ser super guapo pero...Su humor, su carácter...Todos dicen ser simpáticos, todos dicen ser risueños pero...(..)Como te digo, yo en verdad no lo hago de cartucha ni nada de eso, pero, de hecho lo conversábamos con mis amigas, es por un tema de que, ya, podrá mostrarte todas las fotos, podrá escribirte todo, soy aries mido un metro setenta, pero si en persona, es otro, como te dije po yo ya tuve la mala experiencia de que me tocó un chico que no era como la foto...”

(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

A su vez, las diferencias por sexo se expresan en los discursos de los sujetos en cuanto a juicios de valor y apreciaciones que cada sexo tiene de su opuesto. Uno de esos juicios que aparecen es la impresión, tanto de los hombres como de las mujeres, de que son las mujeres las que utilizan en menor medida esta aplicación, a diferencia de los hombres cuya la frecuencia de uso sería mucho mayor

“E: ¿Y cómo cachaste que existía?”

B: Sabía, en verdad me acuerdo que mi curso, tercero, cuarto medio matemático, que éramos seis mujeres y los demás eran todos hombres. Entonces los chiquillos ocupaban mucho Tinder.

E: ¿Más los hombres que las mujeres?

B: Más los hombres que las mujeres. De hecho lo ocupaban mucho mi compañero de banco estaba todo el día con Tinder y la cuestión.” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

Lo anterior estaría vinculado con el juicio sobre la finalidad de uso que compartirían los hombres en esta aplicación. En tres de las mujeres y en uno de los hombres entrevistados aparece un juicio de valor socialmente compartido, y es la necesidad constante del hombre por tener que satisfacer regularmente su apetito sexual, por lo que el objetivo de ellos al usar estas aplicaciones sería sólo para fines sexuales. El sujeto hombre que coincidió con esta afirmación, estudiante universitario de carrera humanista, afirmó que ellos son más “calientes” que las mujeres, y que por lo tanto estarían constantemente buscando mujeres atractivas sólo con el fin de conseguir parejas sexuales. Esto último daría respuesta al por qué el sexo masculino tiende a presionar a la mujer para que se realice lo antes posible el encuentro físico, al contrario de éstas, que esperarían más tiempo antes de concretar la junta⁵

“No sé yo creo que los hombres son más pelaos que las mujeres. Yo creo que de verdad los hombres lo ocupan sólo para pelarse así. Como en una primera instancia. No sé si hay algún hombre que te diga no yo lo ocupo para conversar. No. Eso no pasa” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

“M: Pucha...Yo no sé si habré sido muy popular en Tinder realmente. Si realmente lo soy no tengo idea, pero yo creo que, que las minas guapas po, mientras más muestran, más Likes po, si los hombres son hombres po pa que vamos con cosas. Igual, les tiran las hormonas po cachai, animales po entonces, mientras menos ropa, y más flaca y

⁵ Este fenómeno no ha sido mencionado en las obras de los autores utilizados para el marco teórico, por lo que se constituye como una variable emergente.

más bonita y más muestre más Likes po. Y yo no era de esas po” (Sujeto trabajadora, 24 años).

“En tanto hombres como mujeres. Yo creo que más hombres presionan más rápido la junta que las mujeres (...) Porque muchas veces un hombre esta como...Por decirlo así ya de momento está caliente y quiere algo luego quiere algo ya. En cambio las mujeres muchas veces son más a su tiempo, más lento el proceso no es llegar y hacer”(Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

4.1.3. Después del Match: La conversación previa a la cita

En el minuto en que se realiza el Match, se abre instantáneamente un chat entre los dos sujetos. Se inicia una conversación, que implica una proyección para los sujetos, en el sentido de que se traspasa la frontera de lo inmediato representado en la foto, para abarcar el proceso del lenguaje, que, siguiendo la línea de Sibia (2008), implica dejar entrever una parte de la intimidad de cada uno

“Claro si hay una proyección igual a corto plazo por último para entablar una conversación, igual es una proyección po cachai” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

La conversación por el chat de Tinder está normada, de manera que debe responder a ciertos códigos de la comunicación entre jóvenes. Uno de estos códigos, es que la conversación debe durar por lo menos algunos días, si es que no, semanas antes del encuentro físico. Es decir, si alguien revela su deseo por concretar la cita lo antes posible, es mal visto por los sujetos, sobre todo por las mujeres como se revisó anteriormente, ya que no se estaría produciendo un tiempo pertinente para el proceso de preguntas y respuestas enfocadas en saber quién es la otra persona, qué actividad práctica, su edad, cuáles son sus intereses, y cuál es su objetivo dentro de la aplicación

“Eh...Prefiero hablar un rato como por comodidad. Porque igual vendría a ser como...A mí me incomodaría conocer a una persona y que después te diga inmediatamente juntémonos. Sería como...Cómo te llamas, que hacés, donde vivís, cachai, qué estudiay...” (Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

Así, el encuentro es catalogado como “cita”, una palabra que se asocia a lo romántico, a una instancia en que la conversación está dotada de seducción y ocurre en algún lugar pertinente para este motivo, en el cual los sujetos están obligados a mostrar “lo mejor” de ellos. A diferencia de otros países, el lenguaje cara a cara sigue estando valorado en el proceso de la seducción, haciendo que en Chile la dinámica de Tinder esté marcada por la cita de rigor, antes de concretar cualquier otro propósito posterior a ésta, como puede ser la relación sexual

“(...) Yo creo que acá en Chile se ocupa más cita. No es que yo sea cartucha ni nada pero igual te llama la atención que venga un niño y te diga hola como estay, qué te gusta hacer, hola juntémonos en un motel o sea, tener un listado así de gente es como, tan diferente” (Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

En la conversación se explicitan los objetivos de la cita. Los propósitos son variados, y cambian según las personas: Algunos desean obtener encuentros de sexo casual, otros encontrar parejas para una relación a largo plazo, o hacerse nuevos amigos.

El objetivo explicitado por cada sujeto entorno a la aplicación está condicionado por una serie de factores, uno de ellos, y el que más se repite en las narraciones de los sujetos, es el pudor, que se evidenció a través de contradicciones: Seis de los siete entrevistados declaró usar Tinder con el propósito de conocer nuevas personas, y así “ampliar su círculo social”.

Sin embargo, a medida que la entrevista avanzaba, revelaban que el encuentro sexual también era uno de sus objetivos posterior a la cita. A causa del pudor que sentían, no

consiguieron explicitar abiertamente los deseos sexuales entorno a la aplicación, fenómeno que se contradice con lo planteado por el autor Battista (2015), de que la juventud de hoy ya no se avergüenza ante la mirada del Otro. De esta forma

“E: ¿Pero tampoco estabay ni ahí con tirar con gente y chao?”

M: No sabí que no como que no, soy entre comillas como pudorosa en ese sentido. Llegar y tirar con alguien no es lo mío” (Sujeto trabajadora, 24 años).

Si bien uno de los sujetos, estudiante universitario de la carrera de psicología, de veinticuatro años, manifestó de forma explícita que una de sus finalidades era tener relaciones sexuales con las personas que conocía por la aplicación, se puede observar que en el comienzo de la frase, antepone una expresión de advertencia respecto al carácter del contenido que iba a transmitir. Se confirma entonces, la naturaleza tabú de la que está dotada la sexualidad en los jóvenes entrevistados

“Y el tercer objetivo, aunque suene un poco brusco, era si es que se podía, relaciones sexuales, si es que se podía” (Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

Una vez declaradas las intenciones del encuentro cara a cara, y, pasando a la siguiente etapa, esta vez de más intimidad y acercamiento mutuo, los sujetos se intercambian sus números de Whatsapp. Esta acción es considerada como el último filtro antes de la decisión de concretar o no el encuentro físico

“E: Eso igual es como de cierta forma más invasivo o sea como más... ¿Más íntimo o no? Como el hecho de pedir el Whatsapp.

L: Si, para mi quizás, no me había dado cuenta de eso pero quizás el Whatsapp es claro es más allá (...) Un pasito más para que te pueda conocer”

(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años)

En el proceso de la conversación se generan expectativas del encuentro mismo. Siguiendo la línea de los principales autores que hablan sobre este tema, como Zizek

(2015), explica que se produce una idealización entorno a estas redes debido a las fantasías de un encuentro “perfecto”, y que se van instalando cada vez más fuerte a medida que se hace más duradera la conversación. Una vez concretado el encuentro, muchas veces los sujetos se enfrentan a las decepciones, como bien lo señala Möller (2016). En este caso, la mayoría de los sujetos, seis de siete, se enfrentaron a decepciones de lo que “creían que iba a ser”, y que “no fue lo que me imaginé”. La idealización de la otra persona se contrapone con la realidad, haciendo que la cita se convierta en una situación no grata para una o las dos personas implicadas

“Pero la mala experiencia, yo creo que fue, la primera vez que salí con alguien en Tinder fue una cita muy mala así. Me aburrí un montón, no teníamos feeling, no teníamos tema de conversación weón (...) Físicamente bacán pero me arriesgué justamente, no me gustaba su tono de voz, era una wea como casi como corporal (...) Duró una hora y media y listo, después seguimos hablando no más. Nunca más volvimos a hablar po. Jamás” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

En otros casos la decepción se produce por la no correspondencia entre la imagen de la persona en la foto que se le dio el Like, y el físico real de la persona. Si bien esta defraudación se ha efectuado en sólo dos de los sujetos entrevistados, las dos mujeres de carreras humanistas, otros señalan que amigos de ellos lo han vivido, convirtiéndose en un posible evento

“Entonces, con mis amigas comentábamos mucho eso, cuando no sé, alguna me decía ah me voy a juntar con alguien, y como que me mostraba la foto de la aplicación y después decía no, no era así, fue una decepción (risas)”(Sujeto universitaria, carrera humanista, 21 años).

