



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Trabajo Final de Grado

Pre-proyecto de investigación: Estudio de motivaciones para el uso de las dating apps por parte de mujeres jóvenes montevidéanas

Ana Machado CI. 5.554.771-2

Tutora: Asist. Mag. Sabrina Rossi Rodriguez

Revisor: Prof. Adj. Dr. Pablo López Gómez

Facultad de Psicología, Universidad de la República

2022 – Montevideo, Uruguay

Tabla de contenidos

Fundamentación.....	3
Antecedentes.....	6
Marco teórico.....	11
Las tecnologías de la información y la comunicación	11
Perspectiva de género y diversidad sexual.....	13
Problema y preguntas de investigación	15
Objetivo general y objetivos específicos	17
Metodología.....	17
Consideraciones éticas.....	20
Cronograma general de ejecución	21
Resultados esperados.....	21
Bibliografía.....	22

Resumen

El presente proyecto de investigación abordará el fenómeno del uso de las dating apps en las mujeres jóvenes montevidéanas con edades comprendidas entre 18 y 29 años. Se busca generar conocimiento sobre las motivaciones de estas mujeres para su uso ya que en Uruguay hay escasa investigación sobre el uso de las dating apps, pero hay estudios disponibles (Better et al., 2016; Radar, 2020) que muestran un aumento en su utilización y que son una de las principales formas en las que se establecen nuevos vínculos. Para dar cuenta de este fenómeno se realizará un estudio cualitativo desde una perspectiva de género utilizando las técnicas de entrevista y grupos de discusión. Se espera generar conocimiento sobre el uso tomando en cuenta la edad, nivel socioeducativo, orientación sexual y situación sentimental.

Palabras clave: dating apps, mujeres, TICs, sexualidad.

Fundamentación

Actualmente la tecnología informática y la conectividad forman parte de las configuraciones sociales, rigiendo relaciones de poder/saber (Angeriz et al., 2011). La tecnología informática atraviesa todas las áreas, incluida la sexualidad, por lo que podemos entender el uso de dating apps como uno de los puntos de confluencia entre la tecnología y la sexualidad.

De acuerdo al Grupo Radar (2020), el 93% de los uruguayos son usuarios de internet y solo el 2% de ellos no se conectó en las últimas 24 horas. El uso del internet se hizo más frecuente, ya que el año anterior el 10% de los usuarios había reportado no haberse conectado en las últimas 24 horas. El tiempo promedio diario de uso de internet es de 5.6 horas, siendo el chat, videos y redes sociales los más importantes usos del mismo. El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, o TICs, se ha vuelto fundamental en la vida de los uruguayos.

Las diferencias existentes en el uso de internet entre los diversos niveles socioeconómicos se redujeron en los últimos años. En el 2013, había una penetración de internet de por encima del 90% entre los niveles socioeconómicos altos, mientras los

bajos en 46%. En el 2020, sin embargo, fue de 99% y 90% correspondientemente, habiendo la brecha digital reducido de 46 a 9 puntos. (Grupo Radar, 2020). En lo que refiere a brechas de género, no se observan diferencias significativas en el uso de internet ni en la frecuencia del mismo (INE, 2019).

De acuerdo al INE (2019), los adultos entre 20 y 49 años son los que utilizan diariamente en mayor medida todos los dispositivos para conectarse a internet, y son los jóvenes adultos de 20 a 34 años quienes más se conectan estando en movimiento.

El uso de las dating apps está extendido por todo el mundo, y Uruguay no es la excepción. Según Grupo Radar (2020), más de 130.000 uruguayos tienen una cuenta en alguna dating app.

De acuerdo con los datos que obtuvo el Grupo Radar para ORT (2018) en un estudio motivado por un proyecto de investigación cualitativo de Better et al. (2016), sobre 1.200 personas encuestadas, casi ocho de cada diez personas que viven en Montevideo y tienen entre 18 y 35 años usaron una plataforma o aplicación de citas. Los principales usuarios son varones, ya que el 86% ha utilizado alguna app. En el caso de las mujeres, el porcentaje desciende a 72%.

Fue en 1994 cuando Match.com se registró como el primer sitio web de citas, y mucho ha cambiado desde ese entonces (Ranzini et al., 2016). Los sitios web evolucionaron en aplicaciones de citas o dating apps, llegando a los usuarios en el espacio privado de sus teléfonos inteligentes y permitiéndoles mantener interacciones en tiempo real con otros. La aparición de aplicaciones LBRTD (Location Based-Real-Time-Dating o Citas en tiempo real basadas en la ubicación en español) como Tinder, Happn o Grindr, entre otras, ha mejorado este mecanismo, empleando la distancia entre usuarios como una de las variables en base a la cual otras personas se pueden encontrar. (Ranzini et al., 2016). Una vez que los usuarios establecen sus datos demográficos de interés, el algoritmo es capaz de identificar contactos potenciales. Esto representa un incentivo para que los usuarios se reúnan cara a cara (Ranzini et al., 2016).

Las personas se presentan a sí mismas en las dating apps con un nombre, con fotos y una breve descripción. La finalidad es que en base a esas fotos y el texto, el resto

“aprueben” o “desaprueben” al usuario. Las personas recurren a las dating apps (aplicaciones de encuentros o de citas) con diversos fines.

Las dating apps están siendo desarrolladas para ser utilizadas en teléfonos móviles inteligentes (smartphones) y son un subsector muy importante de la floreciente "economía de las aplicaciones" (Goldsmith, 2014). En Uruguay, para el 82% de la población usuaria de internet, el celular es el dispositivo más usado (Grupo Radar, 2020).

Es Tinder la dating app que más utilizan los uruguayos, elegida por el 62 %, seguida por Badoo con un 15 % del total. En la lista también se encuentra Grindr, aplicación con principal foco en encuentros entre varones, con 8 %, y le sigue Happn con 7%. (ORT, 2018). De acuerdo a lo reportado por el mismo estudio, los usuarios de dating apps en Uruguay suelen ser jóvenes de entre 18 y 35 años, de nivel educativo medio-alto y, habitualmente, estudiantes universitarios o ya profesionales (ORT, 2018). Tinder afirmó en un comunicado público que más de la mitad de todos sus miembros son jóvenes adultos de 18 a 25 años (Tinder, 2021).

En Uruguay, en la ley de creación del INJU por el artículo 331 de la Ley N° 16.170, se establece que las personas jóvenes son aquellas que tienen entre 14 y 29 años. Ya que se desea estudiar a la población adulta joven, se ha escogido la franja etaria de los 18 a los 29 años para el presente proyecto.

