



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DISCURSOS ERÓTICOS Y SUS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS EN LA RED SOCIAL TINDER.

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Comunicación

AUTOR: ISAAC ALEJANDRO MORENO MENA

TUTOR: PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ

Quito - Ecuador

2022

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Isaac Alejandro Moreno con documento de identificación N°
1723301493 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 19 de septiembre del año 2022.

Atentamente,



Isaac Alejandro Moreno Mena

172330149-3

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Isaac Alejandro Moreno Mena con documento de identificación No. 1723301493, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo académico: “Discursos eróticos y sus prácticas comunicativas en la red social Tinder”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 19 de septiembre del año 2022

Atentamente,



Isaac Alejandro Moreno Mena

172330149-3

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Patricia Villagómez con documento de identificación N° 1715492425, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Discursos eróticos y prácticas comunicativas en la red social Tinder, realizado por Isaac Alejandro Moreno Mena con documento de identificación N° 1723301493, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 19 de septiembre del año 2022

Atentamente,



Patricia Sofía Villagómez Rodríguez

171549242-5

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a mi madre, que a pesar de todas las adversidades no ha dejado de luchar un segundo por sus hijos, mi madre, mi mayor ejemplo y mi motor, la única persona en la vida que apostó por mí a pesar de las trabas en el camino y a quién debo con creces todo el sacrificio de años para que hoy me encuentre aquí culminando mi carrera universitaria; mi padre que con su constancia y abnegación no ha dejado de estar presente de manera incondicional desde siempre y a mi hermano que desinteresadamente se ha permitido verme crecer sin importar la igualdad de condiciones.

Agradecimientos

Agradezco de manera especial a la Universidad Politécnica Salesiana, por el proceso de formación no solo de aprendizaje, también por el aporte personal, creando nuevos profesionales capacitados para enfrentar el mundo laboral con excelencia y valores enmarcados en la ética, la responsabilidad y humanidad. En especial a docentes que han aportado significativamente mi aprendizaje a lo largo de mi vida universitaria: Tania Villalva, Patricia Villagómez y María del Carmen Ramírez por su calidez humana, su enseñanza y direccionamiento a lo largo del camino, que ha tenido como resultado este trabajo.

A mi familia, mi madre, mi padre y mi hermano por su apoyo incondicional a lo largo de este proceso de mi vida universitaria.

Índice

Introducción	1
Metodología	9
Resultados	12
Conclusiones	24
Referencias bibliográficas	27

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz, técnicas y categorías de análisis	9
Tabla 2 Duración de relación en Tinder	21

Índice de figuras

Figura 1 Población	12
Figura 2 Usuarios de Tinder	13
Figura 3 Rango de edades	13
Figura 4 Intencionalidad femenina	14
Figura 5 Intencionalidad Masculina.....	15
Figura 6 Tiempo en Tinder	15
Figura 7 Elementos de construcción.....	16
Figura 8 Filtros.....	19
Figura 9 Contenido erótico	20
Figura 10 Relaciones en Tinder	22
Figura 11 Satisfacción con la aplicación	23

Resumen

Esta investigación presenta una comprensión de los discursos eróticos y las prácticas comunicativas que surgen en la aplicación de citas Tinder en Ecuador. Inicialmente se realiza un estado de arte en el que se exponen aportes de diferentes autores que reflexionan a los cambios en las formas de comunicación que ha provocado la tecnología con el transcurso del tiempo; en este sentido se toman como base los aportes y las teorías de autores como: Bauman, Linne, Byung Chul Han y Bataille para explicar aquellas características que conforman el discurso de la seducción en la época contemporánea y la forma en que las relaciones socioafectivas han trascendido de lo físico a lo virtual, interpretando además la construcción y deconstrucción de relaciones sociales y humanas que se practican dentro de la aplicación objeto de estudio a partir de la descripción de las distintas herramientas y funciones que permite la interfaz de Tinder a la hora de establecer vínculos sociales o afectivos.

Para acercar este análisis a la realidad ecuatoriana y comprender la construcción de relaciones socio afectivas se realiza una encuesta a una población mixta, entrevistas profundas a usuarios activos de Tinder, y una entrevista al especialista Edgar Vega, experto en comunicación y docente de maestría de la Universidad Simón Bolívar, en donde se recopila datos relevantes sobre la intencionalidad de uso, los hábitos, comportamientos y las construcciones en torno a las relaciones que emergen a partir del uso de la *app*, permitiendo comprobar así la transformación en las prácticas comunicativas en la actualidad.

Palabras clave: erotismo, discursos, Tinder, representación del yo, redes sociales.

Abstract:

This research presents an comprehension of the erotic discourses and communicative practices that arise in the dating application Tinder in Ecuador. First, a state of the art is carried out in which contributions of different authors are exposed that reflect to the changes in the forms of communication that technology has caused over time; in this sense, the contributions and theories of authors such as: Bauman, Linne, Byung Chul Han and Bataille to explain those characteristics that make up the discourse of seduction in contemporary times and the way in which socio-affective relationships have transcended from the physical to the virtual, also interpreting the construction and deconstruction of social and human relationships that are practiced within the application under study from the description of the different tools and functions that the Tinder interface allows when establishing social or affective links.

To bring this analysis closer to the Ecuadorian reality and to understand the construction of socio-affective relationships, a survey of a mixed population, in-depth interviews with active users of Tinder, and an interview with the specialist Edgar Vega, expert in communication and master's professor at the Universidad Simón Bolívar, where relevant data is collected on the intentionality of use, habits, behaviors and constructions around the relationships that emerge from the use of the app, thus allowing to verify the transformation in the current communicative practices.

Key words: eroticism, speeches, Tinder, representation of the self, social networks.

Introducción

El uso extendido en torno a las tecnologías de comunicación e información en las últimas décadas ha avanzado de manera paulatina, cada vez son menos los aspectos que quedan por fuera de su alcance, de la mano de las redes sociales se encuentran con frecuencia nodos de conexión que favorecen el intercambio de sentidos y comunicación entre las personas. El uso de Facebook, Instagram, Tik Tok y Twitter cada vez es mayor, Ecuador no es la excepción.

En este contexto es relevante analizar los discursos que se construyen alrededor del erotismo, específicamente en plataformas de “ligue” como Tinder, a partir de la narrativa que permite identificar discursos eróticos y prácticas comunicativas que emergen del uso de esta plataforma y reconocer las diferentes formas de comunicación que emplean los usuarios para promocionarse, crear “*matches*” y ligar.

No son extensos los estudios realizados sobre Tinder por lo que para abordar esta problemática se consideran algunos autores desde diferentes aportes. Se contemplan los trabajos realizados por Zygmunt Bauman (2003) con la teoría del “Amor líquido”, que manifiesta que las relaciones actuales están caracterizadas por la precariedad de las relaciones humanas que surgen desde la postmodernidad y las cuales no pretenden crear vínculos emocionales serios con los individuos con el fin de que aquellas relaciones permanezcan desvinculadas emocionalmente y de esta manera encajar en un entorno de constante mutación. El autor señala, además, que aquella fragilidad en los vínculos se da también a causa de la cultura en la que se encuentra inmerso el ser humano actual, que se caracteriza principalmente por la falta de compromiso y amor propio.

En consonancia, el artículo “No sos vos, es Tinder” de Joaquín Linne (2020) indaga sobre las prácticas que emergen a través de la aplicación, mismas que han llegado a representar una transformación en la sociedad desplazando a los lugares tradicionales de donde se propiciaban este tipo de relaciones como en la escuela, trabajo o amistades. El estudio del autor establece que hoy gracias a internet, existen muchas posibilidades para conocer gente, sin embargo, éstas se encuentran enmarcadas en un entorno en donde prevalece el consumo de contenido voyeurístico.

En el ensayo “La desaparición los rituales” de Byung Chul Han (2019) en el capítulo 10 “De la seducción a la pornografía” el autor hace referencia a la desaparición de la seducción y al consumo inmediato que se vive hoy en día, en donde la sociedad se encuentra saturada de hiper transparencia e hiper consumismo, sostiene que la sociedad actual vive la “comunicación sin comunidad”, siendo enfático en indicar que la sociedad en la actualidad está desapareciendo.

La hiper comunicación como consecuencia de la digitalización permite a las personas estar más conectadas, pero aquello no aporta más conexión ni intimidad entre las personas. En la actualidad cada persona se produce y se representa a sí misma en todos los sentidos. igual que se hace con el sexo, hoy se desnuda incluso el alma. “La pérdida de toda capacidad de crear ilusiones y apariencias, de toda capacidad para el teatro, el juego y el espectáculo, es el triunfo de la pornografía” (Han, 2019, p. 76).

Con este fundamento, esta investigación se realiza con la intención de reflexionar sobre las prácticas y discursos eróticos en Tinder permitiendo que las investigaciones realizadas hasta el momento se enriquezcan con los análisis desarrollados a través de las relaciones que se generan en la aplicación.

El análisis de la fragilidad en los vínculos afectivos que se desarrollan a partir del uso de Tinder tomando como referencia el contenido que se expone en la *app*, así como la identificación de aquellos relatos que se puedan encontrar en la misma lleva a evidenciar los factores que influyen en la comercialización de la imagen.

El estudio alrededor de la explosión en el uso de nuevas herramientas digitales constituye una forma importante para aportar en la construcción de conocimiento, por lo tanto, se busca que los resultados de esta investigación sirvan como referencia para próximos estudios que se realicen en torno al tema, específicamente, el mayor aporte es sobre la construcción o deconstrucción de relaciones sociales y humanas que emergen en la aplicación.

¿Con qué elementos discursivos se manifiestan en Tinder las relaciones socioafectivas y eróticas? Es la pregunta que orienta esta investigación que se basa en los siguientes objetivos:

Objetivo general:

Determinar los discursos de relaciones socioafectivas a partir del estudio en los hábitos de

comportamiento en usuarios de la red social Tinder.

