

CON MENOS TABÚ QUE ANTES, LAS APPS PARA BUSCAR PAREJA CRECEN ENTRE LOS MILLENNIALS URUGUAYOS, QUE APELAN A ELLAS ANTE LA FALTA DE TIEMPO Y LUGARES PARA CONOCERSE, Y PORQUE SE SIENTEN MÁS CONFIADOS Y PODEROSOS, SEGÚN HALLA UN ESTUDIO; PARA ALGUNOS EXPERTOS, SON HERRAMIENTAS VÁLIDAS, Y OTROS ALERTAN SOBRE LA COSIFICACIÓN

ESCENAS DE LA VIDA DIGITAL

“No te preocupes. No voy a decir que nos conocimos acá”. Eso es todo lo que informa un hombre de poco más de 30 años desde su perfil de Tinder, la aplicación de geolocalización diseñada para conectar personas a partir de sus apetencias, preferencias, edad y del perímetro de búsqueda establecido por cada usuario. La aplicación se vale de las fotos y la información incluidas en Facebook, permite enlazar las cuentas de Instagram y Spotify, e incluir una breve biografía y/o una declaración de principios, intenciones o expecta-

tivas. Como “No te preocupes. No voy a decir que nos conocimos acá”, por ejemplo.

A pesar de que Tinder fue creada para facilitar encuentros con fines románticos y/o sexuales, no todos los usuarios recurren a ella con el mismo objetivo. El aburrimiento, la dificultad cada vez mayor de conocer gente a partir de los métodos tradicionales, la desinhibición que permiten las plataformas online y la posibilidad de conocer a más cantidad de personas en menos tiempo y a un menor costo son las principales

motivaciones de los *millennials* para ingresar a estas apps.

Estos son algunos de los hallazgos de la investigación cualitativa realizada por Stephanie Better, Alejandra López y Melissa Nogués, con la que obtuvieron el título de Especialización en Dirección de Marketing en la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de la Universidad ORT Uruguay.

El trabajo se enfocó en hombres y mujeres pertenecientes a la Generación del Milenio, que comprende a los nacidos entre 1981 y 1997. “Si bien

no somos usuarias, tenemos mucha gente cercana que sí usa este tipo de plataformas, y queríamos conocer y entender sus motivaciones reales”, explicó López a galería. Tanto ella como sus compañeras son parte de los *millennials*.

Según el informe del “Perfil del Internauta Uruguayo” realizado por Grupo Radar 2014, 22% de los usuarios de Internet afirmaron haber buscado pareja o amigos en la red en el último mes. Por eso, para su estudio, las estudiantes incluyeron, además de Tinder, otras apps similares como Happn, Glubers, Kickoff, Twoo, OKCupid, The Grade, Tastebuds, Bumble, Pure o Badoo. En ellas, según hallaron, la cantidad de usuarios hombres supera ampliamente la de mujeres. Estudios previos determinaron que en general, 35% o incluso menos son mujeres, y el resto, hombres. Siempre hay excepciones: los creadores de Glubers se impresionaron “al descubrir que en su aplicación, la representación de mujeres alcanza 48% en Montevideo”, dijeron las estudiantes.

Los usuarios de estas apps suelen ser jóvenes de entre 18 y 35 años, de nivel educativo medio-alto y, habitualmente, estudiantes universitarios o ya profesionales. “Es esperable: por lo general es este grupo etario y socioeconómico el que



marca las tendencias tecnológicas”, opinó el psicólogo Roberto Balaguer, especialista en redes sociales, consultado especialmente para la investigación. De todos modos, un segmento comprendido entre personas de 40 y 50 años se viene acercando a estos servicios.

Para su trabajo, las estudiantes entrevistaron a *millennials* al azar, en bares y boliches de Montevideo. “Nos acercábamos a grupos de amigos y les preguntábamos si usaban alguna aplicación”, explicó Better. No consultaban a parejas, “porque en parejas todavía sigue siendo un tabú”, agregó López. Las mujeres al principio se mostraban más reservadas, incluso reticentes; con los hombres era más fácil. “Nos dimos cuenta de que eran muy diferentes los puntos de vista si eran usuarios, exusuarios o si nunca antes las habían usado”, agregó Nogués. Así delimitaron los tres grupos: usuarios, exusuarios y no usuarios, y los analizaron por separado.