Es escasa la bibliografía disponible que se centra en el uso de las dating apps por parte de las mujeres. Es necesario generar nuevos conocimientos que permitan explicar y entender las vivencias de las mujeres.

Tal como afirma Bozón (2004), citado por López y Pascoll (2019), la comunidad científica considera con amplio consenso que el concepto de sexualidad está en constante construcción y transformación, y las diferentes expresiones de la sexualidad son dinámicas. La tecnología ha aportado a estos cambios: el Internet, las redes sociales, los smartphones habilitan la aparición de novedosas prácticas, entre ellas las sexuales. Las aplicaciones para conocer gente han ampliado el espectro de las mismas.

Los estereotipos de género, los mitos y tabúes, la homofobia, entre otros discursos disciplinadores, son una barrera (López y Ferrari, 2008). Es por ello que la perspectiva de género no sólo debe integrar la perspectiva de derechos, sino también la de diversidad, para poder comprender un poco mejor la realidad (López y Ferrari, 2008). Es por ello que el proyecto estudiará a las mujeres jóvenes teniendo en cuenta diversas orientaciones sexuales y niveles socioeducativos.

Antecedentes

En los últimos años se han realizado diversas investigaciones relacionadas con el uso de las dating apps desde diferentes enfoques, en muchos países a lo largo del globo.

Un 97,4% de hombres y 75,8% de mujeres adultas dijeron haber utilizado internet con fines sexuales (Ballerster-Arnal et al., 2018). El estudio llevado a cabo por García et al. (2018) explora las diferencias entre hombres y mujeres en el uso de cibersexo, esto es, el uso del internet con fines sexuales. Según los resultados, son los hombres quienes exhiben conductas sexuales online más frecuentemente y de quienes la búsqueda de sensaciones sexuales está más relacionada a este comportamiento.

En cuanto a la frecuencia de uso, en Uruguay el 29 % de los usuarios utiliza las dating apps a diario (el 37 % de las personas de 27 y 35 años entran a diario), mientras que el 41 % las utiliza entre dos y cinco veces por semana. (ORT, 2018). Los usuarios de Tinder abren la aplicación hasta 11 veces al día, invirtiendo hasta 90 minutos por día (Chin et al., 2019). Miembros de minorías sexuales, especialmente hombres, usan estas aplicaciones más veces al día y por ratos más largos. (Badal et al., 2018)

Es significativamente más probable que lesbianas, hombres gay y adultos bisexuales utilicen dating apps y dating websites que adultos heterosexuales (Johnson et al., 2017). Usuarios LGBT indicaron más frecuentemente que usuarios heterosexuales que la creación de un perfil en una dating app haya resultado en tener encuentros sexuales, pero también en encontrar una pareja romántica (Lever et. al, 2008). A su vez, los adultos jóvenes LGBT pueden estar más motivados a validar su valía personal y darle importancia a la anonimidad proveída por dating apps que los jóvenes heterosexuales. (Savin-Williams y Cohen, 2015).

El usuario promedio de dating apps es un hombre blanco que tiene sexo con otros hombres, de entre 25 a 35 años, con buena educación e ingresos, quien tiene un gran número de encuentros sexuales (Anzani et al., 2018).

Según Timmermans y Courtois (2018), los hombres utilizan más seguido y más intensamente las dating apps, pero las mujeres las utilizan más selectivamente y más efectivamente. Las mujeres acumulan más “matches” que los hombres y mucho más rápido, permitiéndoles elegir y tener más sentimiento de control. Por lo tanto, se concluye que dar más “likes” no garantiza mayor número de matches en Tinder. En promedio, una mujer recibe 89% más likes que un hombre. En la interacción habitual de los usuarios de estas apps, los varones califican unos 100 perfiles diarios, y de ellos le dan like a un 76%, mientras que las mujeres evalúan 20, de los cuales aprueban el 20% (Better et al., 2016).

52 % de los usuarios uruguayos afirma que utiliza las nuevas tecnologías en lugar de formas tradicionales de conocer personas para ahorrar tiempo (ORT, 2018). El 46 % lo hace para hacer menos esfuerzos y 22 % para gastar menos dinero. Algunos estudios (Anzani et al., 2018; Orosz et al., 2018) subrayan que las datings apps son flexibles y gratuitas, además de que requieren menos tiempo y esfuerzo que otros medios de comunicación tradicionales. El 28 % de los usuarios uruguayos valora poder abandonar con facilidad los vínculos generados a través de las apps. (ORT, 2018)

El 38 % de los usuarios actuales uruguayos afirmó que les cuesta conocer gente por medio de formas tradicionales. (ORT, 2018). Duncan y March (2019) afirman que estas herramientas están haciendo la vida y las relaciones más fáciles para muchas personas alrededor del mundo.

El 63 % de los usuarios de Uruguay busca encontrar a alguien para tener una o más citas. (ORT, 2018). El estudio de Timmermans y De Caluwé (2017) indicó que los participantes de su investigación se encontraron en persona con un promedio de 4.25 usuarios con quienes hablaron en Tinder.

El 42 % de los usuarios uruguayos utiliza estas aplicaciones para tener encuentros sexuales. Analizándolo por género, 56 % de los hombres y 13 % de las mujeres usuarios de las dating apps las utilizan para concretar estos encuentros en Uruguay (ORT, 2018). Los hombres usan más las dating apps para buscar sexo casual

que las mujeres según múltiples estudios (Carpenter y McEwan, 2016; Peter y Valkenburg, 2007, Sumter et. al., 2017; Baumgartner et al., 2010; Tappé et al., 2013). Esto es consistente con estudios previos que afirman que es más probable que los hombres busquen fuera de internet tener sexo casual que las mujeres (Owen et al, 2011; Wahba y Simão, 2020). Es más probable que los hombres tengan como motivación para usar Tinder, además del sexo casual, la facilidad de comunicación y entusiasmo por las emociones (Sumter et al., 2017).

En el estudio Jonason et al. (2009) sobre sexo casual fuera de internet, mientras que los hombres enfatizaron que las relaciones de sexo casual no se transformaron en relaciones a largo plazo porque solo deseaban tener sexo, las mujeres enfatizaron que esas transiciones no ocurrieron porque la otra persona no deseaba una relación a largo plazo. Esto sugiere según los autores que los hombres y las mujeres pueden estar participando en el sexo casual con diferentes motivaciones (es decir, oportunidad sexual de bajo costo versus oportunidad para una relación a largo plazo).

Según Christensen (2021), la percepción de que tener sexo casual es la norma en Tinder presiona a mujeres jóvenes a adherirse a la estas prácticas. Las participantes femeninas indicaron que debido a que tener sexo es un presunto aspecto de una cita de Tinder, era más probable que participaran en actividades sexuales con el otro.