Objetivos específicos:

- 1) Identificar los hábitos de comportamiento de los usuarios de la plataforma Tinder.
- 2) Reconocer las expectativas de uso de los usuarios de Tinder.
- 3) Reflexionar sobre los discursos que construyen las relaciones socioafectivas y eróticas.

Aproximación Teórica

Para Rueda (2007) con el transcurso del tiempo, la sociedad ha buscado una variedad de posibilidades con la intención de comunicarse empezando por la interacción en señas, hasta lo que constituye la comunicación a distancia gracias a los avances tecnológicos que han surgido con el pasar del tiempo, aquellos avances, brindan muchas posibilidades en la actualidad y constituyen un nuevo espacio para relacionarse de manera virtual.

“La revolución tecnológica implica cambios estructurales que avanzan a una velocidad cada vez mayor y con efectos que no se pueden predecir con certeza ni en lo económico ni en lo social” (Martínez, Palma y Velásquez, 2020, p.9). Estos cambios provocan que en este siglo las personas se adhieran a una red de transferencia global de información instantánea “en esta red ya se puede ver en tiempo real el sentir de la humanidad, pero al mismo tiempo también es posible tergiversar, manipular o frivolar este sentir” (Rueda, 2007, p.1).

Los aparatos tecnológicos hoy en día suponen una dependencia fundamental en la vida del ser humano “el desasosiego inherente al aparato lo convierte en un trasto. Además, nos hace adictos y nos obliga a echar mano de él” (Han, 2019, p.3). Hoy las redes sociales que según Celaya (2011) “son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (p.145), permiten una interacción fácil y veloz que está “marcada por algunos aspectos particulares como el anonimato total o parcial, si así el usuario lo deseara, la facilidad de contacto sincrónico o anacrónico” (Herrera, 2012, p.124).

En las dos últimas décadas del presente siglo acortar los tiempos de transmisión remota de información y acceso a la misma se ha convertido en una de las tareas más importantes de nuestra sociedad. “Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación,

diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad” (Cornejo y Tapia, 2011, p.221). Para Moreno (2015) con la llegada del siglo XXI, Internet se transformó en la llamada "web 2.0", en donde una de las posibilidades principales era la creación de contenido por usuarios de la web, esto permitió la aparición de numerosas herramientas en línea para facilitar la interacción y la colaboración entre los usuarios de Internet, con ello también permitió el nacimiento de las primeras redes sociales creadas para conectar en línea con otros internautas.

Facebook, Twitter e Instagram representan tres de las redes que más posibilidades les ofrecen a los jóvenes para expresarse de manera creativa, a través de la creación de grupos de conversación, de la difusión de información y noticias de su interés, y de la publicación de fotos (Candale, 2017, p.1).

Así como también la presencia de los nativos digitales a quienes se los denomina como Millennials

Se emplea para describir a aquellas personas que nacieron entre 1981 y 1995, es decir, quienes tienen entre 20 y 35 años de edad y se hicieron adultos con el cambio de milenio, etapa caracterizada por un acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías y del uso del internet en prácticamente todas las esferas de la existencia. (Aguilar, 2016, p.2).

De esta forma,

en el entorno virtual, muchas de las acciones que realizamos en un entorno presencial, como lo son las formas de interacción con otros sujetos, también se llevarán a cabo en el espacio virtual, y aunque exista una pantalla de por medio en la mayoría de los casos se buscará la manera de poder expresar todo aquello que es posible en un ambiente presencial, como la alegría, tristeza, enfado, etc. (Gómez, 2014, p.14).

Para Doncel. F y Morales. F (2014) La seducción también se ha visto transformada por la dinámica que impone el funcionamiento de estas redes sociales virtuales según los rituales y estrategias que siguen los sujetos con la esperanza de encontrar una pareja que les permita satisfacer sus emociones utópicas o simplemente complacer sus deseos fugaces.

El campo de la conexión “amorosa”, también ha llegado a los dispositivos digitales con la aparición de nuevas apps, una de ellas es Tinder que es

Una aplicación móvil diseñada para “ligar”. Su funcionamiento es muy sencillo: muestra perfiles de personas que se encuentran cerca del usuario/a y dependiendo de en qué dirección arrastre este cada perfil estará indicando si le interesa (derecha) o si no

(izquierda). (Navarro, 2018, p.24).

Fernández (2017) afirma que Tinder es una de las más utilizadas, la popularidad de la aplicación ha seguido creciendo desde su año de lanzamiento, 2012, debido a su facilidad de uso y gratuidad. A esa situación se acompaña un interés por ahorrar tiempo y dinero. El éxito de la *app* radica en su sencillez, ya que permite a los usuarios conocer a diferentes personas de una manera divertida y fácil.

El *swipear* (deslizar) perfiles, constituye también una de las herramientas más entretenidas que presenta la interfaz de la aplicación, ya que al mismo tiempo que los usuarios tienen la oportunidad de elegir a quién darle “me gusta”, se produce una sensación intensa y emotiva ante un nuevo “*match*” (coincidencia), lo que convierte a la aplicación en adictiva. (Fernández, 2017, p.9).

Complementando, el experto Edgar Vega menciona que Tinder altera las relaciones espaciotemporales de las formas de relación permanentes que han existido justamente en búsqueda de sostener, consolidar y lograr lazos afectivos. (Vega, comunicación personal, junio de 2022).

Aunque en esta investigación se trata de identificar los discursos eróticos y las prácticas comunicativas de los usuarios de Tinder, es necesario abarcar también ciertos conceptos claves que complementen al análisis.

Apropiación de la tecnología y Cibercultura

Algunos estudiosos de las transformaciones culturales que han surgido a partir del cambio tecnológico reflejaban su opinión con respecto a las transformaciones en las identidades que vive la sociedad desde la llegada de la tecnología. Canclini (2019) menciona que la llegada de los ordenadores y los teléfonos móviles se concebían como la introducción al cambio de espacios presenciales como la escuela, los cines, los espectáculos, etc. permitiendo que los medios audiovisuales dieran origen a otras formas de leer, mirar, escuchar, aprender, entretener y conocer, en consonancia, Castells (2002) acotaba que:

Se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada sobre el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información. Esto no quiere decir que la tecnología sea lo que determine; la tecnología siempre se desarrolla en relación con contextos sociales, institucionales, económicos, culturales, etc. (p.1).

García Canclini (2009) menciona que el uso social estaría dado “cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable” (p.35). Si se habla de cultura varias definiciones existen al respecto, citando al antropólogo británico Edward B. Tylor, quien manifestó a la cultura como “ese complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Tylor, 1993, p.64) o como la de Eloy Gómez que dice que “la cultura en todas sus dimensiones, se construye diacrónicamente, por lo que remite constantemente a una tradición (...) en un mundo globalizado como el nuestro los préstamos, procedentes de otras culturas, ocupan una parte cada vez mayor” (Gómez, 2007, p.25), pero cuando la tecnología trasciende otros espacios en los que se establecen los vínculos afectivos entonces se habla de cibercultura.

No está del todo claro si la cibercultura resulta ser una evolución de lo que representa la cultura, o “la suma de conceptos, modos de pensar, actitudes y patrones de comportamientos de los individuos en su entorno social” (García, Hernández, Salesanky, Brito, Sánchez, 2005, p.1) pero podría entenderse como una cultura en red que utiliza las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que para Galindo (2018) su connotación conecta las computadoras con las áreas de la vida social que imaginan. En este sentido, es una palabra de concepto que cada vez se asocia más al sentido común.

Fragmentación de los vínculos amorosos

Hoy, las relaciones y los lazos se construyen a partir de un entorno inseguro, flexible y sin futuro inmediato, aquella nueva forma de vivir las relaciones mediadas por un contexto tecnológico hace a los individuos flexibles y fragmentados en sus intereses, sin compromiso alguno, en donde el abrirse a las posibilidades conlleva a no establecer relaciones duraderas. (Bauman, 2003), para el autor la metáfora de fluidez es correcta ya que “la modernidad líquida comenzó con el cambio en las relaciones espaciotemporales: cuando el espacio y el tiempo llegaron a separarse en la vida misma y entre sí, para comenzar a ser teorizadas como categorías independientes”. (Bonavitta, 2015, p.203)

Bauman predice el fin a la era del compromiso mutuo, y no se aleja de la realidad, ya que el mundo actualmente vive en un proceso de cambio constante, todos tienen que mostrar u ocultar algo, pero hoy en día el mostrar, exhibir y llamar la atención corresponden a una nueva forma de expresarse. “Con la profusión de las redes sociales se está popularizando una nueva forma de narración autobiográfica en la que se entremezclan elementos tecnológicos con una nueva

narrativa” (Vega. C, 2012, p,1).

Edgar Vega menciona que

El ideal de amor romántico es el que menos urge. No es que no esté presente en la necesidad de sexo afectiva, pero cada vez menos, porque creo que hay que hacer una profunda distinción etaria y una profunda distinción por género sobre quienes están activándose en la red Tinder. (Vega, comunicación personal, junio de 2022).

El erotismo

Bataille (2003) menciona una conexión importante entre la vida y la muerte, un pasaje en lo que el autor denomina continuidad y discontinuidad, entendiendo que la continuidad es lo que se encuentra antes de la vida y después de la muerte, mientras que la discontinuidad es el periodo en donde el ser nace y muere. El erotismo según Bataille, se encuentra inmerso en la vida interior del hombre, representa un objeto que emerge de la interioridad del deseo, que está sujeto a las preferencias individuales y aspectos intangibles.

Según el autor el erotismo es una experiencia que nace del interior y que se manifiesta en las múltiples sinuosidades de experiencias corporales. El erotismo está del lado de la pasión y su materia es el cuerpo, de lo que se trata el erotismo es de una expedición por los placeres y displaceres del sexo, de un desafío, de una aventura que traspasa la piel y la carne, de -por decirlo de cierta forma- una dialéctica corporal y de los sentidos con un partenaire, donde embebidos en la pasión se han olvidado en el acto erótico no solo de los fines de la procreación, como dijera Bataille, sino de sí mismo.