“Por lo que he visto en mis amigas sí. En mis amigas sí. Eh...Como te digo, yo en verdad no lo hago de cartucha ni nada de eso, pero, de hecho lo conversábamos con mis amigas, es por un tema de que, ya, podrá mostrarte todas las fotos, podrá escribirte

todo, soy aries mido un metro setenta, pero si en persona, es otro, como te dije po yo ya tuve la mala experiencia de que me tocó un chico que no era como la foto...”(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

Con respecto a lo anterior, se evidencia en la mujer universitaria de carrera de ingeniería, la preferencia por permanecer en el diálogo por chat, y no concretar nunca el encuentro físico. Esto ocurre por el miedo a una “cita fallida”, en donde el encuentro real frustra la idealización que tenía el sujeto respecto del otro, optando así por “ahorrarse” la desilusión

“Como que va a la cita y en verdad no, como por el chat era más entretenido. Entonces no era lo que esperaban. Según yo es entretenido como para conversar. Cuando uno conversa con gente que no conoce, como en ese sentido es entretenido(...) De hecho la mayoría de la gente tiene citas fallidas por Tinder” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

Por otro lado, los sujetos manifiestan de forma transversal que existen diferencias por sexo respecto al proceso de conversación que ocurre antes del encuentro. Una de estas diferencias, identificada tanto por las mujeres como por los hombres, es que se considera que éstos últimos van más rápido en el proceso del diálogo posterior al Match. Según los sujetos, los hombres prefieren no extender el periodo de conversación y presionar para realizar lo antes posible la junta con la persona que “eligió”. Este prejuicio está asociado a que los hombres se les vincula con un impulso sexual fuerte y constante, mucho más que en las mujeres, y que por lo tanto se asume que su único objetivo dentro de la aplicación sería concretar relaciones sexuales casuales

“Yo creo que más hombres presionan más rápido la junta que las mujeres (...) Porque muchas veces un hombre esta como...Por decirlo así ya de momento está caliente y quiere algo luego quiere algo ya. En cambio las mujeres muchas veces son más a su

tiempo, más lento el proceso no es llegar y hacer” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

4.2. Caracterización de los usuarios

A partir de los datos concluidos por las entrevistas, se pudo realizar una caracterización de la muestra. Se describirán a continuación características compartidas por la totalidad de los usuarios entrevistados.

En primer lugar, se puede mencionar que ninguno de los participantes se encuentra actualmente en una relación formal, entendiéndose ésta como una relación estable con una sola persona. Esto, ya que no tienen motivaciones ni argumentos para proyectarse a mediano o largo plazo, debido a malas experiencias anteriores y tormentosas rupturas, y a su vez, no vislumbran el interés en tener una pareja estable, mencionando que una relación “no es útil para ellos hoy en día”, en cuanto a los costo-beneficio que esta les pueda traer en esa etapa de sus vidas. Esto no significa que desechan por completo la posibilidad de tener una pareja estable en algún futuro momento

“Entonces yo, mira, no descarto, pero admito que no es mi objetivo encontrar así como a alguien para estar. Sí podría decir que para conocer gente, si de repente estoy como media aburrida (risas) “(Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

“(…) Yo diría que pasarlo bien más que nada. No ando con ganas de relaciones (...) No es algo, creo yo que, me podría servir una relación duradera” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

Un segundo aspecto identificado es la disposición y el atractivo que genera el usar esta aplicación estando solteros, estimando esta condición como excluyente, ya que

todos manifiestan que si se encuentran en una relación estable con alguien, dejarían de usarla por “respeto” a su pareja. Se puede inferir de esta determinación que a la aplicación Tinder se le asigna socialmente un vínculo con la seducción y la sexualidad, que daría cabida a posibles infidelidades, al ser una herramienta para concretar citas de carácter romántico y no para conocer amigos.

Por otro lado, la noción de que el respeto a la pareja pasa por no usar este tipo de aplicaciones, se enlaza con el significado de las consecuencias e implicancias de estar en una relación formal. El significado está marcado por la imagen de que una relación de pareja involucra celos, encierro, falta de libertad y voluntad propia

“Porque, por lo mismo que te digo la connotación de la wea como es conocer gente o... Y como todavía no es conocer sólo amigos, no creo que sea respetuoso para mi pareja” (Sujeto trabajadora, 24 años).

“Ah claro en ese caso yo creo que sí po. Si estoy como en pareja obviamente se entiende que la aplicación es para conocer gente, y la pareja vendría a decir y por qué querí conocer gente si me tenía a mí obviamente jugaría en contra (...) Para no causar problemas ni celos” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

“(…) Me ha pasado de estar en relaciones de las cuales de repente me aburro, quiero terminar pero no me dejan terminar, como que se aferran a esta idea de seguir juntos. Es como que uno estira más el chicle y se chatea y se chatea. No ya, sinceramente, ya no me interesa” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

Otra característica común que se observa en la totalidad de los entrevistados, es la unanimidad que presenta la definición de éxito en la aplicación: Se consigue el éxito al obtener una gran cantidad de Match en periodos cortos de tiempo. Para conseguir esto, se identifica un sólo factor clave: Una foto “atractiva”. La imagen es lo más importante ya que ellos mismos consideran que están dentro de una aplicación “superficial”, en donde la carta de presentación del sujeto es su foto, tal como lo

visualizó el autor Debord (1967), la imagen toma el mayor de los protagonismos dejando en un segundo plano la autodescripción que aparece debajo de la foto.

“E: Claro. Y ¿De qué depende tener éxito en Tinder? O sea, cosas que por ejemplo ayuden a recibir más Likes.

I: La foto. Porque es como lo primero que vez po. Por ejemplo, tu podí poner como hasta cinco fotos si no me equivoco, pero hay una que es la primera que, como que si a alguien le interesa la primera foto se mete a ver las demás. Pero si la primera como que no, pasay no más”

(Sujeto universitaria, carrera humanista, 21 años)

“B: Una vez yo analicé eso bastante críticamente, y yo creía que, poner una foto atractiva, encuentro yo. Que es bastante como superflua esta aplicación, cachai”

(Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

“Putá en Tinder se pueden poner varias fotos, como seis fotos. Depende cien por ciento de tus fotos, primero, es tus fotos porque todo entra por la visual. Porque no tení como conversar con la persona en ese momento, antes de hacer el match” (Sujeto trabajadora, 24 años).

Por último, es fundamental precisar que ninguno de los sujetos modifica sus fotos con la ayuda de programas computacionales antes de subirlas a Tinder para alterar su aspecto físico. Declaran que la foto representa un “indicador”, un primer filtro para gustarle a la otra persona, y, por lo tanto, eso finalmente otorga seguridad

“(...) De hecho estoy más tranquila que cuando voy a juntarme con alguien que conocí así como en persona y que me gustó de verdad po (...) Porque igual tení como un indicador de que si le gustaste en algún aspecto a la otra persona po. ¿Cachai? (...) Si conocí a una persona y después salís con esa persona, no tenís idea si le gustaste

al principio o no po. Cachai. Porque puede perfectamente que te esté diciendo que quiera salir en buena onda y como amigos” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Cabe mencionar que la totalidad de los entrevistados han concretado más de una cita por Tinder, calificándolas en su mayoría como “positivas”, sin incidentes peligrosos o incomodidades mayores. Los aspectos negativos de los encuentros se vinculan con la falta de afinidad existente entre las dos personas, en término de intereses, ideología, costumbres, u objetivos del encuentro físico.

A su vez, los siete sujetos, han tenido más de una experiencia de conocer personas de forma presencial, es decir, sin el uso de la aplicación y con quienes tuvieron relaciones tanto duraderas como casuales, declarando que algún día esperan encontrar pareja estable en la vida “real” y no por medio de Tinder, ya que este último no sirve para tener algo “serio” con alguien.

Por último, no se presentaron discordancias entre los discursos de los seis sujetos universitarios y la joven trabajadora entrevistada. Se pueden constatar los mismos aspectos en los significados de los jóvenes universitarios y la joven trabajadora.