Pineda Rodríguez (2018) analizó el perfil diferencial de los que hacen uso de las aplicaciones de citas y los que no las utilizan. Los resultados arrojan que los usuarios de estas aplicaciones tienen una mayor búsqueda de sensaciones sexuales, un porcentaje mayor en prácticas sexuales (masturbación, sexo oral, coito anal-vaginal) y un número de parejas sexuales también más elevado. Estos datos coinciden con los de Carpenter y McEwan (2016), quienes afirman que los usuarios más frecuentes de estas aplicaciones son personas cuyas personalidades están predispuestas a múltiples parejas sexuales.

A su vez, según el estudio de Peter y Valkenburg (2007) las personas que más buscan sensaciones y las personas sexualmente permisivas, buscan citas casuales en internet con más frecuencia que aquellos que presentan menor búsqueda de sensaciones y las personas sexualmente restrictivas. Los hombres en el estudio de Gatter y Hodkinson (2016) obtuvieron mayores puntajes en las mediciones de permisividad sexual que las mujeres. A su vez, en la investigación de Petersen y Hyde (2010) los hombres reportaron un poco más de experiencia sexual y actitudes más permisivas que

las mujeres para la mayoría de las variables. Sin embargo, la mayoría de las diferencias de género en las actitudes y comportamientos sexuales fueron pequeñas. Siguiendo con investigaciones sobre relaciones casuales fuera de las redes sociales, Jonason et al. (2015) afirman también que los hombres estaban más interesados que las mujeres en entablar todo tipo de relaciones casuales.

Es menos probable que las mujeres acepten ofertas de sexo casual que los hombres y esta diferencia por género fue parcialmente mediada por los juicios que las mujeres anticiparon por aceptar la oferta de sexo casual. Las mujeres esperaban ser percibidas de manera más negativa que los hombres por aceptar una oferta de sexo casual. (Conley et al., 2013)

Según Carpenter y McEwan (2016), los hombres heterosexuales interesados en encontrar parejas sexuales en las dating apps se pueden sentir frustrados si todas las mujeres con las que se conectan no comparten los objetivos de usar esas aplicaciones, y lo mismo puede suceder con las mujeres. Según el estudio de ORT (2018), las mujeres suelen llevar al plano de la aplicación lo que sucede en la vida real, incluso buscan algo más a largo plazo y tienen mayores expectativas. Esta discordancia de objetivos puede llevar a experiencias negativas con la dating app. En Uruguay, el 61% de los usuarios define a su experiencia en las dating apps como satisfactoria. (ORT, 2018).

En contraste con las principales motivaciones sugeridas por otros autores, la motivación por el amor aparece como un motivo más importante que el sexo casual para usar Tinder en el estudio de Sumter et al. (2017). En su análisis factorial exploratorio, descubrieron seis motivaciones para usar Tinder: amor, sexo casual, facilidad de comunicación, validación de valía personal, entusiasmo por las emociones y moda.

Peter y Valkenburk (2007) afirman que los determinantes de la búsqueda en internet de citas casuales no difieren de los determinantes de su búsqueda fuera de internet para el mismo tipo de citas. Según estos autores, personas con experiencia en citas fuera de internet buscan más seguido citas en internet que aquellos sin experiencia.

Por otro lado, la investigación exploratoria de Carpenter y McEwan (2016) sugiere que la razón principal para utilizar dating apps no es para tener citas o sexo, sino por entretenimiento. Este descubrimiento sugiere que, aunque estas apps son aparentemente para alentar a las personas a conocerse en persona, muchas personas

pueden estar usándolas sin esas intenciones. En Uruguay, el 38% de los usuarios busca chatear con otros. (ORT, 2018).

Ward (2016) también identificó motivaciones como entretenimiento, alza del ego y búsqueda de relaciones, y estas motivaciones a veces cambian con el tiempo. La autora da el ejemplo de personas que, después de utilizar la app inicialmente por entretenimiento o alza del ego, revelaron esperanzas de encontrar el amor. A otros, por el contrario, le sucedió a la inversa.

El subgrupo de edad con mayor prevalencia de uso de dating apps es entre 24 y 30 años. (LeFebvre, 2018; Ranzini et al., 2016). En cuanto a la edad; la motivación por el amor, sexo casual y facilidad de comunicación fueron positivamente relacionados con la misma (Sumter et. al., 2017). En un estudio llevado a cabo en población de 60 a 75 años, el 36% de los hombres y 15% de las mujeres reportó haber usado el internet para intereses relacionados con el sexo y el amor, principalmente para consumir pornografía, pero otros usos, como conseguir parejas estables, también fueron reportados. (Traen et al., 2018)

Se han llevado a cabo investigaciones con usuarios que se encuentran solteros y en pareja. Aquellos que estaban en una relación estable tendían a usarlas en menor medida, observando una mayor prevalencia de personas solteras en estas redes. (Pineda Rodriguez, 2018; Miller, 2015). Timmermans, De Caluwé y Alexopolous (2018) compararon usuarios solteros con no solteros. Los solteros mostraron interés en buscar pareja, coquetear y olvidar exes: esto es, buscaban establecer conexiones con otros, mientras que aquellos usuarios no solteros mostraron bajo interés en estos motivos, lo que demuestra que no están interesados en encontrar otra relación. En su lugar, sugiere que los usuarios no-solteros de Tinder están interesados en encuentros breves, satisfaciendo la curiosidad sobre el mercado de citas actual y entender su propio valor como potencial pareja de citas.

Algunos trabajos estudian el papel de la autoestima: en el estudio de Peter y Valkenburg (2007), la ansiedad social en torno a las citas y autoestima física no fueron asociadas con cuán frecuentemente las personas buscan citas casuales en internet. En cuanto a cómo se presentaban en las apps, aquellos con autoestima alta tienden a mostrar menos perfiles falsos o ideales. (Ranzini et al., 2016)

La aplicación Tinder (2021) reportó en un comunicado público que en el 2020 la pérdida, la añoranza y soledad que la pandemia por COVID-19 creó en la vida de los jóvenes ha acelerado una nueva normalidad en la forma de tener citas, para encontrar formas de conectarse más, unirse por más razones y ser más abiertos en la aplicación. El 60% de los miembros llegaron a Tinder porque se sentían solos y querían conectarse con personas, y dentro de los usuarios de 18 a 25 años, el 40% visitó Tinder para encontrar gente nueva y diferente (Tinder, 2021).