El erotismo resulta ser ese conector con el ser desde otro ángulo, corresponde al desequilibrio dentro del cual se cuestiona de manera consciente a sí mismo. Existe un orden de las cosas, lo políticamente correcto, lo aceptado, pero fuera de aquello siempre existe algo más, otras experiencias (deseos, pasiones, juegos, placeres) los cuales se encuentran dentro de lo socialmente restringido, siempre que el individuo se permite seducir por aquellas experiencias eróticas, que hacen que se salga de lo normalmente aceptado, en consecuencia, aparece el cuestionamiento del ser.

El experto Edgar Vega complementa:

En este tipo de búsquedas es primero el despliegue de la fantasía. Tú construyes una fantasía. Lo que se reproduce en el espacio virtual, es el despliegue de la ilusión, se construye, se presenta y se expone en el perfil, es un componente para atizar la fantasía; en un mundo en donde todo fenece inmediatamente, lo que queda es la fantasía (Vega,

comunicación personal, junio de 2022).

Agonía del erotismo.

Byung Chul Han en “La agonía del eros” habla de lo obsceno en el porno, no consiste en un exceso de sexo, sino que allí no hay sexo, el amor que en la actualidad corresponde al calor, intimidad, excitación agradable apunta a la destrucción del erotismo sagrado, la des ritualización del amor se consume en el porno. En la pornografía, la sexualidad humana atiende a una utilidad comercial, a una ganancia, resulta ser un producto más, una descarada objetivación y cosificación de las personas, en donde todo parece explícito y manifiesto sin una expresión más que la comercial, eliminando todo rasgo de misterio y ritual propio de lo erótico.

La exacerbación de la pornografía actual ha destruido el erotismo y profanado el Eros. (...) su mercantilización y expansión ciberneútica ha aniquilado al sexo, ya que le ha quitado contenido. En este sentido, Han expresa que el porno es todo lo contrario al Eros puesto que en él no hay sexo. (Han, 2014, p.1).

La construcción del “Yo” en la era de la web

Según la autora Marta Rizo (2011) que en su artículo sobre los aportes de Goffman, explica cómo los procesos de comunicación se basan consciente o inconscientemente en transmitir una cierta impresión individual ante la sociedad con el objetivo constante de crear igualmente alguna impresión en la audiencia, desde el construccionismo también se puede tomar el concepto de Gergen (2006) en donde los individuos, el yo, así como su importancia no se encuentra generalizada, ya que ésta construcción está estrechamente ligada a las condiciones históricas, las realidades sociales y culturales en el que se desarrolla cada individuo. Cada persona es partícipe activo dentro de un proceso social, en donde las identidades se crean a partir de aquellos rituales sociales en los que habita. Por su parte Turkle (1997) menciona que la internet constituye un elemento de la cultura informática que coadyuba a mirar a la identidad desde la multiplicidad, porque permite a las personas construirse y a la vez explorarse por muchos yoes, concediendo la constante construcción y reconstrucción de la identidad, espacio en donde el individuo tiene la posibilidad de proyectarse y realizarse como persona, lugar donde se permite crear y recrearse en el discurso, una oportunidad para multiplicar las posibilidades de ser, estar y aparecer.

Discurso fotográfico y capital erótico

En torno al discurso, Van Dijk (1999) señala a “los estudios del discurso como un intento de

ofrecer una «manera» o «perspectiva» distintas de teorización, análisis y aplicación a través de dicho entero campo de investigación” (p.1).

En relación con la fotografía creadora de identidades virtuales, el principal interés es la imagen que se pretende crear de sí mismos, produciendo así una imagen virtual. “Nosotros nos reconocemos, y nos reconocen en la red como un ser con múltiples facetas, fragmentado y discontinuo en el espacio y en el tiempo” (González, 2017, p.80). Durante el desarrollo de estas construcciones virtuales, se establece un proceso de selección de los elementos que conformarán esa identidad, para luego diseñar aquella representación que se pretende mostrar.

El capital erótico permite entender en gran medida los procesos de la sociedad en la economía, en lo social y a la sexualidad “En las sociedades modernas, sexualizadas e individualizadas, se da cada vez más importancia y valor al capital erótico, tanto en los hombres como en mujeres” (Hakim, 2019, p.2). En este tipo de capital se adhieren la belleza, el atractivo sexual, el vestirse bien, el encanto, entre otras cualidades. (p.20).

Metodología

El presente análisis se realiza desde el nivel descriptivo en el que “se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo” (Marroquín, 2012, p.4), con un enfoque mixto que “es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento.” (Ruíz, Borboa y Rodríguez, 2013, p.11).

Tabla 1: Matriz técnicas y categorías de análisis

Técnica de investigación	Categorías de análisis	Observaciones
Entrevista semiestructurada (anexo 1)	Sexo Rango de edad Intencionalidad Satisfacción	La entrevista semiestructurada se realizó a 15 usuarios de Tinder distribuidos en 3 grupos etarios: grupo 1: 25 - 35 años; grupo 2: 35 a 45 años, y de 45 en adelante.
Entrevista especialista (anexo 2)	Intencionalidad Erotismo Relaciones	Realizada al experto en comunicación PhD. Edgar Vega, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar
Encuesta (anexo 3)	Elementos de construcción de	La encuesta se aplicó de

	perfil Elementos visuales utilizados Uso de fotografía Tipo de contenido compartido Intención de uso Tiempo de utilización de app Construcción de relaciones eróticas	manera digital a 275 personas distribuidas en los rangos de 25 – 35, 35 – 45, 45 – en adelante, teniendo un porcentaje de fiabilidad del 90%.
--	---	---

Para complementar el estudio con los testimonios se identifica a usuarios de Tinder a partir de una muestra no probabilística incidental en usuarios activos de la aplicación que selecciona “de manera casual, de tal modo que quienes realizan el estudio eligen un lugar, a partir del cual reclutan los sujetos a estudio de la población que accidentalmente se encuentren a su disposición” (Otzen y Manterola, 2017, p.230).

Sobre esta muestra se realizan entrevistas semiestructuradas que “parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz, 2013, p.163).

Dentro de este contexto, se analizan también datos relevantes de la entrevista realizada al experto en comunicación PhD. Edgar Vega, coordinador académico en la Universidad Andina Simón Bolívar a quién se realizó preguntas respecto al erotismo fotográfico y las construcciones en torno al discurso que se generan en las redes sociales.

Por otra parte, se realizaron 275 encuestas con un porcentaje de fiabilidad del 90%, la encuesta “es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a un universo o muestra de personas que tienen las características requeridas por el problema de investigación.” (Briones, 2002, p.51).

El tamaño de la muestra se ha identificado de acuerdo con lo siguiente:

Universo: 17'000.000 total población Ecuador.

Margen de error: 6%

Nivel de confianza: 95%

La encuesta recoge los siguientes aspectos: Caracterización de la población, Intencionalidad, Hábitos de uso, Construcción del yo y erotismo.

La investigación corresponde a un nivel descriptivo que “tiene como objetivo describir algunas

características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Guevara, Verdesoto, Castro, 2020, p1) para complementar el estudio y con el propósito de detallar las características en relación a la identidad digital de los usuarios que utilizan la app de Tinder y así especificar y conocer aquellas propiedades, conceptos y rasgos importantes sobre el imaginario del erotismo en la actualidad en el cual priman factores relacionados con sus: actitudes, interacciones y comportamientos respecto a la manera en que los usuarios se relacionan en este contexto virtual, se establece una muestra a partir de las entrevistas semiestructuradas realizadas a 6 usuarios de la red, se dividen en 3 grupos etarios que se encuentran en el rango de edades de 25 – 35, 35 – 45 y 45 – en adelante.

Resultados

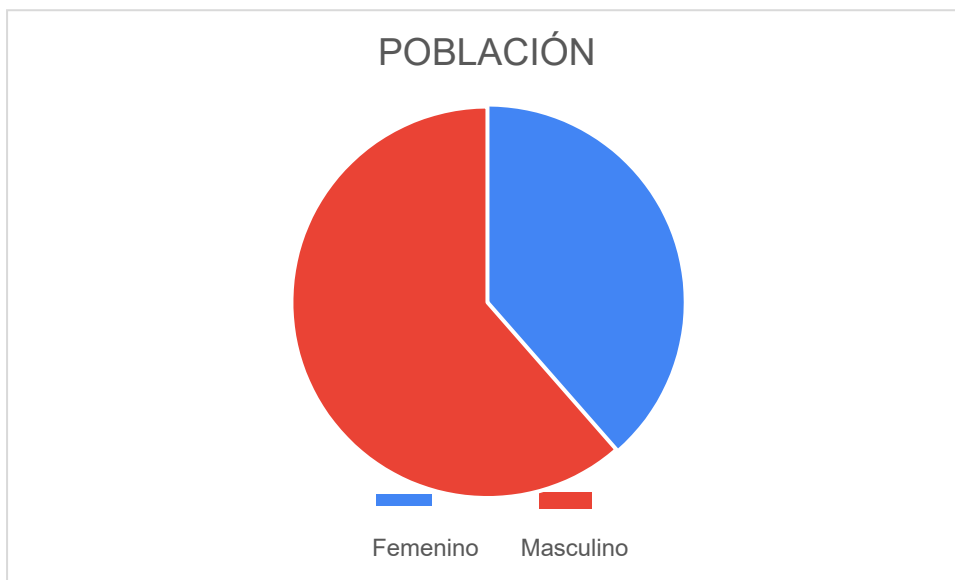
En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de tres instrumentos de investigación: encuestas, entrevistas semiestructuradas y entrevista especialista, los cuales se organizan de acuerdo con la siguiente estructura: Caracterización de la Población, Intencionalidad, Hábitos de uso, Perfiles, imagen y construcción del yo, Los filtros fotográficos, Discurso y Capital erótico, Primer contacto, Satisfacción con la aplicación

1. Caracterización de la Población

La muestra se toma a partir de 15 entrevistas semiestructuradas y 275 encuestas realizadas a personas de sexo femenino y masculino, de 25 años en adelante quienes son usuarios activos en la aplicación de Tinder.