4.3. La identidad personal en juego

Se observa la presencia de un de un componente identitario compartido por la totalidad de los sujetos: El narcisismo, que como bien evidenció Lipovetsky (1986), es la base de la identidad del sujeto posmoderno, tal como se demuestra en las respuestas a la pregunta ¿Qué buscan de las personas con las que les interesa concretar una cita por Tinder? Se logra identificar el fenómeno del “Doble” descrito por Rank (1973) ya que los participantes responden que se enfocan en encontrar a alguien con características muy similares a ellos, con los mismos gustos, las mismas inquietudes e intereses, y,

también, los mismos rasgos de personalidad, para que todo pueda “fluir” al momento de la cita, para eliminar entonces cualquier posible conflicto o tensión posible a causa de diferencias estructurales

“Que sean simpáticos, porque, que sean conversadores como yo porque yo soy conversadora, entonces si la gente no me conversa, como que es incómodo para mí. Porque siento como que no quieren estar ahí. En cambio, como la gente callada como que le gusta escuchar y no tienen ningún problema escucharme hacer un monólogo. Pero no eso a mí me incomoda a no ser que conozca a la persona y sepa que es así. Como que siento que no quieren y están como en sus mentes pensando cállate un rato. Entonces me gusta que me conversen” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

Por este mismo motivo, es que la modalidad de la cita ya está preconcebida por los sujetos en función de sus gustos individuales, y condicionada a lo que uno sólo de los dos quiera hacer: El otro deberá flexibilizar para aceptar el panorama que le proponen, y, como bien lo precisa Zizek (2015) en cuanto al proceso narcisista, implica automáticamente la anulación del deseo de la otra persona que cede

“Lo que busco en el fondo es como pasar un buen rato o sea, salir, si se puede comer algo rico bacán. Así como que siempre, juntarse en algún lugar, comer algo, o a la playa, no sé, pero lo que busco es pasar un buen rato y que sea de mente abierta” (Sujeto trabajadora, 24 años).

Por otro lado, una de las participantes, mujer universitaria estudiante de la carrera de kinesiología, considera que Tinder es un soporte, coincidiendo con la línea de Martucelli (2007), que la ayuda a superar un estado transitorio de su personalidad que define como “falta de madurez”, que su uso es temporal dentro de su trayectoria de

vida al estar condicionado a este proceso de “desarrollo” antes de alcanzar la “madurez” algún día⁶

“T: Pero así borrar el perfil yo cacho cuando, no sé, como que siento que es un tema de madurez. Cuando alcance otro nivel de madurez yo cacho que voy a dejar de usarlo así fijo (...) Como cuando yo me sienta más preparada para no necesitar ese tipo de aplicaciones para conocer gente po” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Dos de los entrevistados, el hombre estudiante de la carrera de psicología y la mujer estudiante de la carrera de kinesióloga, manifestaron que necesitaban la aplicación para aumentar su autoestima. Para él, su uso significaba conocer su cuerpo y obtener experiencia sexual concretando citas que terminaran en sexo casual, ya que su ex pareja le señaló que “le faltaba experiencia sexual”, y para él, esta sirve para conocer más sobre la sexualidad de cada uno, y ese sería entonces su objetivo: Obtener experiencia sexual

“E: Ah ya. Ya. ¿Y tú personalmente, que buscas en una relación sexual? ¿Pasarlo bien, pasar un buen rato, o según tu que...?”

B: Mmm... yo creo que más que nada, al principio una de las problemáticas que me paso con la chica que salía en febrero era de que ella encontraba que me faltaba experiencia sexual, creo que es algo super subjetivo pero igual como que siento que me afecto caleta cachai, porque ella ya había tenido bastantes, cachai.

E: Ya, ¿Pero cómo el autoestima te afectó?

B: Sí, bastante el autoestima y pensé ah a lo mejor puede que tenga algo de razón, puede que no, pero voy a intentarlo cachai. Y al menos...

E: Es lo que estás haciendo ahora.

⁶ Este fenómeno no ha sido mencionado en las obras de los autores utilizados para el marco teórico, por lo que se constituye como una variable emergente.

B: Sí, no, no por ella si no por mi cachai. Conocer un poco más de mi cuerpo. Siento que una de las cosas que necesito personalmente en mi vida, es como, conocer lo que me gusta y lo que no. Y en ese sentido, uno aprende mucho de esta manera, creo yo. Sí, creo que esa es una de las cosas que busco, aprender sobre mi cuerpo”

(Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años)

“Te da mucha seguridad. Yo creo. Yo creo que trabaja caleta en la seguridad de las personas. Siendo que igual puede afectarlas. A mí por lo menos me ayudó con el tema de la seguridad” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 23 años).

Cabe mencionar un elemento latente en las narraciones presente en seis de los siete sujetos: El miedo al compromiso amoroso, y, por sobre todo, a relaciones duraderas, constituyendo un síntoma de los tiempos actuales como bien lo señala la autora Bonavitta (2015), y, provocando que las relaciones se vuelvan líquidas, según Bauman (2006). Esto se representa evidentemente en el caso de uno de los sujetos, hombre universitario, que cuando estimaba que lo que partió como una simple conversación con una persona desconocida se fue transformando en un compromiso con la persona que conoció por Tinder, decide alejarse abruptamente sin dar explicaciones, y simplemente “escapar” de ella

“No se me declararon, pero una vez sentí que se estaba haciendo muy intensa la relación, y escapé. Escapé, dejé de contestar mensajes, contestar llamadas así como alejándome como...Sinceramente me caí muy bien, feliz estaría contigo pero no quiero nada ahora. Así es que...Escapé” (Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

Por último, los sujetos se pronunciaron respecto a su orientación sexual. Sólo dos de estos, una mujer universitaria de la carrera humanista y un hombre universitario de carrera humanista declararon que buscaban tener relaciones tanto con hombres como con mujeres, sin preferencias en específico. Los otros cinco sujetos manifestaron su interés por conocer y concretar citas con personas del sexo opuesto. No se

visualizaron disparidades de significados respecto a la aplicación entre estas dos orientaciones sexuales.

4.4. Una aplicación con múltiples funciones

Esta aplicación es útil para sus usuarios por motivos que varían entre un sujeto y otro. Tinder entrega satisfacción en la resolución de distintas necesidades, por lo que la hace ser una herramienta con múltiples funcionalidades. Una de ellas es la seguridad que otorga a la hora de conocer personas, ya que se elimina el factor incertidumbre y azar que existe en el encuentro físico casual, además que le permite a los sujetos “ahorrar sus herramientas personales” en el proceso de la seducción

“A la segura porque, ok, a mí me gustaste, yo te gusté, ah ya, ya hay algo en común. Nos dimos match y eso es algo en común eso es una base. En cambio yo en la vida real, no sé po me podrá gustar un chico, y oh me gusta, pero es como ya me acerco o no me acerco, quizás yo no le guste. Entonces yo creo que esa es la diferencia” (Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

“Te da mucha seguridad. Yo creo. Yo creo que trabaja caleta en la seguridad de las personas. Siendo que igual puede afectarlas. A mí por lo menos me ayudó con el tema de la seguridad (...) De hecho estoy más tranquila que cuando voy a juntarme con alguien que conocí así como en persona y que me gustó de verdad po (...)” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

“Yo creo que es como más aventura hacerlo sin Tinder cachai. Es más aventura. Creo yo que juegas más tus herramientas, encuentro yo que va de la mano en tratar de conocer mucho más a la persona a través de, sin este Tinder. Creo que, el Tinder te asegura que voy a conocer a alguien creo yo. En cambio la otra, no po cachai. Te podí

convertir en un amigo, te podí convertir en cualquier cosa” (Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

Otro factor que entrega seguridad y que fue identificado por los entrevistados, es la rutina y el hábito que se generan en la dinámica del uso de Tinder, al repetirse las etapas y los códigos implicados antes de la cita. Esto provoca tensión, ya que por un lado el aspecto rutinario es criticado de forma negativa por los sujetos, pero que a su vez, elimina la inestabilidad y la incertidumbre de lo que podría suceder

“La dinámica de todo el rato, hago tal cosa, soy tal cosa, y es como latoso po. Cachai entonces, ya al principio está bien hacerlo, pero ya después la wea como que chatea ya, oye sabí que no quiero decir que hago, ya es mucho el webeo. Pero cuando realmente lo abro se a lo que me expongo po. Sé lo que me van a preguntar, que es algo típico o sea yo también lo preguntaría, hola, cómo te llamas, pero quién eres po, es entendible también” (Sujeto trabajadora, 24 años).

El recurrir a justificaciones para defender el uso de la aplicación por parte de los sujetos es un hecho que se evidencia en todas las narraciones. Es en base al pudor que sienten los participantes de revelar sus verdaderos motivos e intenciones al usar Tinder que optan por entregar argumentos socialmente aceptados. Estos sistemas de justificación en el discurso de distintos sectores sociales siempre han estado presentes, como bien lo estudiaron los autores franceses Thévenot y Boltanski (1991).

La mayoría de ellos declara en una primera instancia de la entrevista que se encuentran insertos en esta red para “ampliar su círculo social”, sin intenciones seductivas. A medida que va avanzando la entrevista, los sujetos admiten que sus encuentros pueden implicar relaciones sexuales si así lo estiman adecuado

“E: ¿Y para qué lo usas?”