Son pocos los trabajos que estudian específicamente a la mujer como usuaria de las dating apps. Uno de los hallados fue el de Tanner y Huggins (2018), quien indica que los principales motivos para que las mujeres usen Tinder son: socialización, entretenimiento, distracción, curiosidad, coqueteo / habilidades sociales, superación de un ex, autoestima, orientación sexual y búsqueda de relaciones.

Así como hay pocos trabajos que estudian específicamente a la mujer, son pocos los que se centran en la población LGBT femenina. La bibliografía sobre hombres no heterosexuales es extensa, pero no es el mismo caso en el caso de las mujeres. Sin embargo, existen investigaciones como la de Tang (2017) que se centra en el uso de la dating app “Butterfly”, creada para usuarias interesadas en mujeres, y la de Narin (2018), que estudia a la dating app “Wapa”, también dirigida para mujeres LGBT.

Chrisler y McCreary (2010) sugieren que la diferencia de género podría residir más en la información que las personas proveen a los entrevistadores que en las actitudes reales. Las mujeres se encontraron más reservadas y reticentes a participar del estudio llevado a cabo por Better et al. (2016) en Uruguay. Es más probable que las mujeres den respuestas socialmente deseables, incluso en un entorno anónimo. (Alexander & Fisher, 2003).

Marco teórico

Las tecnologías de la información y la comunicación

Las tecnologías de la información y la comunicación, o las TIC, “son el conjunto de tecnologías que permiten acceder, recuperar, producir, almacenar y transmitir información en diferentes códigos: texto, imagen, sonido” (Belloch Ortí, 2007, p.1).

El desarrollo de las TICs deriva de los avances de la informática y las telecomunicaciones. El internet es el elemento más representativo, pues “supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre” (Belloch Ortí, 2007, p.1).

En lo relativo a la brecha de género y el uso de las TIC, América Latina y el Caribe está en mejor posición que otras áreas en desarrollo. En Uruguay, de acuerdo al INE (2019), el 92,8% de las mujeres utilizan el internet al menos una vez al día, (92,9% en el caso de los hombres). Sin embargo, las brechas entre hombres y mujeres en el acceso y uso de las TIC sí se encuentran a nivel mundial y son un reflejo de desigualdades de género ya existentes. Lograr cerrar estas brechas de género es fundamental para igualar oportunidades de las mujeres (Agüero et al., 2020).

“Tener acceso a las nuevas tecnologías y contar con las habilidades necesarias para usarlas resulta esencial para obtener los beneficios que los avances tecnológicos pueden brindarnos” (Agüero et al., 2020, p.3)

Los avances de la tecnología han traído, entre tantas otras cosas, a teléfonos inteligentes y redes sociales. Estos han creado nuevos sujetos y prácticas, entre ellas, sexuales: las aplicaciones para conocer gente y las redes sociales han transformado las conductas sexuales. (López, 2020)

García et al. (2018) hacen referencia a Shaughnessy, Byers y Walsh (2011) cuando desarrollan sobre actividades sexuales online (ASO). Según los autores, se clasifican en tres categorías que dependen del objeto de excitación: actividades que no buscan excitación (búsqueda de información sexual, a modo de ejemplo), actividades sexuales online en solitario (lectura de relatos eróticos, consumición de contenido pornográfico, etc.) y, en tercer lugar, actividades sexuales online con terceros, eso es, que involucran a otro usuario (chats, videollamadas, etc). Las dating apps estarían incluidas en esa tercera categoría.

A través de las TIC se habilitan nuevas formas de producción de subjetividad y de configuración de la identidad. La identidad digital hace más amplia la identidad pública de las personas, otorgándoles nuevas formas de ser y de mostrarse. (Gelpi et al. 2019)

Es en este marco que se debe promover la alfabetización digital, esto es, promover el desarrollo de las habilidades digitales, especialmente entre las mujeres, para acceder a los beneficios de las TIC. Las diferencias de género en el área de las TIC perpetúan desigualdades preexistentes en ámbitos de educación, trabajo, entre otros (Agüero et al., 2020). Promover el uso más amplio de las TICs entre mujeres es vital para su desarrollo en la sociedad actual.

Perspectiva de género y diversidad sexual

El género “alude al conjunto de atribuciones sociales y culturales que dan significado a lo que “es” ser mujer y ser hombre” (Pérez de Sierra et al, 2016, p.9). Por otro lado, el sexo “alude a características biológicas (genéticas, anatómicas, hormonales) que diferencian al macho de la hembra”. (Pérez de Sierra et al., 2016, p.9).

Los roles de género son aquellos que rigen lo que se espera culturalmente de lo femenino y lo masculino: lo que se espera de una mujer y de un varón (López y Ferrari, 2008). Estos roles de género afectan la forma en que los individuos son, sienten y actúan (López et al., 2015).

La socialización sexual es un proceso que vuelve a los sujetos en sexuados y sexuales. Los mismos son atravesados por mandatos impuesto por el sistema sexo-género correspondientes a la sociedad de su crianza. (López y Pascoll, 2019). Entendemos al género como categoría relacional, ya no sólo se encarga de explicar cómo nos convertimos socialmente en hombres o mujeres, sino que también se ocupa de las pautas sociales de relacionamiento establecidas para vincularse entre sexos y entre individuos del mismo sexo. El género es además una categoría de análisis, ya que habilita comprender los fenómenos desde esta mirada. (López et al, 2015).

Muchas de las diferencias que se asignan a los hombres y las mujeres no son naturales, sino naturalizadas. (Pérez de Sierra et al., 2016). Los modelos hegemónicos de feminidad y masculinidad son construidos socio-culturalmente (López et al, 2015). La perspectiva de género es una herramienta fundamental para reconocer y desnaturalizar los mandatos que se le atribuyen a hombres y mujeres en función de su sexo. (Pérez de Sierra et al., 2016).

Los estudios basados en la categoría de género “se han ocupado de develar y cuestionar las premisas biológicas, esencialistas y universalistas con las que se han concebido estas diferencias, así como la lógica binaria y jerárquica en las que se apoyan” (Bonder, 1998, p.1)

Como se cita en López y Ferrari (2008), “el concepto de autonomía en el campo de la sexualidad está referido a la idea de que la persona desarrolle la capacidad de negociar sexualmente con el otro, desde un lugar de equidad, y no desde posiciones supraordinadas o subordinadas” (López, 2005, p. 29).

La perspectiva de género es fundamental en este proyecto: se busca generar conocimiento desde ese lugar, promoviendo la equidad a través de desnaturalizar mandatos y deconstruir estereotipos en torno a la sexualidad de las mujeres y su uso de las dating apps. Se busca conocer la vivencia de mujeres montevideanas, dando lugar a su sexualidad y sus propias motivaciones, y fomentando así su autonomía.