La población total encuestada se distribuye de la siguiente manera: 61,43% de los encuestados son hombres mientras que el 38,57% son mujeres.

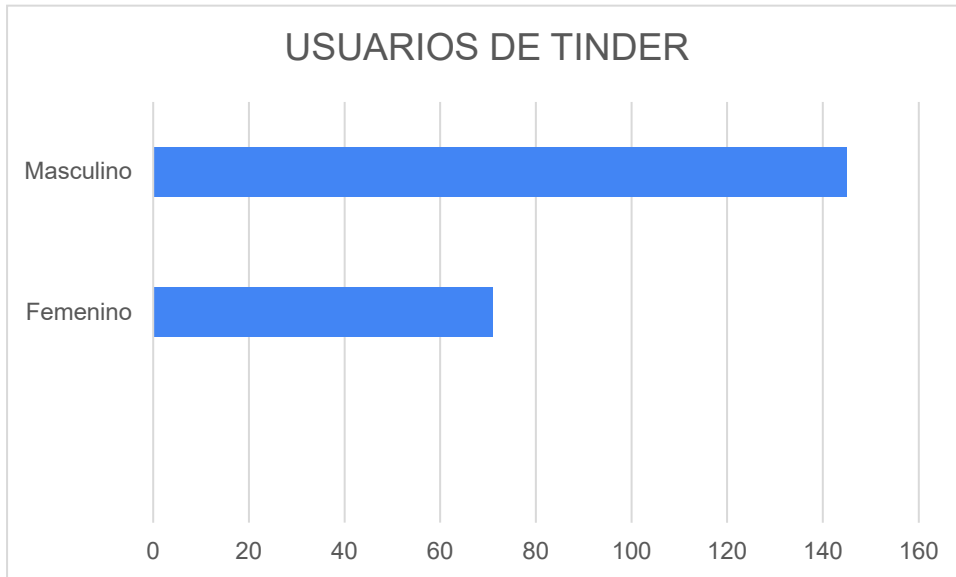
Figura 1 Población



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de este marco poblacional, el 77,14% son usuarios de Tinder de los cuales el 32,87% son mujeres, mientras que el 67,13% corresponden a hombres

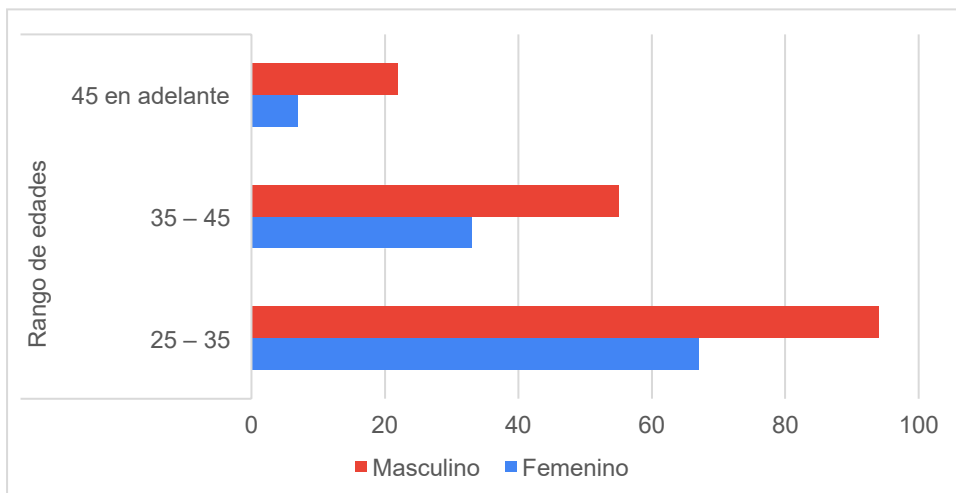
Figura 2 Usuarios de Tinder



Fuente: Elaboración propia.

En ese marco se infiere que los hombres corresponden al género que más utiliza la aplicación de Tinder, relacionado a estos datos se toma en cuenta estos grupos de edades referenciales de entre 25 – 35, 35 – 45 y 45 años en adelante.

Figura 3 Rango de edades



Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra que el rango de edades de los encuestados que más utilizan Tinder se encuentra entre 25 a 35 años tanto en hombres como mujeres.

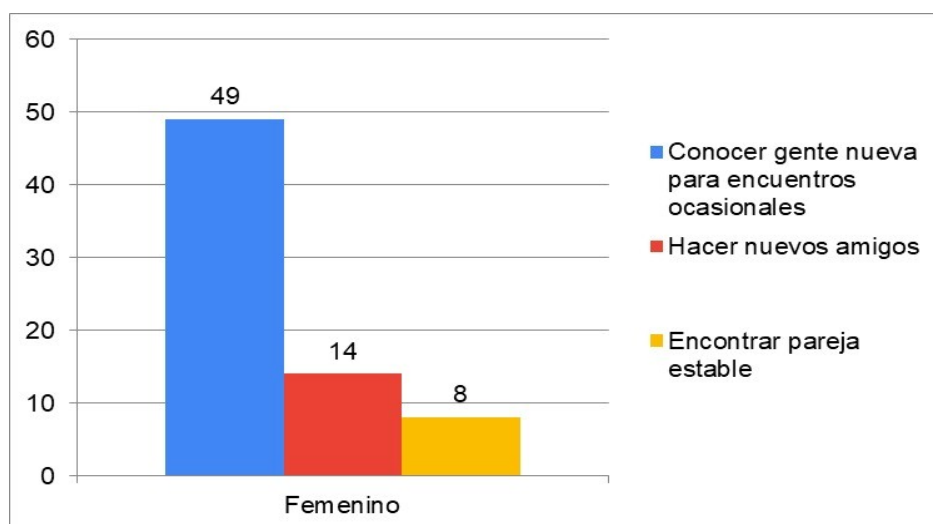
2. Intencionalidad

En hombres la intención de buscar algo casual es del 70,3%, respecto a las mujeres con el 29,7% lo que demuestra que el principal motivo de búsqueda se relaciona con las conexiones efímeras y pasajeras en ambos casos, teniendo en cuenta que el porcentaje de encuestados en su mayoría corresponden al sexo masculino.

Raúl de la Torre de 32 años afirma “Me pareció interesante la aplicación, es una forma para conectar con mujeres de manera más rápida y sencilla” (D. De la Torre, comunicación personal, junio de 2022)

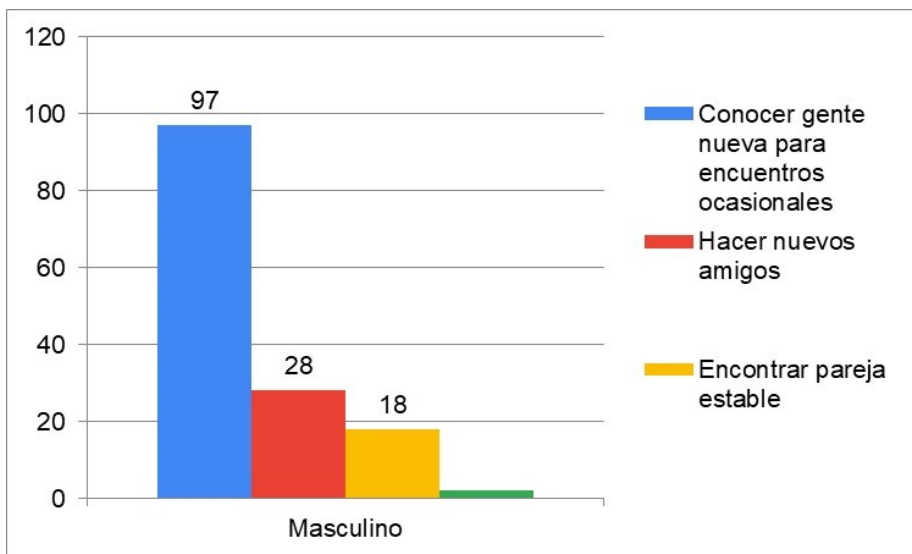
Tanto en las encuestas como en las entrevistas realizadas se obtiene que crear conexiones para encuentros casuales es la principal razón de uso de la app, seguida de un deseo de hacer amistades nuevas y en menor importancia el encontrar pareja estable.

Figura 4 Intencionalidad Femenina



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5 Intencionalidad Masculina



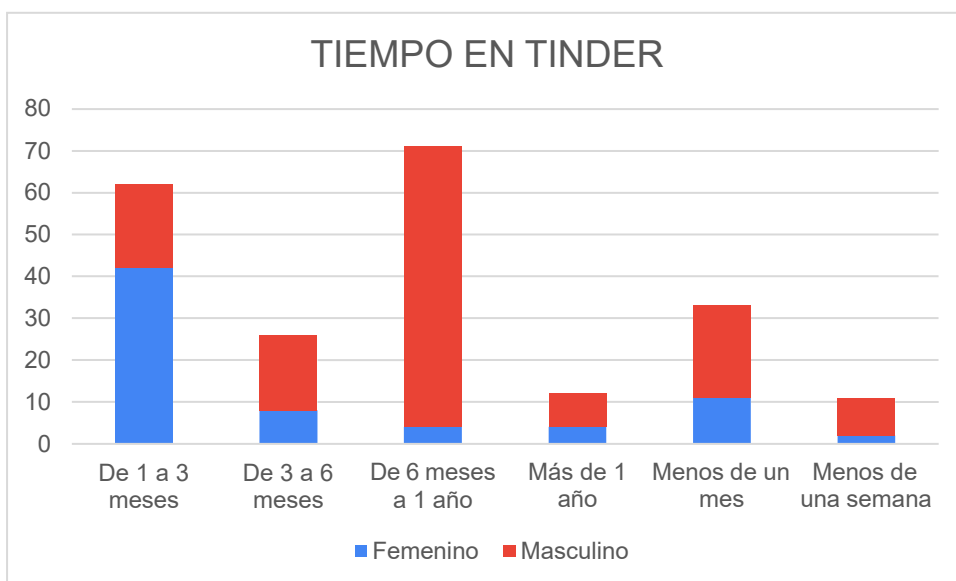
Fuente: Elaboración propia.