T: Al principio fue por curiosidad, para ver que salía no más. Veamos que tal. Y después cuando conocí un par de personas ya era meterme para hablar con ellos no más. Tampoco era como en búsqueda de pesca de arrastre (...) O sea en un comienzo era mucho más querí que nos juntemos, tirar, y toda esa onda. Pero después era como más en buena onda, de hecho ahora que lo ocupo este último tiempo estoy en esa así, buscando buena onda, conocer gente (...) Yo creo que lo empezó a usar mucha gente, y por eso también cambió”

(Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años)

Por otro lado, uno de los aspectos positivos descrito es el “poder de decisión” que entrega la aplicación, en el sentido de que se sienten con la libertad de elegir a quién van a rechazar y a quien van a seleccionar para una posible cita. Se puede identificar acá la estrategia de seducción del sistema posmoderno explicado por Lipovetsky (1986), en el cual el hedonismo y el estado de bienestar permanente incentivan la elección individual con el fin de que cada sujeto tenga un estilo de vida “único”. En este sentido, en Tinder, las posibilidades son muchas, y ellos son los dueños de decidir a quién aceptar y a quien no

“Claro, o sea, igual tiene que ver con la otra persona, por ejemplo si yo le he dado Like a alguien y esa persona no da Like, no, no pasaba nada cachai. Pero, como que eso, poder de selección era como agradable” (Sujeto universitaria, carrera humanista, 19 años).

La comodidad es otra característica valorada, que está directamente relacionado con lo planteado por Bauman (2006) respecto a la inmediatez que invade las relaciones sociales en la actual sociedad líquida. Cinco de los siete sujetos entrevistados destacaron la utilidad de contactar a personas durante sus tiempos libres, sin que aquello les signifique un esfuerzo físico ni mental. El privilegio de poder prescindir de espacios de encuentro de los jóvenes para conocer otras personas, es una de las utilidades que le dan los sujetos a la aplicación. Esto hace que Tinder se convierta una

alternativa para los jóvenes que no les gustan “carretear”, o ir a fiestas, y obtener los mismos resultados

“Pero como que te ahorrabas todo el camino de conocer a alguien en un carrete, o en la Universidad, que te ahorrabay todo ese estilo. Y era bastante rápido (...) A mí me interesó porque no me gusta salir mucho a carretear, no soy muy carretero. Cachai, como que me dije ah igual puedo tener contacto con personas cachai” (Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

Cabe destacar que sólo uno de los participantes, estudiante de psicología, mencionó que para él esta plataforma le sirve para efectuar encuentros que implican relaciones sexuales, ya que así puede ganar más “experiencia sexual” y “conocer más su cuerpo”

“Y el tercer objetivo, aunque suene un poco brusco, era si es que se podía, relaciones sexuales, si es que se podía (...) Conocer un poco más de mi cuerpo. Siento que una de las cosas que necesito personalmente en mi vida, es como, conocer lo que me gusta y lo que no. Y en ese sentido, uno aprende mucho de esta manera, creo yo. Sí, creo que esa es una de las cosas que busco, aprender sobre mi cuerpo” (Sujeto Universitario, carrera humanista, 24 años).

Asimismo, los entrevistados consideran que esta aplicación les es de gran utilidad para “pasar el aburrimiento”. La mayoría de los sujetos plantearon que revisan las fotos de Tinder cuando están “aburridos” en sus “tiempos libres” y que esto les permite divertirse viendo las distintas fotos y dialogando con las personas desconocidas con quienes hicieron Match. Siguiendo la línea de Lipovetsky (1986), se observa así la necesidad de diversión del sujeto posmoderno inserto en una sociedad hedonista que evita el sufrimiento

“Para entretenerme en verdad. Si no lo hago con la esperanza de, porque hay gente que busca el amor de su vida en Tinder, y hay gente que le funciona así es que...Pero

no es como para entretenerse, bueno y si sale algo, saldrá algo, qué se yo“(Sujeto universitario, carrera humanista, 19 años).

“Según yo es entretenido como para conversar. Cuando uno conversa con gente que no conoce, como en ese sentido es entretenido” (Sujeto universitaria, carrera ingeniería, 20 años).

“Fuera de Tinder es mucho más serio. Sí. Es que creo que en Tinder se subentiende que no estoy buscando algo, justamente serio” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Ahora bien, ante la pregunta *¿En qué momentos y lugares sueles usarlo?* Las respuestas más frecuentes fueron que optaban por ocuparlo dentro de sus casas o en el transporte público, en los “tiempos muertos”, configurándose como espacios-tiempos en los que el sujeto efectúa un paréntesis de sus actividades y deberes cotidianos, abstrayéndose de su entorno inmediato

“Tiempos muertos, tiempos muertos en los que no tenía nada que hacer, pero tenía tantas cosas que hacer siempre, y ya me metía al celular y empezaba a ver gente po. A veces hacía match con gente que estaba como a mil kilómetros de distancia po. Pero si tu intención no era tirar no tenía ningún problema po. Así que, en esos tiempos lo ocupaba, en esos tiempos entre comillas muertos” (Sujeto trabajadora, 24 años).

“Lugares, solo en mi casa. Nunca se me ha ocurrido sacarlo, de hecho mucha gente hace eso, como de salir a carretear, sacar el celular y ver quién está cerca. Pero yo no, en general en la casa (...) Cuando tengo tiempo” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Al ser una aplicación difundida exclusivamente entre grupos de amigos de los jóvenes, se configura también como un tema de conversación entre pares. El hecho de comentar las fotos, emitir y compartir juicios respecto al físico de las personas, fundados en normativas sociales de belleza “estándar”, como también comentar las

experiencias de las citas, son el contenido de las frecuentes conversaciones entre los que comparten este soporte

“En la u alguna vez lo ocupé, con un amigo nos poníamos a ver minas así (risas) (...) Y se empezó a reír mi amigo porque me decía esta no, esta sí (risas). Y pasó algo bien chistoso me decía mira estas son las cara de laucha que te gustan a ti, ay si verdad, pónle Like a esa (risas). Y cosas así cachai” (Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

“Claro si igual es chistoso, igual es chistoso entonces ya igual, es como de repente un tema de conversación” (Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

Asimismo, para los jóvenes se constituye como una prioridad el generar contactos sociales e incrementar sus redes saliendo de su “zona de confort”, en una búsqueda constante de nuevos círculos sociales y ampliación de redes de contacto

“En realidad es como conocer gente que se encuentra fuera de mi zona de confort también (...)Pero eso, salir de la zona de confort, conocer otro mundo cachai, y eso generalmente (...)Justamente yo creo que me acredite un poco más que va a ser algo nuevo po. Que va a ser algo que no está en mi zona de comodidad y conocimiento, eso” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

“Mira yo creo que fue conocer gente. En el sentido de que yo tengo más que claro que en Tinder no voy a encontrar el amor de mi vida ¿Cachai? Yo no lo veo así como oh, quiero encontrar a alguien”(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

“Ya la primera vez que lo usé me daba risa. Me daba risa usarlo porque yo decía, igual suena mal pero decía así como soy simpático y tanto y me daba risa, porque yo dije ya pero igual por qué no ver otra instancia de conocer gente. O sea, yo he conocido a gente de muchas maneras entonces, dije ya, por qué no. Entonces yo lo vi como eso, como una instancia de conocer “(Sujeto uniersitaria, carrera humanista, 22 años).

4.5. Tensiones por el carácter privado y público de Tinder

Debe señalarse que esta plataforma ha gozado de un importante crecimiento cuantitativo a nivel mundial, y nacional, haciéndose conocida entre los jóvenes. Hoy, es difícil que alguno de ellos no haya escuchado hablar de Tinder.

En efecto, el único requisito establecido por la administración de la aplicación para hacerse una cuenta es ser mayor de edad, sumado a que su descarga es gratuita, se instituye como una plataforma atractiva para jóvenes estudiantes. Para la mayoría de los sujetos entrevistados, una de sus principales motivaciones para tomar la decisión de crearse una cuenta fue que lo consideraban como un “territorio” privado, en el cual estarían en contacto con personas desconocidas, permitiéndoles así mantener un status de anonimato antes del Match.

Sin embargo, debido la masividad de este fenómeno, las probabilidades de encontrar gente conocida en la aplicación se vuelven cada vez más altas. De este modo, la totalidad de los sujetos declararon haber visto personas conocidas en Tinder, lo que les provocó tensiones ligadas al pudor y la “vergüenza” de haber sido vistos por esos conocidos, y sobre todo la preocupación por lo que puedan pensar de ellos al usar esta plataforma todavía considerada como “tabú” entre los jóvenes

“E: ¿Y qué piensas cuando ves a una persona conocida en Tinder? Que es lo que hablábamos recién.

T: Oh...Es super extraño, me da vergüenza. Lo pienso más por mí que por el otro. Cachai igual...

E: Pero por ejemplo, que va a pensar el otro, ¿Algo así?

T: Sí. Si po, por el mismo tema de que es tabú y todo “

(Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años)

“E: ¿Qué piensas cuando ves a una persona conocida en Tinder? Como esta compañera de la u por ejemplo.