Aunque el campo de género nació y se desarrolló de las luchas del feminismo, esto no implica que sea un asunto únicamente de mujeres, o solo afecte a las mismas. Los mandatos de género llevan consecuencias negativas tanto a las mujeres como a los hombres, y solo podemos entender al género como relacional. (López et al., 2015)

Por otro lado, la perspectiva de la diversidad sexual enriquece la de género, ya que cuestiona la heterosexualidad como un deber patriarcal. Circulan en la sociedad diversos estereotipos y prejuicios que atentan contra individuos de la comunidad LGBT y por lo tanto, acentúan las discriminaciones. Salir de la hegemonía de la heteronorma, y dar lugar al respeto y reconocimiento de la diversidad es fundamental para la igualdad y la no discriminación (López et al., 2015). Figari (2012) afirma que en el contexto actual se están ampliando las luchas sociales, a la vez que se suman identidades diversas y expresiones de género que están en búsqueda de reconocimiento. “Incluir el enfoque de diversidad supone una transformación de las relaciones inequitativas de poder” (López y Ferrari, 2008).

“La heteronormatividad promueve la división tradicional entre varones y mujeres como algo natural, universal y necesario, construyendo lo masculino y lo femenino a partir de una oposición y como una dimensión expresiva de la anatomía.” (MIDES, 2014)

La orientación sexual fue escogida como categoría de análisis en esta investigación. La misma “refiere hacia qué sexo orienta la persona su deseo erótico afectivo” (López et al. 2015, p.31). Es importante comprender que no entendemos a la orientación sexual como fija e inmutable en el tiempo, sino como dinámica que puede cambiar. Las prácticas sexuales no definen la orientación sexual, ya que la orientación sexual es respuesta de procesos más profundos. (López et al., 2015)

La interseccionalidad es entendida como herramienta analítica para entender y responder a las formas en que el género se encuentra con otras identidades y de qué forma estos cruces aportan a vivencias únicas, tanto de opresión como de privilegio. (Awid, 2004). Es fundamental que en esta investigación, además de abordar la temática del uso de las dating apps desde la perspectiva de género, se aborde en relación a otras categorías, como lo son el nivel socio-económico, lugar de procedencia, edad, orientación sexual, entre otros, como sugieren López et al. (2015).

Problema y preguntas de investigación

El uso de las dating apps se hace presente en gran porcentaje de las mujeres jóvenes uruguayas (ORT, 2018). La accesibilidad a internet y la frecuencia de uso del mismo (Grupo Radar, 2021) permiten que sea una práctica difundida.

Sin embargo, de acuerdo a Valkenburg y Peter (2007), años atrás el uso de internet era visto como una forma de compensar los defectos de la vida real. Duggan y Smith (2013) afirman que el 21% de las personas en 2013 estaban de acuerdo con la afirmación “las personas que usan sitios de citas en línea están desesperadas”, en comparación con el 29% en 2005.

En estudio de Riger (2017), sus participantes perciben que individuos de generaciones mayores y aquellos sin experiencia citas en internet tienen actitudes más estigmatizadas sobre las mismas.

Según un estudio llevado a cabo en jóvenes de 18 a 25 años en Estados Unidos, las personas que usaron dating apps tuvieron tasas más altas de conductas sexuales de riesgo en los últimos 3 meses, incluido el sexo después de usar drogas o alcohol, y sexo sin protección (anal o vaginal) (Sawyer et. al., 2018)

Internet puede ser un entorno ideal para el desarrollo de las fantasías sexuales (Ballester-Arnal et al., 2018). Es en este contexto donde pueden ser positivas para la vida sexual de los individuos, pueden también ser un espacio para mentiras. Tal como afirman los autores (Ballester-Arnal et al., 2018), el internet facilita la construcción de una identidad falsa lejana de la realidad. Los usuarios pueden dar información falsa sobre su vida, situación personal, edad, sexo o aspecto físico.

En el diccionario de Cambridge (s.f.), el verbo “catfish” es definido como “intentar engañar o atraer a alguien haciéndose pasar por otra persona en las redes sociales”. El catfishing se ha convertido en una gran amenaza para los usuarios de las redes sociales y las plataformas de citas en línea (Simmons y Lee, 2020).

A pesar de la popularidad y el uso generalizado de las plataformas de citas, las percepciones generales de las mismas siguen estando en gran parte estigmatizadas (Riger, 2017). Según Kallis (2020), dating apps como Tinder son culturalmente conocidas como “hook up apps” (apps para encuentros de sexo casual). Como afirman Conley et al. (2013), muchas mujeres anticipan juicios negativos por aceptar propuestas de sexo casual.

Términos como “Tinderslut” (Tinderzorra) aparecen en las redes sociales, haciendo referencia a mujeres que tienen sexo con hombres que contactan a través de la dating app Tinder. (Christensen, 2021). Además de explícitamente construir la noción de las mujeres como “zorras”, también implícitamente comunican las expectativas sexuales asociadas con la app. Es relevante en el contexto actual conocer cuáles son las motivaciones de las mujeres montevidéanas para usar las dating apps.

Abordar este fenómeno es importante para poder comprender y analizar cómo se interrelacionan las personas. Es pertinente realizar un acercamiento a la sexualidad de las mujeres jóvenes, conocer cómo se plasma la misma en las dating apps y sus experiencias.

Se plantearán las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son las motivaciones y expectativas de las mujeres montevidéanas para utilizar dating apps? ¿Existen diferencias entre las motivaciones de las usuarias teniendo en cuenta su edad, orientación sexual, situación sentimental y nivel socioeducativo? ¿Perciben la

posibilidad de expresar explícitamente sus expectativas en las dating apps? ¿Cuáles son las vivencias sexuales por fuera de las dating apps de las usuarias? ¿Qué valoraciones morales le dan al uso de las dating apps? ¿Consideran que los mandatos de género afectan sus vivencias en las dating apps? ¿Están satisfechas con sus experiencias con las mismas?

Objetivo general y objetivos específicos

Objetivo general

Conocer cuáles han sido las motivaciones, experiencias y vivencias de mujeres montevidéanas usuarias de dating apps.

Objetivos específicos

Describir y comprender diversas motivaciones de mujeres de distintas edades, orientaciones sexuales, situaciones sentimentales y niveles socioeducativos para usar dating apps.

Identificar las expectativas de las usuarias sobre el uso de las dating apps y de qué forma las expresan; y cómo esto se relaciona con sus diferentes experiencias o vivencias sexuales.

Indagar sobre las experiencias de las usuarias de las dating apps y sus afectos sobre las mismas, así como de las experiencias sexuales de las usuarias por fuera de las dating apps.