En este sentido Andrés indica “Me gusta conversar y conocer gente nueva, soy muy sociable, en la aplicación he podido conocer a algunas personas con las que he salido a conversar, y a tener uno que otro encuentro agradable” (N. Cisneros, comunicación personal, junio de 2022)

2.1 Hábitos de uso

Otro aspecto importante en estudio es el conocer los hábitos de uso de la aplicación, estos datos permiten reforzar los criterios sobre las cuales se construyen las relaciones efímeras en este espacio.

Figura 6 Tiempo en Tinder



Fuente: Elaboración propia.

En relación con el tiempo, los hombres llevan activos en la aplicación en un rango referencial de 6 meses a 1 año respecto de las mujeres quienes se encuentran en el promedio de 3 a 6 meses y utilizan a la aplicación de manera más intermitente.

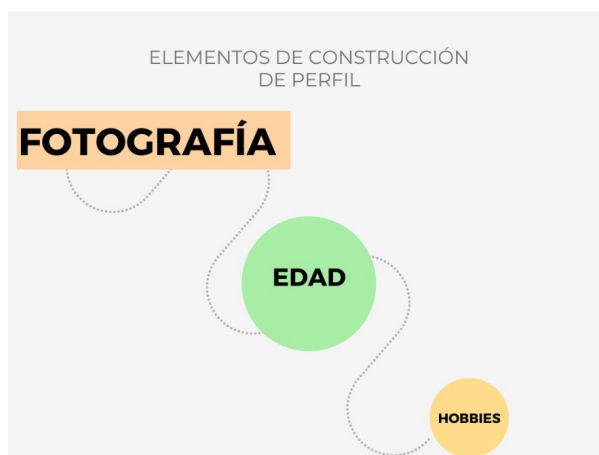
Carol confiesa que había momentos en que se cansaba de utilizar la aplicación y decidía eliminarla por un tiempo hasta que vuelva el interés. “Había ocasiones en las que ya me cansaba de estar viendo perfiles de extraños, así que desactivaba la aplicación y me concentraba en otras cosas, me enfocaba a mi círculo social de la vida real” (C. Chango, comunicación personal, junio de 2022).

Por el contrario, Byron menciona que tiene la aplicación activa desde hace más de un año, y la utiliza únicamente cuando tiene algo de tiempo o cuando se acuerda de abrirla “Nunca he cerrado mi cuenta en Tinder desde que la abrí, hay veces en las que no la abro por días, por falta de tiempo o porque simplemente no me acuerdo de abrirla” (B. Simbaña, comunicación personal, junio de 2022)

2.2 Perfiles, imagen y construcción del yo

En la recolección de datos se analizaron también algunos perfiles de las personas entrevistadas. La mayoría de los usuarios afirman no haber vinculado sus cuentas personales de Instagram o Spotify a Tinder, el 99% no cuenta con una descripción detallada en su perfil más los *hobbies* que por *default* se tienen que agregar al momento de su creación.

Figura 7 Elementos de construcción



Fuente: Elaboración propia.

Los datos de las encuestas tampoco varían ya que de componentes como: hobbies, rango de edades y gustos musicales, la fotografía es el elemento más representativo a la hora de elegir la construcción del perfil en Tinder según los encuestados.

La mayoría de entrevistados comparte máximo 4 de las 10 fotografías que permite colocar la plataforma. Sobre esto Byron indica “Únicamente pongo un par de fotos en las que yo considere que salgo bien, no me gusta añadir mucha información sobre mi” (B. Simbaña, comunicación personal, junio de 2022). Por su parte Carol Chango tiene en su perfil 4 fotos, todas en primer y primerísimo primer plano, con la intención de destacar su rostro. “En mi perfil tengo 4 fotos, en todas se aprecia más mi cara, con respecto a la descripción, no la considero tan importante, siento que la foto es lo que más interesa” (C. Chango, comunicación personal, junio de 2022). Complementando Antonio asegura ser una persona que trata de evidenciar en sus fotografías elementos que transmitan significados como el ejercicio, piensa que las redes son una plataforma de representación personal que brinda la oportunidad de mostrar lo mejor y lo peor de las personas. “Me gusta compartir contenido de mi cuerpo, me siento bien haciéndolo, porque me dedico a ejercitarme y es una manera de mostrar mi progreso” (A. Rivera, comunicación personal, junio de 2022).

La construcción erótica del yo se presenta en las fotografías publicadas en Tinder bajo la categoría *Self presentation* que menciona “Cada participante selecciona lo que va a exponer y ocultar respecto de sí mismo. Por lo tanto, cada persona tiende a exponer los aspectos considerados positivos en relación con su forma de ser, pensar y sentir” (Marra e Rosa et al, 2016, p.1), se puede destacar que los usuarios tienden a mostrar atributos de personalidad que acicalan su auto representación, ocultando los aspectos que podrían considerar negativos de sí mismos.

En el mismo sentido, tanto para las personas encuestadas como para las entrevistadas, un perfil que contiene fotografías interesantes, que cuenten una historia, hace que incremente su interés como también la posibilidad de dar un “like”.

En este sentido, Luis de 31 años, señala que la fotografía es de los componentes que más deben destacar en su perfil de Tinder, pues considera que esta es una forma de obtener más *matches* o *likes*. “Generalmente publico fotografías que llamen la atención, algo que sienta que pueda ser interesante” (D. Muñoz, comunicación personal, junio de 2022).

Para Lizeth usuario de Tinder, esta construcción emerge desde que el mundo digital se ha transformado y ha permitido un sinfín de posibilidades de interconexión entre las personas:

En las redes sociales, todos tratamos de mostrar lo mejor de nuestras vidas para llamar de alguna forma la atención, a pesar de que lo que compartimos y publicamos no sea del todo cierto, a veces las fotos no corresponden a la realidad. (L. Ampudia, comunicación personal, junio de 2022)

Una explicación frente a este tipo de comportamiento o hábitos de construcción del yo en espacios digitales es para el especialista PhD. Edgar Vega, una herencia histórica respecto a las formas de comunicarse que ha trascendido con el avance del tiempo y la innovación tecnológica, alterando las relaciones espacio temporales pero que buscan sostener y consolidar aquellos lazos afectivos que representan al individuo desde siempre. En estos nuevos espacios de interacción se permiten diversas formas de expresarse y de concebirse ante el mundo, el usuario de la web actúa como dueño y creador de su imagen, así como de la historia que pretende contar.

“Lo que se reproduce en el espacio virtual, es el despliegue de la ilusión, se construye, se presenta y se expone en el perfil, es un componente para atizar la fantasía; en un mundo en donde todo fenece inmediatamente, lo que queda es la fantasía.” (E. Vega, comunicación personal, junio de 2022).

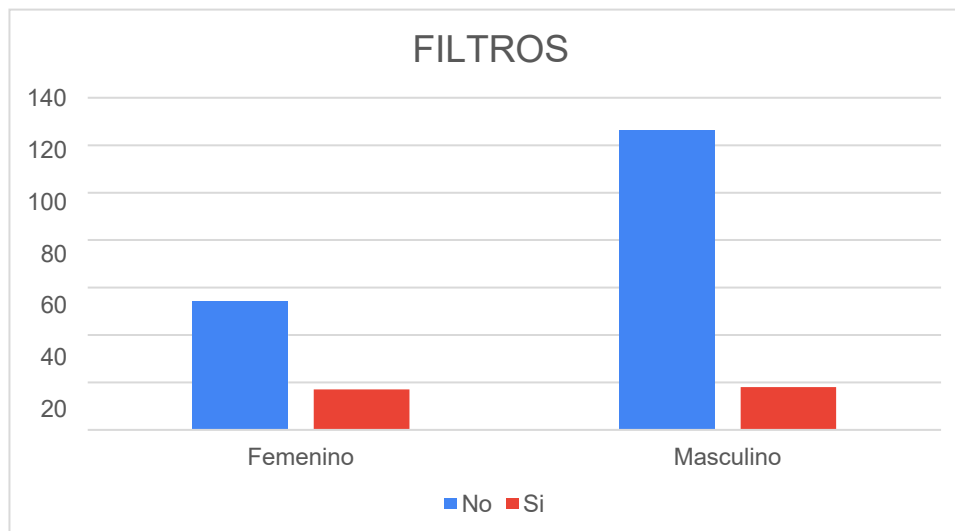
3. Los filtros fotográficos

Como se ha señalado la fotografía juega un importante rol discursivo, transmitiendo información que puede prestarse para varias interpretaciones, mismas que pueden llegar a ser verdaderas, falsas o simplemente realidades a medias.

Pese que la herramienta no tiene una opción de edición fotográfica como otras redes sociales como Facebook e Instagram, los usuarios de Tinder señalan que editan las fotografías que se publican.

En relación con los datos que arroja la encuesta, el 16,3% de los encuestados admite que las fotos publicadas en sus perfiles tienen filtros.

Figura 8 Filtros



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, se concluye que el 8% de las mujeres admiten utilizar filtros en sus fotografías, respecto al 8,3% de los hombres.