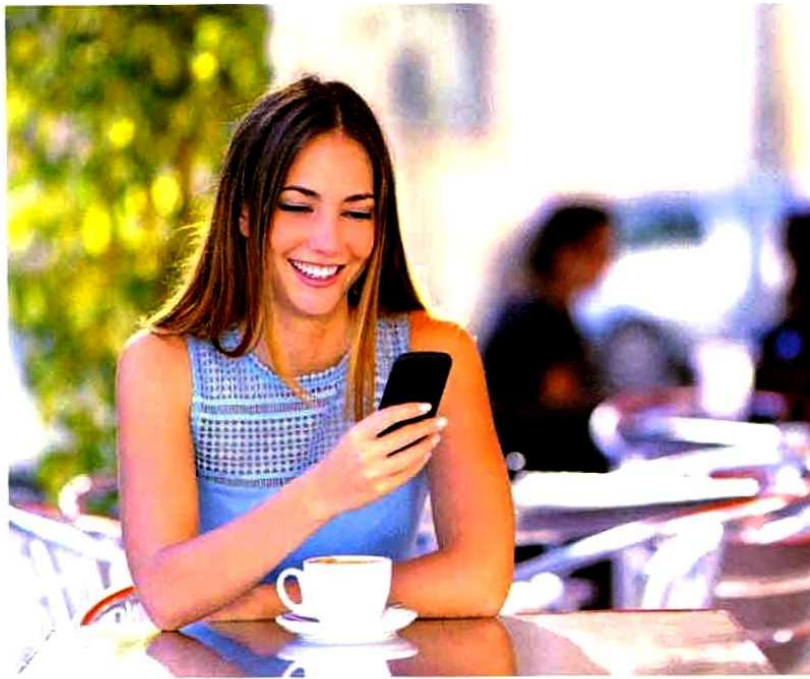


FOTO: DEPOSITPHOTOS

Better comentó que una de las hipótesis que tenían al iniciar el proyecto era que el tema seguía siendo un tabú. “A medida que avanzábamos nos dimos cuenta de que el tabú desapareció, aunque sí existe el prejuicio, el cuidado o el temor a ser juzgado”, dijo Better. “La gente que las usa, en especial los hombres, no sienten vergüenza ni temor en

decirlo; te cuentan sus experiencias riéndose, incluso”, agregó López. “En algún momento, cuando hicimos las divisiones, tuvimos miedo de no encontrar muchos en el grupo de usuarios”, comentó Nogués. “No porque no hubiera usuarios, sino porque los usuarios quizás no iban a querer contar su experiencia”, agregó López.

NO SON POCOS LOS QUE AFIRMAN CONOCEN PAREJAS QUE SE FORMARON POR TINDER. AUNQUE NO SIEMPRE LO CONFIESAN. STEPHANIE BETTER, UNA DE LAS INVESTIGADORAS DEL ESTUDIO, CONOCE A UNA PAREJA QUE SE ESTÁ POR CASAR Y QUE NACIÓ A TRAVÉS DE ESTA CONEXIÓN.

“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”. PARA EL HOMBRE, EL PENSAMIENTO ES MÁS DEL TIPO “AHORRO TIEMPO, PLATA, ENERGÍA, Y TENGO MENOS PORCENTAJE DE RECHAZO DIRECTO”, DICE EL ESTUDIO.

La plataforma más reconocida por los entrevistados en la investigación es, por lejos, Tinder. La siguen Happn y Badoo. Luego vienen Kickoff, Twoo y Bumble. Aunque hay muchas más, claro. Un paneo breve por Apple Store y Google Play despliega un nutrido elenco de aplicaciones.

Al analizar Tinder en particular, el estudio reveló que casi la mitad de los usuarios están en pareja; incluso un gran porcentaje está casado (pista: por lo general, quienes ponen fotos de paisajes o de frases célebres están camuflándose).

Para algunos, quienes recurren al uso de estas aplicaciones son personas que se sienten solas y lo hacen para conocer a otros, “sea por diversión o porque se sienten más cómodos interactuando en medios online”, explican las autoras.

En la interacción, Better contó que “si el hombre le da *like* a una mujer espera que ella también haga lo mismo para invitarla a encontrarse”. En la mujer funciona de manera distinta. Para ella es importante el chat previo, conversar, conocer al otro, para después evaluar la posibilidad de pasar al plano físico. Y si pasa, lo hace con miedos y le dice a alguna amiga que va a encontrarse con alguien en tal o cual pub.