Explorar las valoraciones morales que las usuarias tienen sobre el uso de las dating apps y el efecto de los mandatos de género sobre el uso de ellas.

Metodología

Se trabajará desde la metodología cualitativa. Marshall & Rossman (1999; citados por Vasilachis, 2006), explican que la investigación cualitativa es pragmática,

interpretativa y se encuentra asentada en la experiencia de las personas. Esta metodología es inductiva y flexible, lo que habilita a entender los datos y no verificar o invalidar teorías preconcebidas. Ya que estudian al contexto y al sujeto desde una perspectiva holística, son concebidos como un todo y entienden al sujeto en situación, el lugar de descontextualizado. (Taylor y Bodgan, 1984). El objetivo es dejar de lado las certezas del investigador con el fin de permitir dejarse enseñar por un otro, dando lugar al diálogo como condición de la unión de horizontes de la cual surgirá una verdad participativa contextualizada, una verdad común. El conocimiento que se genera se fundamenta en la experiencia compartida y dialogada. Esto le da el lugar de actor de su propia realidad al sujeto y se lo quita del lugar de mero objeto de estudio. Trabajar desde la metodología cualitativa implica el reconocimiento del saber del otro y darle la importancia a la experiencia del sujeto (Sisto, 2008).

El universo del proyecto son mujeres entre 18 y 29 años que viven en Montevideo y que hayan hecho uso de las dating apps en los últimos 12 meses. Para definir **la muestra** no probabilística, se consideran una serie de criterios de inclusión. Por un lado, el criterio de edad se justifica en términos de incluir adultas jóvenes. Se incluirá a mujeres de distintos niveles socioeducativos (bajo: primaria incompleta o completa; medio: secundaria completa o incompleta; alto: estudios terciarios completos o incompletos) de distintas zonas de Montevideo. La muestra intencional procurará incluir mujeres interesadas en interactuar en las dating apps con hombres, mujeres o ambos; y que se identifican como heterosexuales y no heterosexuales. Procurará también incluir a mujeres solteras y que se encuentran en una relación. Se recurrirá a las redes sociales como método de captación de participantes, así como la difusión en los canales informativos de la Facultad de Psicología y otros vinculados a la Udelar, y a la técnica de bola de nieve. Se realizará una muestra con criterio de saturación, que delimitará el número de entrevistas, y con criterio de máxima diferenciación que procurará incluir todos los criterios de inclusión.

		Mínimo de participantes	
Edad	Entre 18 y 23 años	9	18
	Entre 24 y 29 años	9	
Nivel socioeducativo	Bajo	6	18
	Medio	6	
	Medio alto	6	
Orientación sexual	Heterosexual	9	18
	No heterosexual	9	
Situación sentimental	Soltera	12	18
	En una relación	6	
		TOTAL: Mínimo 18 participantes	

Las técnicas para la recolección de la información elegidas son los grupos de discusión y la entrevista en profundidad individual semidirigida.

La técnica de los grupos de discusión “permite examinar lo que la persona piensa, cómo piensay por qué piensa de esa manera. El grupo facilita la discusión y activa a los participantes a comentar y opinar aún en aquellos temas que se consideran como tabú”. (Hamui-Sutton y Varela, 2013, p.56). Estos aspectos se hacen particularmente relevantes considerando la temática a abordar y los objetivos planteados para esta investigación: la sexualidad y las dating apps son temas sobre los cuales algunas personas pueden retener información en las entrevistas ya que aún son considerados tabú por nuestra sociedad.

Según Alonso (1996), los grupos de discusión tienen la utilidad de identificar y analizar los discursos ideológicos. La producción discursiva se da en interrelación con los otros actores y se construye lo humano como social, como conversación o diálogo de múltiples voces. El grupo de discusión, busca los significados compartidos por sus miembros (Alonso, 1996). Mediante los grupos de discusión se podrá explorar el discurso público en torno a las dating apps de las participantes.

Los grupos de discusión serán heterogéneos, y se realizarán a través de la plataforma de videoconferencias Zoom.

La entrevista en profundidad individual semidirigida también será utilizada en este proyecto de investigación. "La entrevista tiene un enorme potencial para permitirnos acceder a la parte mental de las personas, pero también a su parte vital a través de la cual descubrimos su cotidianidad y las relaciones sociales que mantienen." (López Estrada y Deslauriers, 2011, p1). Es una herramienta que contribuye a situarnos en un contexto social y cultural determinado.

Al decir de Taylor y Bogdan (1984) las entrevistas cualitativas son encuentros entre el investigador y los informantes, que buscan comprender las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones. Las entrevistas cualitativas en profundidad permiten un contacto más personal con el participante, donde se sienta libre de expresar sus sentimientos y emociones en un ámbito privado (Taylor & Bogdan, 1984). La utilización de estas entrevistas es pertinente para hablar de una temática tan personal como lo es la sexualidad.

El análisis se realizará con el texto desgrabado y transcrito de los encuentros. Para que el texto pueda ser estudiado y analizado, primero deberá ser procesado. La etapa de la reducción, es aquella de “simplificación, resumen, selección, ordenamiento y clasificación de los datos cualitativos para hacerlos abarcables y manejables” (Mejía, 2011, p.49). Los datos brutos serán reducidos en las diversas fases de edición, categorización y codificación, registro y tabulación. El análisis de los datos cualitativos implicará proceso de atribución de significados a los datos luego de reducidos y procesados. Este proyecto de investigación es de carácter exploratorio y descriptivo, siendo una primera aproximación a la temática.

Consideraciones éticas

Para llevar adelante el presente proyecto de investigación se tendrá en cuenta el Código de Ética de la Coordinadora de Psicólogos del Uruguay (2001). Debido a que se llevará a cabo con la participación de seres humanos, se guiará por lo expuesto en el Decreto N° 379/008 (Ministerio de Salud Pública, 2008) en nuestro país y lo establecido en la Declaración de Helsinki de la Asociación Médica Mundial (2008) como propuesta de principios éticos para la investigación médica con seres humanos. A su vez, se respetará la Ley 18.331 de Protección de Datos Personales y Habeas Data.

Se partirá de la aprobación del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Psicología para realizar la investigación. Luego de obtenida, se brindará información clara a cada participante sobre la investigación, implicancias, objetivos, procedimiento, riesgos y beneficios, así como también se informará sobre el anonimato de las participantes y la confidencialidad de los datos brindados. Debido a que se llevará a cabo de forma confidencial, los datos de las participantes serán privados y se encriptará su información. Luego de proporcionada la información y despejadas las dudas que puedan surgir, las participantes firmarán, en caso de estar de acuerdo, un consentimiento informado donde expresan su voluntad de participar en la investigación, garantizando la total libertad de formar o no parte del proyecto, así como también de abandonar la investigación en cualquier etapa de la misma, sin la obligación de plantear un motivo y sin que esto implique consecuencias de ningún tipo para las mismas según enuncian los Art. 65 y 66 del Código (2001).