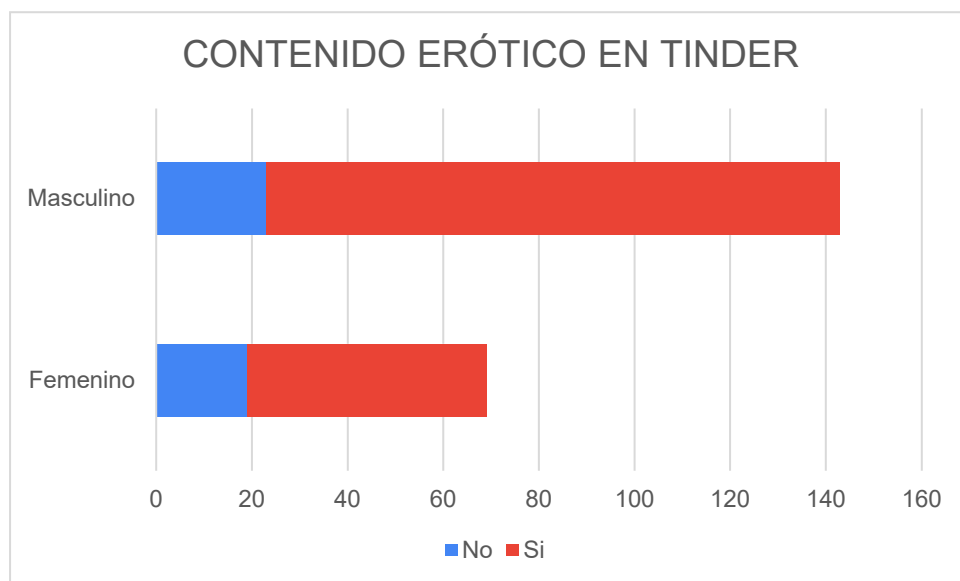
Franklin (2022), parte de las personas entrevistadas en este estudio, alude que uno de los componentes más importantes a la hora de conocer personas en Tinder es la fotografía, sin embargo, por la utilización de filtros se construye una imagen poco real de las personas ----

Siempre me fijo en que las fotos se vean lo más naturales posibles, ahora con los filtros es fácil engañar, la mayoría de las experiencias que he tenido han resultado bien pero también tuve un par de situaciones incómodas por el mismo tema (F. Zura, comunicación personal, junio de 2022).

3.1 Discurso y Capital erótico

El contenido sensual, llamativo, provocador que recurre al uso de otros elementos de tipo recreativo como viajes realizados, visitas a lugares de distracción, hobbies, etc., destaca a través de las fotografías que conforman el perfil de usuario.

Figura 9 Contenido Erótico



Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra que un 77,62% de los encuestados consideran que Tinder es una aplicación en donde se promueve contenido erótico.

Las entrevistas a diferentes hombres usuarios de la aplicación, manifiestan que existe mayor atracción por aquellos perfiles en donde se exhiba más la piel, el 82% de los entrevistados varones, admiten dar preferencia a esos perfiles.

Byron al respecto menciona “Siendo sincero, siempre doy *like* a los perfiles donde la chica se muestre en traje de baño o con ropa provocativa, es más creo que la mayoría de hombres lo hacemos” (B. Simbaña, comunicación personal, junio de 2022), en este sentido uno de los hallazgos más relevantes en torno a este tema se relaciona con el hecho de que para el 67,4% de encuestados, un perfil que se destaque por su contenido erótico y sensual genera más atracción para llegar a un vínculo efímero mas no como una posibilidad de entablar algo más allá de lo casual. Martín comenta “Cuando veo que las fotos son bastante explícitas, obviamente daría *like*, pero si llegamos a concretar algo, lo tomaría como algo únicamente fugaz y sin compromisos” (M. Reyes, comunicación personal, junio de 2022).

Paola de 26 años indica que se encuentra activa dentro de la app desde hace 9 meses, menciona que entre los factores que incidieron a que decida abrirse una cuenta en Tinder fue el aburrimiento, considera importante compartir imágenes que hablen por si solas

En mi caso únicamente estoy buscando pasar el rato, no espero nada serio, terminé una relación hace unos meses y no me siento lista para conocer a alguien en otro plan que no sea sexual o de diversión (P. Alarcón, comunicación personal, junio de 2022).

3.2 Primer contacto

En relación con la primera interacción posterior al “*match*” la muestra evidencia que los hombres son los que toman la iniciativa de empezar con la conversación. Otro de los elementos importantes además de la fotografía es el discurso que se maneja después de ese primer contacto virtual.

Byron menciona que él siempre toma la determinación de iniciar una conversación en la aplicación “usualmente empiezo yo, he notado que el hacer preguntas abiertas me ha dado más oportunidades de seguir con la conversación y que no se torne aburrida”. (B. Simbaña, comunicación personal, junio de 2022).

Por el contrario, Lizzeth al hacer “*match*” con alguien siempre espera a que la otra persona tome la iniciativa, ya que asegura ser una buena estrategia para no parecer desesperada o impaciente. (L. Ampudia, comunicación personal, junio de 2022).

Carol Chango sostiene que dentro de la *app* el ingenio y el interés es lo que hace que se pueda concretar una cita en persona

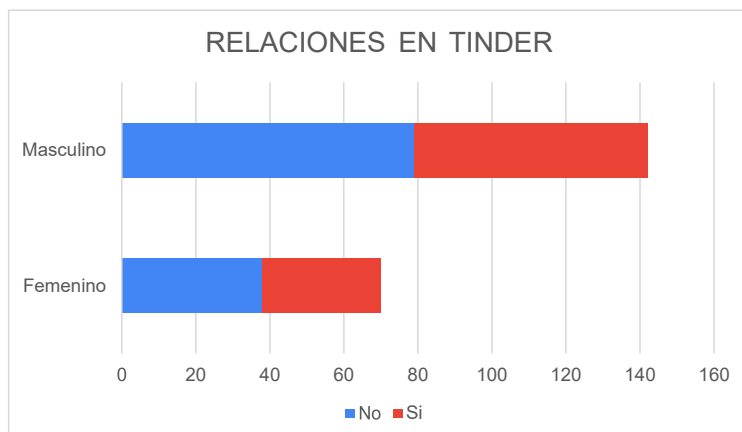
Tinder puede ser una plataforma y una buena herramienta para iniciar interacción, pero definitivamente las fotografías y la narrativa que pueda generar el otro usuario a la hora de interactuar en la *app*, es lo que finalmente hace que el interés se mantenga y talvez posteriormente concretar una cita en persona, aunque vaya a ser algo casual. (C. Chango, comunicación personal, junio de 2022).

El 50% de los entrevistados aseguraron haber tenido una experiencia sexual con alguien de la aplicación en su primera cita, y posterior a ese primer encuentro decidieron darse la oportunidad de seguirse conociendo.

En el caso de Esteban Veloz que conoció a su expareja a través de la aplicación y con quién mantuvo encuentros casuales desde su primera cita, manifestó que en principio ninguno de los dos quería algo serio, pero en sus siguientes encuentros se comenzaron a conocer y poco a poco empezaron a salir, hasta que terminaron en una relación amorosa que no duró más de 3 meses.

En tanto que el 43,98% de los encuestados señalan haber empezado una relación gracias a Tinder.

Figura 10 Relaciones en Tinder



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de este porcentaje, las relaciones más duraderas son de 1 a 3 meses como máximo, según la información proporcionada por los entrevistados, entre las razones más importantes destacan la desconfianza y la pérdida de interés.

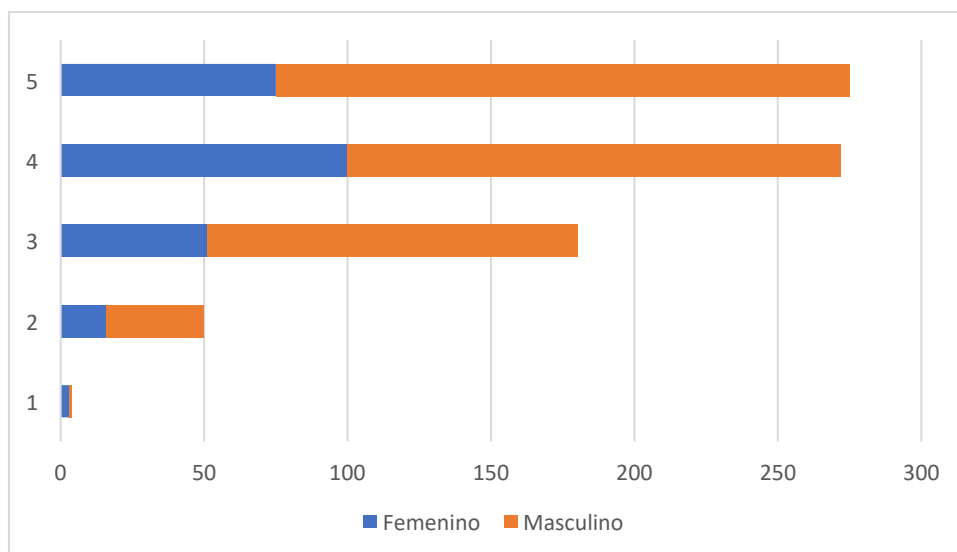
Tabla 2 Duración de relación en Tinder

Duración de una relación iniciada Tinder	Cantidad ambos sexos
<i>De 1 a 3 meses</i>	41
<i>De 3 a 6 meses</i>	24
<i>De 6 meses a 1 año</i>	8
<i>Más de 1 año</i>	7
<i>Menos de un mes</i>	13
<i>No responde</i>	2

Para Daniela Díaz la aplicación resulta algo adictiva pues cuando termina alguna relación corta, procede a descargarse la *app* al poco tiempo. “Al principio trato de desconectarme de todo, y pienso en darme tiempo de calidad para dedicarme únicamente a mi persona, pero en ese proceso siempre termino abriendo de nuevo la aplicación para distraerme” (D. Díaz, comunicación personal, junio de 2022).