B: A me da risa (risas). Me pasó con varias personas que conozco, me da como risa, como que te metí en mi territorio una cosa así (risas)”

(Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años)

En la misma línea, es que tres de los sujetos manifiestan que debido a la masificación y popularización de este fenómeno entre los jóvenes, se consolida como un espacio “normado” por códigos, y en el cual los usuarios ya no son “libres” de exponer y expresar sus deseos y fantasías sexuales abiertamente. Debido a que es frecuente ver a personas conocidas en línea, desaparece el anonimato, apareciendo así la preocupación por sentirse observado y juzgado por los demás

“Yo creo que como se masificó tanto, empezó a bajar el tema de la, empezaron como los constructos morales dentro de la aplicación po cachai. Como es tanta gente te podí encontrar cualquier cosa. Ya no es algo tabú, como tan secreto entonces no estoy tan libre de hacer todo lo que queray con tu sexualidad dentro de. Eso era. Yo creo que por eso pasó” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Se visualizan contradicciones en los discursos por catalogar esta aplicación como “superficial”, ya que el criterio de elección es el físico de la persona. Se evidencia el pudor generado por el posible juicio de ser calificado como una persona superficial, teniendo esta palabra una connotación negativa entre los jóvenes, definiendo como superficial a alguien interesado sólo en el aspecto físico de las personas, descartando cualquier factor diferente de atracción, como el emocional, de personalidad, intelectual, entre otros. Un cuerpo y un rostro que responden a los cánones actuales de belleza son suficiente para seducir a una persona superficial.

Si bien es cierto que los sujetos critican este carácter frívolo de la aplicación, están conscientes⁷ que el solo hecho de ser usuario de esta te hace entrar en el juego de la superficialidad, al tener que necesariamente juzgar a una persona por su físico, dejándose a la vez juzgar ellos mismos y por ende, aceptando estas normas del juego, asumiendo la posibilidad de frustración que esto puede conllevar

“Es que de repente, es que el aspecto físico, como es tan subjetivo, si le gustay o no a otra persona, empezay a decir, oh a esta persona le podría gustar, como que empezay así. Es como una wea super superficial po. En ese sentido. Y lo otro que, igual es peligroso po. Que juegue con el tema de la frustración y el rechazo. Yo creo que, que juegue tanto con el tema de la seguridad igual lo encuentro positivo”

(Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años)

4.6. La crítica

Si bien el uso de esta plataforma es considerada como beneficiosa para los sujetos, no está exento de críticas negativas. Una de estas que fue mencionada por dos mujeres, por una estudiante universitaria humanista y por la joven trabajadora, es la crítica hacia la connotación sexual que socialmente se le ha dado a la aplicación, generando automáticamente un estigma hacia las personas que la usan, al no considerar otros objetivos presentes a parte de la búsqueda de encuentros sexuales casuales

“Las veces que lo dejé de usar era porque conocía a alguien y ya estaba como en una parada más estable de relación y como que ya no me interesaba conocer más gente porque puede ser que uno de repente en la aplicación como que le day Like a alguien

⁷ Este fenómeno no ha sido mencionado en las obras de los autores utilizados para el marco teórico, por lo que se constituye como una variable emergente.

porque te parece simpático y porque quería ser amigo cachai, pero como que todos asocian que si estás en Tinder estás soltero y como que lo único que buscas es alguien con quien salir. Pero no es así siempre entonces como que por eso me aburrí” (Sujeto universitaria, carrera humanista, 21 años).

Por otro lado las críticas apuntan al aspecto superficial que tiene la aplicación. Se advierte sobre la “cosificación” a la que están sometidos los usuarios y el negativo impacto que esto tiene en las relaciones personales. También se hace la apreciación de que la mayoría no se muestran como realmente es, al exponer fotos y descripciones que no representan fielmente a la persona. En este sentido, esta aplicación posibilita que cada uno exponga una falsa imagen de sí mismo, con la finalidad de “venderse” para obtener más Likes. Como lo señalan dos de los sujetos, esto puede conducir a la frustración por la eventualidad de ser rechazado como un simple producto de “supermercado”

“Yo creo que eso como que cosifica mucho el tema de las relaciones interpersonales (...) Como que estamos muy acostumbrados a lo instantáneo y ya. ¿Cachai? Y que también ayuda mucho a que la gente genere para el resto como una imagen que nunca es cierta po. De hecho te piden una descripción de ti mismo, en la que no podía poner así como, no en verdad, estoy super estresado, soy una persona que aparte tiene depresión, no. Tu poní casi que erí perfecto en la wea po” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

“Aspectos negativos como decía, el supermercado. También encuentro yo que, como diría Zygmunt Bauman, él decía que las redes sociales en sí te dan la falsa ilusión de que tu podía aceptar o rechazar a alguien cachai. Siento que en ese sentido que te bloqueen o todo lo demás, que no te acepten es una cosa. Al menos encuentro yo que era bien negativo que a veces yo hablaba con una persona, me respondía y no me

volvía a hablar nunca más, cosas así”(Sujeto universitario, carrera humanista, 24 años).

Por último, todos los sujetos comparten la crítica del carácter “forzado” de los encuentros planeados mediante el uso de Tinder. A diferencia de la instancia presencial en la que uno conoce a alguien de forma “azarosa” y en la cual se genera una atracción no planificada ni interesada con el otro, en la aplicación no se utilizan las mismas herramientas de seducción ya que después del Match y de la conversación se elimina el nerviosismo provocado por el encuentro furtivo con el otro, ya que desaparece incertidumbre de lo que puede pasar en la cita

“Si por supuesto, es mucho mejor, siento que las cosas cara a cara son mucho mejor que una conversación... Porque entre comillas aunque tú no lo queray ver, Tinder es un poco forzado po, porque estay metido porque querí buscar algo po cachai, querí buscar más gente o conocer más gente. Pero el face to face es diferente, porque se dio la situación y “pum” se encontraron (...) Es más el azar po. Nos encontramos justo. Si po, es más entrete. El planear la situación es diferente. De hecho eso me da como lata también. Por eso yo creo que ya Tinder no me está como llenando entre comillas porque planear la cuestión, juntarse, no paja”

(Sujeto trabajadora, 24 años)

4.7. El sentido de la imagen

Tal como lo dijeron los siete entrevistados, las fotos que se exponen en Tinder son la clave para obtener el éxito en la aplicación. Tener una foto que llama la atención, en la cual la persona muestra su mejor aspecto posible, hace que reciba más Likes y por lo tanto aumentan las posibilidades de concretar el Match. Esto se conecta con lo planteado con Debord (1967) respecto a que la relación social está mediada por el

espectáculo.

Ahora bien, ¿Qué tipos de fotos son las que más se repiten? La respuesta en la mayoría de los casos entrevistados fue que son las denominadas “Selfies”, muy de moda entre los jóvenes, en las cuales sólo el rostro aparece en la foto. Para los sujetos, esta parte del cuerpo “representa la belleza”, y es la única capaz de representar parcialmente algo propio del sujeto más allá de lo corporal

“E: ¿Y en qué te fijas primero cuando ves la foto de una persona que aparece en la aplicación?”

B: En la cara. Pucha normalmente me gustan las fotos como que sale la cara no como el cuerpo completo. Porque como que siento como que no se ve lo suficiente. Es que según yo la belleza está en la cara. No en el resto del cuerpo. Como que el resto del cuerpo es otra la palabra que en este momento no recuerdo que describe. Como ser mino. Ese es el paquete completo. La cara como que representa la belleza“

(Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años)

“Como que, o sea más que sea lindo me fijo en la sonrisa. Porque yo me río siempre. Siempre me ando riendo y me considero una persona alegre y optimista cachai, entonces me gusta la gente que es alegre y optimista” (Sujeto trabajadora, 24 años).

En este mismo sentido, la foto “transmite el mensaje” que el otro quiere comunicar, a veces involuntariamente, dejando entrever los deseos de la otra persona, sus características y su objetivo dentro de la aplicación. El desciframiento de ese mensaje se produce mediante la observación de la vestimenta, la expresión del rostro, las posturas y posiciones del cuerpo y su estilo, haciendo que se revele qué es lo que busca la persona y a qué público se enfoca

“Si el mensaje de la foto también es importante. Se nota cuando, lo que buscan con sus fotos” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

“E: ¿Y a qué tipo de fotos le poníay me gusta?”