Según López, los hombres no están cerrados a una relación a partir de Tinder, aunque se da. Si se da es por el curso natural de las cosas, no

porque haya sido el fin primario. Los hombres no prejuizan el uso entre ellos, pero sí a las mujeres que están ahí. Si nos conocimos por Tinder, no vas a ser mi novia.

Nogués agregó que “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”. En cambio, en el hombre, el pensamiento es más del tipo “ahorro tiempo, ahorro plata, ahorro energía, y tengo menos porcentaje de rechazo directo”.

Para mucha gente, los usuarios de estas herramientas son hombres en búsqueda de sexo o “mujeriegos”. Esto ocurre, quizás, porque son los hombres los que no ocultan ser usuarios y confiesan recurrir a estas app para el “levante”. Las mujeres, en cambio, buscan disimularlo y suelen decir que llegaron “a través de un tercero, por recomendación o insistencia”. No es esta la única diferencia: en promedio, una mujer recibe 80% más de *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 76%—, mientras las mujeres evalúan 20, de los cuales aprueban 20%. En conclusión, ellas parecen ser más exigentes que los varones.

LA AUTOESTIMA. Pero detrás de estos porcentajes fríos hay un tema



FOTO: AGUSTÍN PACHECO

Melissa Nogués, Stephanie Better y Alejandra López hicieron su tesis sobre estas apps para obtener el título de Especialización en Dirección de Marketing en la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de la Universidad ORT Uruguay.

más complejo: la autoestima. “No siempre las mujeres quieren concretar alguna salida, pero sí sentirse elegidas”, comentó López. A lo que Nogués sintetizó: “Si tenés *likes*, sos linda, valés en el mercado, estás bien puntuada, bien *rankeada*”.

En la tesis, las estudiantes presentan un ejemplo: Mujer soltera, 24 años, al momento de la entrevista llevaba separada dos años y medio. “Me dio curiosidad porque mis amigas lo tenían y se hablaban con pila de locos, quería saber cómo me iba a ir a mí. (...) Es divertido, te sube la autoestima porque te hablan 30 locos al mismo tiempo”. Aunque tiene sus contras: “Te escriben mil flacos y todos te ponen lo mismo: ‘¿Todo bien?’”.

Juzgar, elegir, destacar, desechar, ser elegido también genera una sensación de poder. Así lo refleja otro ejemplo de un soltero de 24 años: “Mirás las fotos y te sentís pro porque podés elegir qué mina querés, y si te da *like* sos groso”.

“Quizás ese fue uno de los puntos que más nos sorprendió”, destacó Better. “Entendíamos que estas aplicaciones podían elevarte la autoestima pero no imaginamos que

podías experimentar esa sensación de poder. Y en eso, tanto hombres como mujeres coinciden”.

Al mismo tiempo, Nogués comentó que la investigación le permitió ver estas plataformas de una forma distinta: “Son herramientas válidas, muy útiles, para personas que quizás son más tímidas, no disponen de mucho tiempo para salir o sus amigos y amigas ya están en pareja. Antes de la investigación tenía una mirada más prejuiciosa”.

AMPLIACIÓN DEL CAMPO DE BATALLA. En la Generación del Milenio, usar medios online para conocer gente y entablar relaciones es más fácil e incluso más seguro que hacerlo fuera de la pantalla del celular. “Me parece que la plataforma es un reflejo de cómo se está desarrollando la sociedad, y se usa más la web como medio de comunicación. A mi entender, cambió la forma de comunicarse pero no lo que buscan en sus vidas”, dijeron las autoras.

La explicación la daba una soltera de 26 años, usuaria de Tinder. “Me parece que para conocer gente es válido cualquier medio. La posta está cuando llega el cara a cara: ahí te

TINDER
ya ha generado más de
10 mil millones
de conexiones en el mundo

“EN LA INTERACCIÓN HABITUAL DE LOS USUARIOS DE ESTAS APPS, LOS VARONES CALIFICAN UNOS 100 PERFILES DIARIOS —Y DE ELLOS LE DAN LIKE A 76%—, MIENTRAS LAS MUJERES EVALÚAN 20, DE LOS CUALES APRUEBAN 20%. EN CONCLUSIÓN, ELLAS PARECEN SER MÁS EXIGENTES QUE LOS VARONES”, DESTACÓ LA INVESTIGACIÓN.

das cuenta qué tanto te copa la persona, no por los atributos físicos, sino porque ves la realidad tal cual es y se entienden las cosas tal cual se expresan”. Estar cara a cara permite percibir “gestos y comunicación corporal que no ves en una app”, comentó.