3.3 Satisfacción con la aplicación

Figura 11 Satisfacción con la aplicación



Fuente: Elaboración propia.

En donde el 12,80% de las mujeres en una escala del 1 al 5, califican a la aplicación como 4/5, en el caso de los hombres la satisfacción con la aplicación es del 9,21% que también se encuentra dentro de 4/5, en este sentido se deduce que tanto hombres y mujeres se encuentran satisfechos con el uso de la aplicación.

Conclusiones

Tinder es una de las aplicaciones más representativas en el mundo de las citas virtuales, tanto por la simplicidad y la eficacia que proporciona la interfaz a los usuarios, como por la posibilidad de crear vínculos socioafectivos sobre motivaciones que en su mayoría corresponden y pretenden satisfacer encuentros efímeros e instantáneos.

Según los datos expuestos en esta investigación se puede concluir que los hábitos relacionados con el comportamiento de los usuarios de la plataforma Tinder se relacionan principalmente con la intencionalidad de su uso, la observación en la app y los discursos comunicativos que emergen en las interacciones que se dan a partir de la visualización fotográfica entre usuarios.

El análisis de este artículo concluye que la fotografía resulta ser el elemento más importante para los usuarios activos en la red de Tinder, no solo porque es el elemento común a todos los perfiles sino por lo que ella comunica, la imagen y su discurso se llevan el protagonismo, la foto y la descripción en la aplicación permiten comercializar aquellos perfiles de quienes buscan crear una conexión amistosa, amorosa y/o sexual, como si se tratase de un producto que se pretende vender: el mostrar elementos que destaquen atraerá a más interesados a poder consumirlos.

Los discursos comunicativos que se emplean en la *app*, sobre todo cuando se trata de concretar citas virtuales, a diferencia de las personales, requieren un mayor nivel de atracción fotográfica porque las decisiones en estas plataformas tienden a ser superficiales y en cuestión de segundos. En primer momento, los usuarios que interactúan y se muestran en redes sociales con la intención de conocer a otros, exhiben de la mejor forma, su vida a través de fotografías que revelan o destacan por su contenido, muchas veces sexualizado, con la intención de captar la atención del observador. Las fotografías compartidas son tan importantes como decisivas a la hora de presentarse.

Dada la importancia de las fotografías y de acuerdo al estudio realizado, las fotografías deben ser llamativas, reales, sin filtros, ya que eso conforma un perfil de Tinder más atractivo, seguido del discurso de seducción que juega un papel igual de valioso pues una conversación atractiva conlleva a que el proceso de interacción fluya hasta encontrar el desenlace esperado, que implica finalmente el encuentro personal, sin embargo no todas las interacciones concluyen en una relación a largo plazo, sino fortalece la construcción de relaciones efímeras.

En la aplicación objeto de estudio, se ha logrado determinar que los discursos de atracción que emergen en el plano virtual son el resultado de una nueva era que se encuentra sujeta al cambio cultural - digital y sus normas. Tinder resulta ser una buena posibilidad para iniciar un nuevo espacio de comunicación en torno a las relaciones sociales inmersas en el escenario de la virtualidad, no obstante aquellas facilidades de interacción, no van a dejar de lado al contacto personal, ese que hace del ser humano, un ser social y sobre todo real, ya que en ese encuentro en vivo, fuera de las redes, intervienen otros elementos a destacar como el lenguaje no verbal (la mirada, los gestos, las expresiones al hablar), pues representan un contacto más íntimo, personal y real.

Cuando el usuario ha logrado atravesar con éxito aquel proceso de interacción virtual entonces se da un encuentro personal que es otro de los momentos importantes, ya que no existen descripciones, filtros, formas de redactar; es el usuario en su versión real y humana. En este anhelo de conocer al otro, 167 usuarios señalan haber tenido más de una primera cita a partir del *match* realizado anteriormente.

En lo que respecta al mundo de las citas a través de la web, el capital erótico constituye una nueva forma de auto representación como también de relación con el entorno virtual, la imagen vista como un elemento de distinción y representación permite en el usuario la posibilidad de comercializar su imagen, construir y deconstruir su personalidad tanto como desee.

En este sentido, muchas de las relaciones llegaron a concretar encuentros casuales en las primeras citas personales fuera de la app, otras que decidieron trascender de lo casual y se permitieron iniciar con una relación de pareja duraron un promedio de máximo 3 meses, entre los motivos más importantes se encuentran la desconfianza y desinterés, es aquí donde el presente estudio determina que las relaciones que surgen de una aplicación que se construye con elementos en donde interviene principalmente el erotismo a través de las fotografías sexualizadas y el discurso de seducción que las acompaña genera en los usuarios una manera de apropiación y consumo efímero y fugaz en una era en donde el compromiso y la responsabilidad afectiva se desvanecen.

La tecnología y las redes sociales como herramienta imprescindible en la vida actual de la sociedad de este siglo ha transformado considerablemente la forma en la que se concibe al mundo y sus prácticas comunicativas cada vez más fáciles, veloces y desvinculadas de aquella

esencia misma del ser humano, adaptándose a los cambios constantes que no solo permiten que las relaciones sean más rápidas y concretas sino también banales y superficiales.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, M (2016) Los millennials: *la generación de las redes sociales*
[http://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2524/3.%20ec%20-%20mtra.%20marisol%20aguilar%20mier%20\(12-10-2016\).pdf?sequence=1](http://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2524/3.%20ec%20-%20mtra.%20marisol%20aguilar%20mier%20(12-10-2016).pdf?sequence=1)
- Bauman, Z (2003) Amor líquido: *Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*
<https://templodeeros.files.wordpress.com/2017/01/amor-liquido-zygmunt-bauman.pdf>
- Bataille, G (2003) El erotismo: *Una lectura con George Bataille*
<http://www.cartapsi.org/new/el-erotismo-una-lectura-con-georges-bataille/>
- Bonavitta, P (2015) El amor en los tiempos de Tinder
<http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v10n19/v10n19a9.pdf>
- Briones, G (2002) Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales.
<https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf>
- Candale, C (2017) Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. *La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram.*
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Castells, M (2002) La dimensión cultural de Internet
<https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Celaya, J. (2011) La empresa en la web 2.0
<https://www.redalyc.org/pdf/391/39118564013.pdf>
- Cornejo, M & Tapia, M. (2011) Redes sociales y relaciones interpersonales en internet
<https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., Varela, M. (2013) La entrevista, recurso flexible y dinámico.
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Doncel, F., Morales, F (2014). Seducción en Tinder: *Una nueva práctica comunicativa.*
https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_86.html

Fernández, D. (2017) Entendiendo las relaciones de pareja en la era de Tinder: *análisis cualitativo y propuestas educativas*.

<https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/43210>

Galindo, C. (1998) Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad: *hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales*. Editorial Época.

<https://www.redalyc.org/pdf/316/31600702.pdf>

García Canclini, N. (19 de septiembre de 2019). “*La cultura digital cambia la lectura y los modos de estudiarla*”. Hipermediaciones; Hipermediaciones.

<https://hipermediaciones.com/2019/09/19/entrevista-a-nestor-garcia-canclini-la-cultura-digital-cambia-la-lectura-y-los-modos-de-estudiarla/>

García, D., Hernández, J., Salesanky, A., Brito, J., Sánchez, T. (2005) Cibercultura: *adaptación y psicopatología*.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352006000200006#:~:text=Entendemos%20por%20cultura%20%22aquella%20que,y%20actividades%20del%20ser%20humano.

Gergen, K. (2006) Kenneth Gergen Construcción social: *Aportes para el debate y la práctica*.

https://www.taosinstitute.net/images/PublicationsFreeBooks/Gergen_construccionismo_social.pdf

Gómez, E. (2007) Introducción a la antropología social y cultural

https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf

Gómez, J. (2014) Uso de redes sociales virtuales en jóvenes universitarios.

https://www.uv.mx/mev/files/2014/10/Proyecto_castillos_sep2014.pdf

González, J. (2017). La fotografía en las redes sociales.

<https://docplayer.es/39102492-La-fotografia-en-las-redes-sociales.html>

Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N. (2020) Metodologías de investigación educativa descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591592>

Han, B (2020) La desaparición de los rituales

<https://www.aibr.org/antropologia/netesp/numeros/1602/160210.pdf>

Han, B (2014) La agonía del eros

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-70262016000200018

Hakim, C (2019) Capital erótico

<https://www.megustaleerenespanol.com/libros/capital-erotico/MES-030082/fragmento>

Herrera, C. (2012). *La construcción cultural del amor romántico*.

<https://haikita.blogspot.com/2012/02/la-construccion-sociocultural-del-amor.html>

Linne, J., & Fernández Lopes, P. (2019). En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socioafectivas de jóvenes en torno a Tinder.

<https://doi.org/10.4067/s0718-22362019000100096>

Martínez, R., Palma, A., & Velásquez, A. (2020). Revolución Tecnológica e inclusión social: *Reflexiones sobre desafíos y oportunidades para la política social en América latina*.

<https://es.slideshare.net/eraser/revolucion-tecnologica-e-inclusion-social-reflexiones-sobre-desafos-y-oportunidades-para-la-politica-social-en-americalatina>

Marra e Rosa, G., Rodrigues dos Santos, B., Stengel, M., & Freitas, M. (2016). Estetización del self en redes sociales: *contradicciones humanas y producción subjetiva contemporánea*. *Revista de Psicología*

<https://doi.org/10.18800/psico.201602.004>

Marroquín, R. (2012). Metodología de la investigación.

http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf

Moreno, M. (2015). Cómo triunfar en las redes sociales: *Consejos prácticos y técnicas para conseguir todo lo que te propongas en internet y sacarle más partido a tus redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn*.

https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/31/30170_Triunfar_en_las_redes_sociales.pdf

Navarro, P. (2018). Redes sociales y vínculos afectivos. *El amor en los tiempos de Tinder*.