M: Eh... A locos super normales, o sea, esos locos que están si como guapetones, ricos en la playa con una chela en la mano y lentes, jamás. Porque obviamente ellos buscaban lo que yo no andaba buscando, y yo, o sea puede sonar super feo lo que voy a decir pero, los veo como vacíos. Porque se fijan cien por ciento en lo que es lo físico po. Porque si se sacan fotos así, así es lo que andan buscando po. Entonces no, esos no me interesaban po cachai. (...) Pero locos piola, puta no sé cómo definir piola realmente, pero locos que salieran en fotos con amigos porque eso me hace entender que salen, cachai, o que les gustan muchos los animales. Entonces hay locos que salen con sus mascotas, o viajes po, a mi igual me gusta viajar harto. Entonces, esas cosas me fijo como en las fotos entre comillas”

(Sujeto trabajadora, 24 años)

Esto hace que los sujetos clasifiquen a las personas según los distintos tipos de imagen. En la mayoría se visualiza la presencia de juicios de valor respecto a algunos tipos de fotos, en particular las que presentan connotación sexual, en donde la persona muestra más su cuerpo que otras, o con eróticas posturas corporales. El rechazo a este contenido se debe a las normas sociales que condenan cualquier forma de erotismo explícito

“Eh...Fotos como, es que hay gente que es muy pava y pone así como con más gente y es como idiota ¿Cual eres tú. ¿Por qué hiciste eso? Entonces poner foto en las que se vea uno, pero tampoco hay que poner fotos como, es que hay gente que pone fotos como, en pelota, o como, no sé, en el espejo, en ropa interior, y es como, next. No, onda, no. Eso tampoco es bueno según yo. O sea yo no le daría Like a nadie que salga así. Entonces yo creo que es como, tratar de mostrarse como uno no más po”
(Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

Esto último se relacionado con el fenómeno de la tipificación a la cual están expuestos todos los jóvenes. Se observa cómo se encasillan entre ellos según el tipo de ropa que utiliza la persona, su comportamiento y hasta la actividad que realiza en su foto, que serían a su vez el reflejo no sólo estilos personales, sino que también de las condiciones socioeconómicas de cada uno. Así, etiquetas como el “Zorrón”; el “Flaite”, el “Nerd”, etc. están muy presentes en el lenguaje juvenil. Esta categorización está fundada por juicios de valor que responden a estereotipos estigmatizadores, presentes en la totalidad de los entrevistados⁸

“Que se vea como sencillo. En el sentido de que, insisto descarto totalmente los chicos musculosos. Los descarto así como chao. Creo que una o dos veces le he puesto me gusta a, no necesariamente musculosos pero que se ven como, perdonando el termino como zorrone así. Cuando son como zorrone no me tincan mucho. Lo veo como muy superficial porque, insisto, ya una vez o dos veces le di Like porque me tincaba y yo ya si zorrón ya filo, y conversaba con ellos y los sentía más superficiales, o los sentía como yo te voy a invitar a esto a esto, y mi fin no es que me inviten cosas o que me compren cachai. Conmigo no va eso Entonces ahí por eso me empecé a descartar por esa onda“(Sujeto universitaria, carrera humanista, 22 años).

“ Hay distintos, veo mucho weón así como mostrando sus vacaciones. Hay otros que, bueno los hombres que muestran como su cuerpo, que yo creo que van como más a eso, generalmente yo ocupo fotos como, carreteando. Caleta así. Como pasándolo bien. Fotos que sean atractivas para el otro, no que te estay mostrando tu si no que invitando a que haga algo que tu estay haciendo en la foto que mostray“(Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Cabe señalar que en un solo sujeto, la joven trabajadora, se reconoce la presencia de estereotipos asociados a los actuales cánones de belleza difundidos por la publicidad,

⁸ Este fenómeno no ha sido mencionado en las obras de los autores utilizados para el marco teórico, por lo que se constituye como una variable emergente.

y que se evidencia a partir de la idea de que existe un sólo prototipo de cuerpo de la mujer, que sería más propensos y “deseables” para recibir más Likes

“Pucha...Yo no sé si habré sido muy popular en Tinder realmente. Si realmente lo soy no tengo idea, pero yo creo que, que las minas guapas po, mientras más muestran, más Likes po, si los hombres son hombres po pa que vamos con cosas. Igual, les tiran las hormonas po cachai, animales po entonces, mientras menos ropa, y más flaca y más bonita y más muestre más Likes po. Y yo no era de esas po. Yo subía fotos super normales po”(Sujeto trabajadora, 24 años).

Finalmente, también existe una diferencia del sexo femenino del masculino en el proceso de selección de las fotos. Para las mujeres, los hombres no demoran tiempo en decidir a quién darle Like, en cambio para ellas esta decisión demora más tiempo al ser premeditada, “analizan” a la persona de la foto según su apariencia y descripción antes de seleccionarlo

“(...) Según yo, una vez lo conversamos con mis amigos, las mujeres reciben más Likes que los hombres. Los hombres, como que le dan Like no más. Como que no se preocupan tanto. Onda como que si la encuentran, ya sí es bonita, Like. En cambio las mujeres somos como más, como que la pensamos más. Antes de tomar como, mmm, ¿Le damos Like, o no le damos Like? Como que le revisamos bien el perfil, leemos lo que tiene escrito” (Sujeto universitaria, carrera de ingeniería, 20 años).

CONCLUSIONES

El presente estudio indagó en los significados de los jóvenes universitarios de la ciudad de Valparaíso con respecto a la aplicación Tinder, con el propósito de visualizar los distintos sentidos configurados entorno a esta red social, como lo son los juicios de valor, las contradicciones, las justificaciones, las normas sociales, y los estereotipos presentes en el mundo juvenil. Para concluir con esta investigación, es necesario recapitular ciertos aspectos que dieron respuesta a los objetivos esbozados, y que lograrían, a su vez, dar respuesta al objetivo general.

Con respecto al primer objetivo específico, *Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significado(s) de los jóvenes respecto a esta aplicación*, la caracterización de los usuarios se centró en los aspectos compartidos por la totalidad de estos. Uno de ellos fue que ninguno de los entrevistados deseaba estar en una relación formal, debido a que sufrieron una ruptura amorosa que los afectó, por lo que hoy en día no están dispuestos a revivir ese sentimiento de dolor. Lo anterior tiene relación con lo que se revisó en la parte teórica de esta investigación, por un lado, la incapacidad aceptar y evitar el dolor o sufrimiento de cualquier forma, producto de un sistema basado en el hedonismo que incentiva a estar en un estado de bienestar permanente, como bien da cuenta Lipovetsky (1986), y por otro lado, siguiendo la línea de Bonavitta (2015), el miedo generalizado al compromiso y la responsabilidad como síntoma de estos tiempos.

De igual forma, se pudo ver que la totalidad de los entrevistados compartían la opinión de que esta aplicación se usa solo si se está soltero, ya que si se usara estando con una pareja, sería una falta de respeto para el otro. Lo interesante de esta aclaración es que se reveló el significado para los sujetos de estar en una relación, al indicar que seguir utilizando la aplicación estando con alguien les traería “problemas” y “celos”, a

pesar de que la mayoría de los sujetos declararon en respuestas anteriores que usaban la aplicación solo para conocer amigos o amigas con el fin de “ampliar el círculo social”, descartando la posibilidad de citas de carácter romántico o sexuales. De esto se concluyen dos elementos: El primero, es que no existiría confianza ni la comprensión suficiente en la pareja para que el sujeto se sirva de Tinder para los propósitos mencionados, es decir, hacerse amigos o amigas. El segundo elemento, es el estigma seductivo-sexual que se le otorga a la aplicación.

El otro elemento en común que caracteriza a la muestra es la importancia de la foto. La imagen de cada sujeto se configura como la clave del éxito dentro de la aplicación, al ser la “carta de presentación” de éste. Por ende, lo fundamental sería tener una foto atractiva, confirmando así la propuesta teórica de la socióloga Catherine Hakim (2012), al evidenciar la valoración del capital erótico como clave del éxito en las sociedades occidentales. La superficialidad que existe en el hecho de adoptar como criterio de exclusión la imagen de una persona antes de conocerla, y que como bien lo había evidenciado Debord (1967) es el resultado de una sociedad agotada de lenguaje en donde prima la imagen antes que las palabras, otorgándole a la persona el lugar de un objeto que puede ser aceptado o rechazado.

En cuanto a los significados asociados al uso de Tinder, se hace necesario precisar que esta plataforma se configura como un soporte para los sujetos, adhiriendo a la definición de soporte de Martucelli (2007), al entregarles momentáneas satisfacciones personales, como la función atenuante del sufrimiento emocional que les generó la ruptura de la relación estable anterior a través de distracciones y entretenimiento facilitados por la aplicación.

Como bien señala Lipovetsky (1986), en un mundo en que la diversión y el hedonismo son un dictamen en la vida cotidiana posmoderna, la necesidad de entretención y distracción se vuelven un consumo permanente, por lo que Tinder se convierte en un agente facilitador para estos fines. En efecto, el tener la posibilidad de seleccionar con

quién concretar citas dentro de un mundo de personas expuestas en la red representa uno es de los aspectos más considerables y positivos para los sujetos, debido a la placentera sensación que les produce el hecho de elegir “A la carta” como lo expone la autora Bonavitta (2015). Esto hace que acepten las reglas del juego que consisten en cosificar y ser cosificado su vez, coincidiendo con el análisis marxista que realiza Zizek (2003) “En una sociedad en la que los productos del trabajo humano adquieren la forma de mercancías, las relaciones cruciales entre las personas asumen la forma de relaciones entre cosas (...) Y en vez de relaciones inmediatas entre personas, tenemos relaciones entre cosas” (Zizek, 2003, pág. 62).

Por otro lado, como da cuenta Bauman (2012), el temor a la incertidumbre que predomina la sociedades occidentales modernas, se refleja en la necesidad de seguridad que invade a los jóvenes usuarios de Tinder al manifestar que el poder concretar citas por medio de esta aplicación les entrega una sensación de certeza debido a que se elimina el factor “azar” que produce el encuentro físico e imprevisto, ya que en éste último el sujeto no tiene cómo saber qué piensa el otro y cuáles son sus intenciones, al contrario de lo que ocurre mediante el uso de esta plataforma, en la que se deben explicitar los objetivos de cada sujeto antes del encuentro real. La necesidad de seguridad llega a tal punto de que algunos de los sujetos optan por protegerse de la desidealización que provoca el contacto real con la otra persona, fenómeno explicado por Zizek (2015), que serviría como mecanismo de defensa ante la angustia de una probable frustración, y prefiriendo el goce que les provoca la fantasía individual generada por la imagen y la conversación por el chat.