Cronograma general de ejecución

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Profundización de lectura, recopilación de antecedentes, ampliación de marco teórico, ajustes en el diseño.												
Elaboración de pautas de entrevista en profundidad, grupos de discusión y consentimiento informado												
Aval del Comité de Ética de la Facultad de Psicología												
Captación de las participantes y obtención de consentimientos informados												
Realización de los grupos de discusión												
Registro escrito de los grupos de discusión												
Realización de las entrevistas en profundidad												
Registro escrito de las entrevistas en profundidad												
Análisis de los datos												
Elaboración del informe. Difusión de los resultados												

Resultados esperados

Con la presente investigación se espera conocer sobre el uso de las dating apps en la población de mujeres jóvenes montevidéanas en base a su edad, orientación sexual, nivel socioeducativo y situación sentimental.

Al finalizar este proceso de investigación se espera poder realizar un aporte académico desde la psicología para así ampliar y actualizar la información correspondiente a los objetivos planteados.

Se espera que este trabajo ayude a reflexionar sobre las sexualidades de las mujeres en el siglo XXI y cómo se configuran en el marco de las TIC. Se espera que los datos recabados sean útiles para enriquecer la mirada de las experiencias vividas por mujeres jóvenes a través de las dating apps.

Bibliografía

- Agüero, A., Bustelo M., Viollaz, M. (2020). ¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC (BID)
- Alexander, M., & Fisher, T. (2003). Truth and consequences: Using the bogus pipeline to examine sex differences in self-reported sexuality. *Journal of sex research*, 40(1), 27-35.
- Alonso, L. (1998). El grupo de discusión en su práctica: memoria social, intertextualidad y acción comunicativa. En *La Mirada Cualitativa en Sociología. Una aproximación interpretativa*. Madrid: Fundamentos
- Angeriz, E., Bañuls, G., Da Silva, M. (2011) ¿Subjetividades conectadas? Avances desde el Programa de Investigación: Introducción de las Tics en la enseñanza: Impactos en la subjetividad a partir del Plan CEIBAL. IX Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales.
- Anzani, A., Di Sarno, M., & Prunas, A. (2018). Using smartphone apps to find sexual partners: A review of the literature. *Sexologies*, 27(3), e61-e65.
- AWID (2004). Derechos de las mujeres y cambio económico. Interseccionalidad: una herramienta para la justicia de género y la justicia económica. AWID. Toronto.
- Belloch Ortí, C. (2007). Recursos Tecnológicos (TIC). Unidad de Tecnología Educativa (UTE), Universidad de Valencia. Recuperado de <https://www.uv.es/bellochc/logopedia/>
- Better, S., López, A. & Nogués, M. (2016). Proyecto de Investigación: Servicios de Búsqueda de citas online. Universidad ORT Uruguay.
- Badal, H. J., Stryker, J. E., DeLuca, N., & Purcell, D. W. (2018). Swipe right: dating website and app use among men who have sex with men. *AIDS and Behavior*, 22(4), 1265-1272.
- Ballester Arnal, R., Castro Calvo, J., Ruiz Palomino, E., Gil Juliá, B., & Giménez García, C. (2018). Sexo, mentiras e internet.

- Baumgartner, S. E., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2010). Unwanted online sexual solicitation and risky sexual online behavior across the lifespan. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 31(6), 439-447.
- Bonder, G. (1998). Género y subjetividad: avatares de una relación no evidente. *Género y epistemología: Mujeres y disciplinas*, 29-55.
- Bozon, M. (2004). *Sociologia da sexualidade*. FGV Editora.
- Bryant, K., & Sheldon, P. (2017). Cyber dating in the age of mobile apps: Understanding motives, attitudes, and characteristics of users. *American Communication Journal*, 19(2), 1-15.
- Cambridge University Press (s/f). *Cambridge Dictionary*.
- Carpenter, C. y McEwan, B. (2016). The players of micro-dating: Individual and gender differences in goal orientations toward micro-dating apps. *First Monday*. 21(5).
- Chin, K., Edelstein, R. S., & Vernon, P. A. (2019). Attached to dating apps: Attachment orientations and preferences for dating apps. *Mobile Media & Communication*, 7(1), 41-59.
- Chrisler, J., & McCreary, D. (2010). *Handbook of gender research in psychology* (Vol. 1, p. 558). New York: Springer.
- Christensen, M. A. (2021). “Tindersluts” and “Tinderellas”: Examining the Digital Affordances Shaping the (Hetero) Sexual Scripts of Young Womxn on Tinder. *Sociological Perspectives*, 64(3), 432-449.
- Conley, T., Moors, A., Matsick, J., & Ziegler, A. (2013). The fewer the merrier?: Assessing stigma surrounding consensually non-monogamous romantic relationships.
- Duncan, Z., & March, E. (2019). Using Tinder® to start a fire: Predicting antisocial use of Tinder® with gender and the Dark Tetrad. *Personality and Individual Differences*, 145, 9-14.
- Galería (2017) *Escenas de la vida digital*. Montevideo.

Ferris, L., & Duguay, S. (2020). Tinder's lesbian digital imaginary: Investigating (im) permeable boundaries of sexual identity on a popular dating app. *New Media & Society*, 22(3), 489-506.

Figari, C. (2012). Discursos sobre sexualidad. Sexualidades, desigualdades y derechos. Reflexiones en torno a los derechos sexuales y reproductivos

Gatter, K. y Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*. 3(1), pp. 1- 12

Gelpi, G., Pascoll, N., & Egorov, D. (2019). Sexualidad y redes sociales online: Una experiencia educativa con adolescentes de Montevideo. *Revista Iberoamericana de Educación*, 80(2), 61-80.

Goldsmith, B. (2014) The smartphone app economy and app ecosystems. En: Goggin G and Hjorth L. *The Routledge Companion to Mobile Media*. New York, NY: Routledge, pp. 171–180

Grupo Radar (2020). Perfil del Internauta.

Hamui-Sutton, A. & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica*. 2(5), 55-60.

INE (2019). Informe EUTIC 2010. Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Recuperado de:

<https://www.ine.gub.uy/documents/10181/691942/Encuesta+de+Usos+de+las+Tecnolog%C3%ADas+de+Informaci%C3%B3n+y+Comunicaci%C3%B3n/310072e0-c127-43f1-b892-108d173c1277>

Johnson, K., Vilceanu, M. O., & Pontes, M. C. (2017). Use of online dating websites and dating apps: Findings and implications for LGB populations. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 11(3), 60-66.