<https://cccd.victorsampedro.com/wp-content/uploads/sites/2/2018/01/Navarro-D-az-Patricia-TFM.pdf>

- Otzen, T., Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
- Rizo, M (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199018964005>
- Ruíz, M., Borboa, M., Rodríguez, J (2013). El enfoque mixto de la investigación en los estudios fiscales.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7325416>
- Rueda, J (2007). La tecnología en la sociedad del siglo XXI: *Albores de una nueva revolución industrial*.
<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950225001.pdf>
- Tylor, E (1993). La ciencia de la cultura
<https://naturalezaculturaypoder.files.wordpress.com/2014/01/tylor-1993.pdf>
- Turkle, S. (1997) La vida en la pantalla. *La construcción de la identidad en la era de internet*.
<https://www.icesi.edu.co/blogs/identidadesavatar/files/2010/01/No.-12-La-Vida-en-la-Pantalla-Turkle.pdf>
- Van Dijk, T. (1999) El análisis crítico del discurso.
<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20lisis%20cr%20EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Vega, C. (2012) Identidad y redes sociales.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5652791>
- Velásquez, E. (2020). El amor líquido en las relaciones de pareja: *hacia la utopía viable de la alegría del amor*
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-12632020000200078

ANEXOS

Formato encuesta y entrevista semiestructurada

- 1) Sexo
- 2) Rango de edad
- 3) Situación sentimental
- 4) ¿Qué elementos consideras importantes a la hora de construir tu perfil en Tinder?
- 5) ¿Qué elementos consideras importantes a la hora de dar *like* a otro perfil en Tinder?
- 6) ¿Las fotografías compartidas en Tinder son con filtros o están editadas?
- 7) ¿Qué tipo de contenido se pretende compartir en la aplicación?
- 8) Al instalar la aplicación, ¿Cuál era su intención?
- 9) ¿Durante cuánto tiempo ha utilizado Tinder?
- 10) ¿Con qué frecuencia utilizas Tinder?
- 11) ¿Considera que Tinder es una aplicación en donde se promueve contenido erótico?
- 12) ¿Cuántas primeras citas ha tenido a través de Tinder?
- 13) ¿Cómo fue su primera experiencia al conocer a alguien de Tinder en persona?, ¿Cumplió sus expectativas?
- 14) ¿Ha empezado alguna relación gracias a Tinder?
- 15) Si la respuesta fue afirmativa, ¿Cuál fue el promedio de duración?
- 16) ¿Los perfiles encontrados en Tinder se corresponden con la realidad?
- 17) En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy poco satisfecha/o y 5 es muy satisfecha/o, ¿cuál es tu grado de satisfacción con la aplicación?

Transcripción entrevista PhD. Edgar Vega (Universidad Andina Simón Bolívar)

(00:01)

Buenas tardes, nos encontramos ahorita con Edgar Vega, gracias por su tiempo, cuénteme un un poquito sobre sobre su profesión, a que se dedica? Hola Alejandro, mucho gusto, bueno, yo soy coordinador académico de la Maestría en Género y Comunicación y de la UNESCO en Estudios de Recepción Mediática. Soy doctor en Teoría de la Literatura y Literatura comparada por la Universidad Autónoma de Barcelona, Máster en Comunicación y Periodismo. Tengo una diplomatura también en Periodismo e hice la carrera en Periodismo, la Licenciatura en Periodismo.

(00:38)

- Actualmente, cuál es su rango? Bueno, a qué se está dedicando actualmente en este momento?

Coordino la Maestría en Género y Comunicación, que es la que está en vigencia en este momento y estamos en todo el estado de las postulaciones, etcétera

-toda una trayectoria. Bueno, como le comentaba yo estoy haciendo mi plan de titulación mi tema se llama discursos eróticos y sus prácticas comunicativas en la red social de Tinder.

El objetivo, como le comentaba, es determinar los discursos de las relaciones afectivas a partir del hallazgo de elementos del lenguaje fotográfico que se pueden encontrar en Tinder. Y bueno, vamos a iniciar con las preguntas ¿qué factores pueden influir para que una persona decida abrirse una cuenta en una aplicación de ligue como Tinder? Dale a ver, Alejandro, muchas veces y sobre estimamos el rango de la novedad de una red social y parece que es necesaria una mirada histórica y reconocer que lo que Tinder hace es si quieres alterar las relaciones espaciotemporales de las formas de relación permanentes que han existido justamente en búsqueda de sostener, consolidar y lograr lazos afectivos.

(02:19)

Y te digo, por ejemplo, la comunicación postal o ha habido históricamente siempre iniciativas para, a través de periódicos y de revistas, congrega a gente para que se encuentre, si quieres. El caso más emblemático antes de que las redes sociales sean las que son ahora respecto a este tema, es en el entorno europeo cuando gran cantidad de parejas convenían encontrar parejas no a través de cartas, a través de agencias. Siguen habiendo agencias para contactar a parejas de distinta extracción social para formar una buena relación, siempre dentro del esquema del amor romántico, quizá. La distinción es que justamente. El ideal de amor romántico es el que menos urge. Ahora no te digo que no esté presente en la necesidad de sexo afectiva, como tú señalas,

pero cada vez menos, porque creo que hay que hacer una profunda distinción etaria y una profunda distinción por género sobre quienes están activándose en la red Tinder.

[\(04:31\)](#)

Entonces, si tu pregunta es que y que motiva a la gente a utilizar este recurso? Yo te digo la misma búsqueda sexo afectiva que las personas tienden a lo largo de la historia, solo que la novedad actual es que las redes cada vez más facilitan esas posibilidades de encuentros.

[\(05:00\)](#)

Hoy en día la instantaneidad es algo muy recurrente encontrarte, tener relaciones y se acabó, aunque no hay que dejar de lado el hecho de que también existen grupos de mujeres, que aún buscan la recreación del hogar, del amor romántico, y hay hombres que buscan mujeres que también van por lo mismo, pero siempre en los términos de la diferencia de género.

-Bueno ya partiendo la siguiente pregunta que con qué intenciones? Muy aparte de que sabemos que son públicos diversos, que tal vez algunos sí tengan el ideal todavía guardado del ideal romántico, pero que, como usted mismo lo mencionó, vivimos en una época tal vez de la inmediatez que se nos ha generado ahorita, que nos ha proporcionado el avance tecnológico. Pero ya la gente que ingresa este tipo de aplicaciones porque sabemos que es una relación completamente diferente a tener una relación o conocerte con alguien de manera personal, o sea cara a cara o por cualquier circunstancia que ingresar ya con la predisposición de conocer a alguien por una aplicación.

[\(06:30\)](#)

Yo creo que ahí estaríamos hablando como de la inmediatez que usted estaría que nos estaba comentado. Pero te repregunto Alejandro, qué has encontrado tú? Qué públicos has logrado dividir? Cómo has hecho la clasificación? La clasificación con tres grupos, de 25 a 35, de 35 a 45 y de 45 en adelante, público heterosexual de Ecuador.

lo que me he encontrado en el camino con la gente que he hecho las entrevistas, la mayoría está de acuerdo con que es una red inmediata en la que generalmente lo que buscan son encuentros casuales, fugaces, líquidos. Entonces a eso iba con esto, porque ahorita consideraría usted que los usuarios que entran generalmente este tipo de aplicaciones buscarían una relación a corto, mediano y largo plazo. Yo creo que eso, eso no es lo que importa. Y yo creo que lo que importa es la calidad del encuentro. No, porque la extensión de la relación ya ha dejado de tener cierta reputación, por llamarlo así. Es cierto. Tú eres muy joven y muy probablemente estés también permeado por los tiempos cortos de las relaciones, sobre todo la relación epistolar suponía tiempos más extendidos y tiempos e incluso de mayor compromiso, porque, entre otras cosas, el

viaje físico de las cartas hacía esto cierto? Yo lo que creo es que lo que. Va importando y que de alguna manera reproducen ese tipo de relaciones.

[\(09:49\)](#)

En este tipo de búsquedas es primero el despliegue de la fantasía. Tú construyes una fantasía. Lo que se reproduce en el espacio virtual, es el despliegue de la ilusión, se construye, se presenta y se expone en el perfil, es un componente para atizar la fantasía; en un mundo en donde todo fenece inmediatamente, lo que queda es la fantasía, con quién fantaseas, cómo lo fantaseas, y lo que se juega través de esa fantasía es el deseo de realidad, es decir que quieres ser tú y que quieres ser tú a través de la otra persona y creo que en las actuales circunstancias eso se intensifica porque si la relación epistolar creaba lapsos de tiempos extendidos, entre un encuentro y otro encuentro, entre una hora y otra hora tú puedes fantasear con quien crees que se presenta ante ti para satisfacer tus particulares deseos, y esa satisfacción tiene estrecha relación con el rol que pretende el usuario tener, se presentan de manera más acusada otras formas de experimentación sexo afectiva, desde el sadomasoquismo, etc. De esta forma las construcciones que se van dando en este tipo de redes sociales resultan ser vanales y superficiales, comenzando con la foto no? Que es un elemento importantísimo para destacar y producir un significado importante.

Considera que este tipo de redes sociales, bueno específicamente Tinder es una plataforma donde se promueve contenido sexual? Totalmente, mira en el lenguaje visual, occidente es profundamente voyerista, no solo en este tema de las redes sociales, el régimen de visión de occidente es voyerista, fetichista, esópico, y estas prácticas lo que hacen es asentarse sobre ese régimen, entonces en la perspectiva de la construcción de ese yo, las redes, así como el espacio epistolar de hace 70 años, jugaban con mostrar el cuerpo. Lo que permiten las plataformas de hoy en día es que puedas exhibirte de una manera más rápida e instantánea.