En este sentido, también el rol que juegan la rutina y el hábito “que por su inscripción temporal, ahogan el brote inspirador” (Thévenot, 1991, pág. 296), propios de la dinámica de la aplicación reducen el sentimiento de incertidumbre, por un lado, tranquilizando a los sujetos al eliminar el imprevisto, pero por otro lado, provocando tensión frente a la monotonía que implica el proceso de uso.

Asimismo, cabe destacar la presencia del fenómeno de la tipificación en el uso de esta red. Si bien el estar conectado al igual que los demás a una red pareciera ser que todos están en igualdad de condiciones, eliminándose la “fricción” producida por diferencias sociales (Zizek,2015), en Tinder es notoria la dinámica excluyente y dotada de prejuicios, se puede observar en cuanto a que los jóvenes de hoy encasillan a los demás por categorías que responden a estereotipos sociales arraigados en el imaginario juvenil, como lo es la figura del “Flaite”, asociado a un tipo de vestimenta en particular, con ropa deportiva, un lenguaje específico, rasgos físicos determinados y una foto “mal tomada” o de “mala calidad”. Por el contrario, está el “Zorrón”, sujeto de clase acomodada con un cuerpo esbelto, caracterizado por sacarse fotos en playas “paradisiacas”, ostentando su poder y dinero. Esto es el reflejo de la segregación por estratos socioeconómicos que configura lo público y lo privado en el Chile de hoy, que “en sus estructuras y valores, consagra y favorece la desigualdad. Así, el clasismo y el individualismo definen las principales características de Chile (...)” (Garretón, 2002, pág. 1) y que va generando frustraciones en los sujetos de nivel socioeconómico bajo que no tienen las posibilidades de exponer sus lujosas adquisiciones en las redes.

Se debe mencionar la emergencia de un elemento con relación a la diferencia entre sexos y que se manifestó en la totalidad de los discursos de las entrevistadas: Es el sentimiento de desconfianza hacia la autenticidad de la foto de un hombre por una posible falsificación de identidad, sospecha que se produce sobre todo cuando el sujeto expone una sola foto, en vez de las cinco fotos que solicita la aplicación. Cabe señalar que este miedo es justificado por la vivencia de situaciones en donde algunas de las mujeres se vieron engañadas por la no correspondencia entre la foto del hombre y su aspecto físico al momento de la cita, experiencia que no fue nombrada en los discursos de los hombres, por lo cual las mujeres ven la necesidad de protegerse ante estos y otros fraudes de los cuales se consideran más expuestas y vulnerables debido al actual sistema patriarcal que no les asegura ningún tipo de resguardo.

Ahora bien, con respecto al segundo objetivo específico de la investigación, *Identificar el proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público mediante del uso de Tinder*, se aprecia en el discurso de los sujetos la presencia de normas sociales que se van instalando a medida que crece la popularización de esta red social. Los usuarios comparten códigos propios de la aplicación, como los que norman el proceso de uso de Tinder por etapas específicas estructurando los sucesos que van desde el “Like” hasta el encuentro. Esta masificación hizo que la aplicación ya no fuese tan “sexualizada”, lo que conllevó a que “*Ya no es algo tabú, como tan secreto entonces no estoy tan libre de hacer todo lo que queray con tu sexualidad dentro de*” (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años). El hecho de que el uso aplicación de la aplicación deje de ser, de forma parcial, un tabú, incentivó a los sujetos a tomar la decisión de crearse una cuenta y comenzar a usarlo, ya que la vergüenza de que los demás los juzguen por estar dentro de ésta se minimiza, pero no desaparece.

La expectativa de que Tinder sea un territorio “privado”, un sitio en el cual se tiene la posibilidad de conocer a personas completamente desconocidas, de tener la libertad de exponer fotos íntimas en este espacio de anonimato, es otro factor que motivó a los sujetos a probarlo. Sin embargo, una vez en la red, esta condición de lo “íntimo” se desmitifica al encontrarse en línea con personas conocidas, provocando tensión en los sujetos por el pudor que genera ser descubierto en un espacio estigmatizado por su connotación sexual y superficial, por quedar al desnudo frente a la mirada del otro cargada de juicios y prejuicios, y, finalmente, recordándoles que Tinder se configura como un espacio público.

Por último, el tercer objetivo específico *Analizar el discurso de los usuarios sobre la manera en que Tinder influye en la identidad personal de cada uno* se incluyó en este estudio basándose en la línea teórica la socióloga Turkle (1997) que plantea que sin que los sujetos lo perciban, su identidad personal se involucra al usar la tecnología. A través de sus discursos se logró identificar rasgos comunes de personalidad en estos

sujetos que se encuentran insertos en el mismo contexto histórico y social. Uno de estos rasgos es el debilitamiento del Yo, es decir, el sujeto posee un Yo frágil, viéndose en la necesidad de proyectar una autoimagen que represente todo lo que el sujeto desearía ser (Turkle, 1997).

En la misma línea, los usuarios entrevistados aseguraron que el uso de esta plataforma online les significaría un aumento de autoestima, argumentando que el sólo hecho de que una persona le haya dado “Like” por su foto es un *“filtro de que algo le gustaste”* (Sujeto universitaria, carrera de la salud, 23 años).

Sin embargo, los participantes asocian el uso de Tinder a un periodo determinado de sus vidas, en el que aún no han alcanzado la “madurez”: Se podría decir así que esta plataforma es un medio para obtener un fin, un puente útil para la transición que están viviendo hasta alcanzar un estado de bienestar emocional idealizado.

Por otro lado, el componente identitario más evidente fue el narcisismo, reflejado en dos aspectos. El primero, es la búsqueda constante de los sujetos por encontrar a una persona con las mismas características que ellos, tal como lo describe el psicoanalista Otto Rank, aparece el fenómeno del Doble (Rank, 1973) en el que se proyecta la propia imagen hacia otro, los mismos gustos, intereses, formas de pensar y rasgos de personalidad. El segundo aspecto del narcisismo corresponde a la intransigencia del deseo del sujeto frente al deseo del otro (Lipovetsky, 1986), procediendo al condicionamiento del desenlace de la relación a los intereses individuales de cada uno.

A su vez, se ve cómo el aspecto sexual está presente en sus narraciones, aunque sólo uno de los entrevistados haya admitido explícitamente que su objetivo era adquirir experiencia sexual, los demás lo señalaron de manera implícita, como bien lo investigaron los autores Boltanski y Thévenot (1991) se recurre a estrategias discursivas de justificación, revelando que la satisfacción en el ámbito de la sexualidad es un determinante para la calidad de vida (Costa, 2016).

Para finalizar, se puede decir que este estudio reveló los significados de los jóvenes, que como bien se pudo ver, están impregnados de dictámenes sociales que se ocultan en sus discursos mediante estrategias de justificación y contradicciones, evidenciando las dinámicas entorno al uso de la aplicación Tinder, marcadas por estereotipos, juicios de valor, estigmatizaciones y discriminaciones naturalizados en una sociedad donde todo se vuelve consumible.

BIBLIOGRAFÍA

- Ana Lucía Noreña, N. A.-M.-M. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 263-274.
- Analisa Castillo, M. L. (2010). APROXIMACIÓN AL DISCURSO JUVENTUD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIOHISTÓRICO-CULTURAL. *ULTIMA DÉCADA Nº33, CIDPA VALPARAÍSO*, 45-59.
- Baeza, A. A. (2015). Construcción socio-imaginaria de relaciones sociales: la desconfianza y el descontento en el Chile post-dictadura. *Cinta moebio(online) n°53*, 147-157.
- Baeza, M. A. (2006). Globalización y homogeneización cultural. *Sociedad Hoy*, núm. 10, 9-24.
- Baeza, M. A. (2006). Jóvenes universitarios chilenos actuales y transformaciones culturales. Estudio sobre nuevas. *Sociedad Hoy*, núm. 11, 9-33.
- Bataille, G. (2014). *El erotismo*. Scan Spartakku-Revisión TiagOff.
- Battista, G. (2015). *La soledad de los objetos*. Argentina: Virtualia.
- Bauman, Z. (2006). *Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2012). *Vidas desperdiciadas: la modernidad y sus parias*. Buenos Aires: Paidós.
- Boltanski, E. C. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Editorial Akal.
- Bonavitta, P. (2015). *El amor en los tiempos de Tinder*. México: Cultura y Representaciones Sociales, 10(19).
- Castells, M. (2006). *Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto mundial*. Santiago: Fondo de Cultura Económica Chile.
- Castells, M. (2009). *LA ERA DE LA INFORMACIÓN: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: EL PODER DE LA IDENTIDAD*. México: Siglo veintiuno editores .
- Costa, V. (2016). *El capital erótico en las aplicaciones de dating: el caso Tinder*. Barcelona: Máster de Sociología: Transformaciones Sociales e Innovación. Universidad de Barcelona.

- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones del Naufragio.
- Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. (1991). "Posdata sobre las sociedades de control", en Christian Ferrer (comp.). *El lenguaje libertario, vol. II*. Montevideo: Nordan.
- Diario La Tercera. (12 de Febrero de 2016). Andrea Iorio: "Chile es el tercer país que más usa Tinder en Latinoamérica". *La Tercera*, pág. 49.
- Ehrenberg, A. (2000). *La fatiga de ser uno mismo. Depresión y sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Espinoza, J. (2015). *Reconfigurando el amor: mediación tecnológica y relaciones afectivas*. Costa Rica: Question, 1.
- Fleury, L. (2001). *Max Weber*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Foucault, M. (1977). *Historia de la Sexualidad I: La Voluntad de Saber*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.
- Foucault, M. (1979). *Vigilar y castigar*. España: Siglo XXI de España Editores.
- Foucault, M. (1994). *Michel Foucault: Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- Garretón, G. C. (2002). Las percepciones de la desigualdad en Chile. *Revista Propositiones, Vol. 34*, p. 1-9.
- Giddens, A. (1992). *La transformación de la intimidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- González, E. E. (2009). *Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género*. Universidad de Alicante. España : Universidad de Alicante .
- González, O. R. (2012). Capital Erótico. El poder de fascinar a los demás. *GÉNEROS. Multidisciplinary Journal of Gender Studies Vol. 1 No. 3*, pp. 320--322.
- Guerrero, J. L. (1998). *Métodos cuantitativos en una experiencia de Resolución de Problemas*. México: Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.

- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- Krauskopf, D. (2010). La condición juvenil contemporánea en la constitución identitaria. *Ultima Década N°33, CIDPA Valparaíso*, 00.
- Latinobarómetro, C. (2015). *Uso redes sociales*. Madrid: Corporación Latinobarómetro.
- Lazzarato, M. (2006). *Del Biopoder a la Biopolítica*. documento bajado de Internet, el día 1 de agosto de 2006, <http://sindominio.net/arkitzean/otrascosas/lazzarato.htm>.
- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío*. Barcelona: ANAGRAMA.
- Maci, G. A. (1996). El hombre mimético. La Neurosis Postmoderna. En Varios, *Lunes de Psicoanálisis en la Biblioteca Nacional* (págs. 43-64). Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Ariel.
- Marcuse, H., Fromm, E., Munzer, T., Brohm, J.-M., Fraenkel, B., Reich, W., & Riazanov, D. (1972). *La represión sexual en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: CEPE.
- Martucelli, D. (2007). *Cambio de rumbo*. Santiago de Chile: LOM.
- Millán, Á. (2015). *EL FENÓMENO TINDER: La identidad personal como bien de consumo en la era digital: una exploración cualitativa sobre la publicitación del individuo en esta nueva red social*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- Mitchell, W. J. (2001). *e-topía*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.
- Möller, C. D. (2016). *Apuntes de Psicoterapia y Literatura*. Valparaíso: Altazor.
- Parada, M. (2009). Capítulo "Investigación Cualitativa en Salud" en Bobenrieth, Manuel (Ed.) "Metodología de la Investigación Científica". España: Edición.
- Pontalis, J. L.-B. (1967). *Vocabulario del Psicoanálisis*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Rank, O. (1973). *Don Juan et Le Double*. Francia: Payot.
- Saintout, F. (2009). *Jóvenes: el futuro llegó hace rato. Percepciones de un tiempo de cambios: familia, escuela, trabajo y política*. Buenos Aires: Prometeo.

- Sánchez, B. (2014). Vergüenza. En Varios, *Un real para el siglo XXI* (págs. 377-379). Buenos Aires: Gramma.
- Serrano Puche, J. (2013). *Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad*. Madrid: Historia y Comunicación Social. Vol. 18 N° Especial Noviembre.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Statista. (2016). *Distribution of Tinder users worldwide as of 2nd quarter 2015, by age group, Statista 2016*. Obtenido de www.statista.com:
www.statista.com/statistics/426066/tinder-age-distribution/
- Thévenot, L. B. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.
- Turkle, S. (1997). *La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Ulin, R. C. (1990). *Antropología y Teoría Social*. México: Siglo veintiuno editores.
- Valdés, T. (1988). *Venid, benditas de mi Padre*. Santiago de Chile: FLACSO.
- Zizek, S. (1998). *Porque no saben lo que hacen. El goce como un factor político*. Buenos Aires: Paidós.
- Zizek, S. (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Zizek, S. (2015). *El acoso de las fantasías*. Buenos Aires: Siglo xxi editores.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Análisis⁹

Tabla n°1: Caracterización y significados de los participantes

Objetivo Específico	Categoría	Tipo de análisis	Código
1. Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significado(s) de los jóvenes respecto a esta aplicación	Caracterización	Descriptivo	<ul style="list-style-type: none">•Estado sentimental•Proyección sentimental•Condición de suspensión de uso•Importancia de la foto•Real imagen propia
1. Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significado(s) de los jóvenes respecto a esta aplicación	Significados	Descriptivo	<ul style="list-style-type: none">•Funcionalidad múltiple•Proceso•Temporalidad•Género•Crítica•Imagen•Tipificación

⁹ Esta matriz fue confeccionada para los propósitos de este estudio, a partir de variables emergentes obtenidas desde los discursos de los entrevistados.

1. Explorar una caracterización de usuarios e identificar los significado(s) de los jóvenes respecto a esta aplicación	Significados	Inferencial	<ul style="list-style-type: none">•Justificación(ampliación de redes sociales)•Contradicción•Juicio de valor•Pudor
--	--------------	-------------	---

Tabla n°2: Proceso de decisión del sujeto de exponer lo íntimo en lo público

Objetivo Específico	Categoría	Tipo de análisis	Código
2. Identificar el proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público mediante del uso de Tinder	Proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público	Descriptivo	<ul style="list-style-type: none"> •Territorio privado •Ruptura •Espacio normado •Búsqueda de lo nuevo
	Proceso de decisión de exponer lo íntimo en lo público	Inferencial	<ul style="list-style-type: none"> •Expectativa •Concepción de relación amorosa •Noción de juego

Tabla n°3: Influencia de identidad personal en la aplicación Tinder

Objetivo Específico	Categoría	Tipo de Análisis	Código
3. Analizar el discurso de los usuarios sobre la manera en que Tinder influye en la identidad personal de cada uno	Expresión identitaria	Descriptivo	<ul style="list-style-type: none"> •Orientación sexual •Seguridad •Autoestima
	Expresión identitaria	Inferencial	<ul style="list-style-type: none"> •Narcicismo •Mecanismo de defensa •Autoimagen

Anexo 2

Pauta de Entrevista

Módulo I. Redes Sociales

1. ¿Qué tipo de redes sociales son tus favoritas? (¿De música, sociales, videos,etc.?)
2. ¿Hay alguna red social que usabas y que dejaste de usar? ¿Cuál? ¿Por qué la dejaste?

Módulo II. Acercamiento del sujeto a Tinder

3. ¿Hace cuánto tiempo usas Tinder?
4. ¿Por qué elegiste la aplicación Tinder y no Badoo?
5. ¿Cómo la conociste? ¿A través de que medio?

Módulo III. Relación Tinder-Sujeto

6. ¿Cuál fue tu primera impresión al saber de Tinder?
7. ¿Cuál fue tu impresión al usarlo?
8. ¿Qué aspectos positivos consideras de Tinder?
9. ¿Qué aspectos negativos le encuentras a Tinder?
10. ¿En qué momentos y lugares sueles usarlo? (Si es que los tienen)
11. ¿Cuánto tiempo pasas en Tinder aproximadamente?
12. ¿Para qué lo usas?
13. ¿ Con qué finalidad?(Objetivos)
14. ¿Por cuánto tiempo más pretendes usarlo?

Módulo IV. Imagen-Identidad personal- Caracterización del sujeto

15. ¿De qué depende tener éxito en Tinder?
16. ¿Qué cosas ayudan a recibir más "Like" en Tinder?
17. ¿Las fotos que subes a la aplicación te representan como eres realmente, o modificas con un programa ya sea Photoshop u otros tu aspecto físico antes de subirlas?
18. ¿Qué piensas cuando vez a una persona conocida en Tinder?
19. ¿En qué te fijas primero cuando ves la foto de una persona que aparece en la aplicación?

20. ¿Qué aspecto o aspectos de la foto de una persona hace o hacen que te decidas a no darle Like?
21. ¿En qué situaciones dejarías de usarlo?

Módulo III. Experiencias y encuentros

22. ¿Has concretado alguna vez una cita por Tinder? Si la respuesta es No, ¿por qué no?
23. ¿Qué buscas de las personas con las que te interesa juntarte?
24. ¿Cómo han sido tus experiencias con personas que conociste por Tinder y con las cuales te juntaste? Describe una buena y una mala experiencia
25. ¿Has tenido experiencias de conocer parejas sin el uso de Tinder? ¿Cómo han sido esas experiencias?
26. ¿Has tenido relaciones duraderas con personas que conociste por Tinder?