Jonason, P., Hatfield, E. & Boler, V. (2015). Who engages in serious and casual sex relationships? An individual differences perspective. *Personality and Individual Differences*, 75, 205--209.

- Jonason, P., Li, N. & Cason, M. J. (2009). The “booty call”: A compromise between men's and women's ideal mating strategies. *Journal of Sex Research*, 46(5), 460-470.
- Kallis, R. (2020). Understanding the motivations for using Tinder. *Qualitative Research Reports in Communication*, 21(1), 66-73.
- López, P. y Ferrari, F. (2008). Apuntes para el trabajo en sexualidad desde los enfoques de género, derechos y diversidad.
- López, P., Gelpi, G., y Forrissi, F. (2015). Salud y Diversidad Sexual: Guía para profesionales de la salud. Capítulo 1 y 2. Montevideo, Uruguay: UNFPA.
- López, P. & Pascoll N. (2019) La sexualidad en la adolescencia en el marco de la revolución digital: Nuevos datos sobre Uruguay.
- López, P. (2020) La sexualidad de los adolescentes y los entornos digitales, Saber e criação na cultura digital. Dialogos interdisciplinares.
- López Estrada, R & Deslauriers, J. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social.
- LeFebvre, L. (2018). Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(9), 1205-1229.
- Lever, J., Grov, C., Royce, T., & Gillespie, B. J. (2008). Searching for love in all the “write” places: Exploring Internet personals use by sexual orientation, gender, and age. *International Journal of Sexual Health*, 20(4), 233-246.
- López, A. (2005) Adolescencia y sexualidad. Significados, discursos y prácticas en Uruguay. Un estudio retrospectivo (1995-2004). Facultad de Psicología (UDELAR)/ UNFPA. Montevideo.
- Marshall, C. & Rossman, G. (1999). Designing qualitative research
- Mejía, J. (2011). Problemas centrales del análisis de datos cualitativos. Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación
- MIDES (2014). Educación y diversidad sexual. Guía didáctica. Montevideo: MIDES.

- Narin, B. (2018). A Netnography Study About Wapa as a Mobile Dating Application. *Moment Dergi*, 5(2), 343-367.
- ORT (11 de julio de 2018). En la era de cupido digital. Recuperado de: <https://www.ort.edu.uy/72410/32/en-la-era-del-cupido-digital.html>
- Orosz, G., Benyó, M., Berkes, B., Nikoletti, E., Gál, É., Tóth-Király, I., & Bóthe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic Tinder use. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 301-316.
- Owen, J., Fincham, F. & Moore, J. (2011). Short-term prospective study of hooking up among college students. *Archives of sexual behavior*, 40(2), 331-341.
- Pérez de Sierra, I., Quesada, S. y Campero, R. (2016). Género y masculinidades. Miradas y herramientas para la intervención. Montevideo, Uruguay: MIDES.
- Peter, J. & Valkenburg, P. (2007). Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. *Cyberpsychology & Behavior*. 10, pp. 849–852
- Petersen, J. & Hyde, J. (2010). A meta-analytic review of research on gender differences in sexuality. *Psychological Bulletin*, 136(1), 21–38
- Pineda Rodríguez, C. (2018). Perfil diferencial entre usuarios y no usuarios de las aplicaciones de citas móviles (Máster Universitario en Psicología General Sanitaria). Universitat Jaume I, España
- Ranzini, G., Lutz, C., & Gouderjaan, M. (2016). Swipe right: An exploration of self-presentation and impression management on Tinder.
- Riger, D. (2017). Perceptions of Stigma in Online Dating Narratives: Implications for Marriage and Family Therapists
- Savin-Williams, R. & Cohen, K. (2015) Developmental trajectories and milestones of lesbian, gay, and bisexual young people. *International Review of Psychiatry* 27(5): 357–366.
- Smith, A., & Duggan, M. (2013). *Online dating & relationship*. Washington, DC: Pew Research Center.

- Sawyer, A., Smith, E., & Benotsch, E. (2018). Dating application use and sexual risk behavior among young adults. *Sexuality Research and Social Policy*, 15(2), 183-191.
- Shaughnessy, K., Byers, E. S., & Walsh, L. (2011). Online sexual activity experience of heterosexual students: Gender similarities and differences. *Archives of Sexual Behavior*, 40(2), 419-42
- Simmons, M., & Lee, J. (2020). Catfishing: A Look into Online Dating and Impersonation. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 349-358). Springer, Cham.
- Sisto, V. (2008). La investigación como una aventura de producción dialógica: La relación con el otro y los criterios de validación en la metodología cualitativa contemporánea. *Psicoperspectivas*, VII, 114-136.
- Sumter, S., Vandenbosch, L. & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and informatics*. 34(1), pp. 67–78.
- Tang, D. T. S. (2017). All I get is an emoji: dating on lesbian mobile phone app Butterfly. *Media, Culture & Society*, 39(6), 816-832.
- Tanner, M., & Huggins, M. (2018). Why Swipe Right? Women's Motivation for Using Mobile Dating Applications such as Tinder. In *International Conference on Gender Research* (pp. 440-XVII). Academic Conferences International Limited.
- Tappé, M., Bensman, L., Hayashi, K., & Hatfield, E. (2013). Gender differences in receptivity to sexual offers: A new research prototype. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 7(2), 323-344.
- Taylor, J. & Bogdan, R. (1984) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Buenos Aires: Editorial Paidós
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information Society*, 34(2), 59-70.

Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. *Personality and Individual Differences*, 110, 74-79.

Timmermans, E., De Caluwe, E., & Alexopoulos, C. (2018). Why are you cheating on tinder? Exploring users' motives and (dark) personality traits. *Computers in Human Behavior*, 89, 129-139.

Tinder (2021) The Future of Dating. Recuperado de:

https://filecache.mediaroom.com/mr5mr_tinder/178656/Tinder_Future%20of%20Dating_3.24_FINAL.pdf

Træen, B., Carvalheira, A., Kvaem, I., & Hald, G. (2018). European older adults' use of the Internet and social networks for love and sex. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 12(3).

UNFPA (2020). 7 de diciembre: Conmemoración del día Nacional contra la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes.

Vasilachis, I. (2006) La investigación cualitativa. En Estrategias de investigación

Wahba, L. & Simão, J. (2020). Sexo Casual: Motivaciones, Actitudes y Comportamientos de Hombres y Mujeres Heterosexuales Adultos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 40.

Ward, J. (2016). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*. 20(11), pp. 1644-1659