¿Y qué fue lo que la motivó a descargar Tinder a su celular? Tal vez los celos. “Me enteré de que mi ex la usaba a un mes de haber cortado”, respondió entre risas. “Antes pensaba que Tinder, por ejemplo, era para gente que estaba en cualquiera. (...) Una vez que me la hice me di cuenta de que nada que ver, que es algo para divertirse y charlar con la gente. Va en cada uno cómo la usa y qué saca de cada contacto. Mi expectativa de estas plataformas es que te den la herramienta para ponerte en contacto con alguien, ya que con el ritmo de vida y el poco tiempo de ir a eventos sociales es difícil conocer personas”, dice otro testimonio recogido en la investigación.

MATCH POINT. Creada en 2012, Tinder es una de las plataformas de servicios de búsqueda más importantes y de mayor crecimiento en el mundo digital. Con más de 50 millones de usuarios, ya ha generado más de 10.000 millones de conexiones. Por día se producen más de cinco millones de chats entre quienes se conocen por medio de esta app.

No son pocos los que afirman co-

nocen parejas que se formaron por Tinder. Aunque no siempre lo confiesan. Por fuera de esta investigación, una pareja formada en noviembre de 2016 tiene una versión alternativa de cómo se conocieron, aunque luego confiesan la realidad: “Hicimos *match* en Tinder”. Better, una de las investigadoras, conoce a una pareja que se está por casar y que nació a través de esta conexión.

Para Balaguer, especialista en redes sociales, Tinder y las demás apps se basan en una necesidad muy humana del sexo, de la pareja, de la compañía, de la soledad. Estas herramientas “facilitan y acortan mucho los caminos” en el relacionamiento humano. “Si no, tendrías que salir todas las noches a bailar o a un boliche para conocer la cantidad de gente que podrías conocer a través de una aplicación. Es mucho más sencillo. Te expande decenas y cientos de veces”, comentó.

“¿Cuáles eran las aplicaciones que había cuando yo tenía 20 años? Eran tus amigos. Eran ellos los que te presentaban a la prima, a la amiga, a la amiga de la prima, novia del primo, y ese era tu círculo. Con Facebook nomás llegás a miles de personas”, comentó Balaguer en la entrevista realizada para la tesis.

“Me acuerdo de una charla que di hace años, que al final vino una colega y me dijo: ‘Mirá, yo no me animé a decirlo fuerte, pero yo conocí a mi actual esposo en un chat’. De los primeros chats, aquellos en los que te metías y tenías que buscar hombre, mujer, que le interese tal cosa, y ahí conversabas. Para ella era una cosa de vergüenza. Hoy a nadie le parece vergonzoso conocerse a través de Tinder o a través de una aplicación”.

Más adelante, comentó: “Podés no tener aplicación y también estar solo. Por el contrario, (la app) le permite a gente que, por ejemplo, trabaja mucho, tener la posibilidad de conocer. Si terminás tarde no te da el tiempo para salir pero en 15 minutos podés mirar una aplicación. Si estás solo o no, no depende de la aplicación, depende de tus circunstancias vitales, de cómo estés. Esto te va a proveer de una facilidad, pero las redes sociales en general te generan un soporte emocional mayor”.

Sin embargo, especialistas como la psicóloga Mariana Álvez Guerra, cuyo testimonio es presentado en el trabajo, argumentan que estos servicios cosifican a las personas. “Nos convierten en objetos en algún punto, donde pueden evaluarnos nada más que por la imagen, si somos lindos o no, obesos o delgados, seductores o no. Al convertirnos en objetos, también nos convertimos en objetos de uso y nos desechan en la primera oportunidad en que no colmamos las expectativas del otro. Es como si hoy nadie tuviera paciencia, todo es consumo, hasta las relaciones. (...) Caés en una ilusión de que el mundo es un gran *buffet* de personas que podés elegir a tu antojo”.

“Hacerse el usuario es fácil: sos vos y la app, no sentís nada” (Hombre, 24). Así, descartar es sencillo: tampoco se siente nada. “Así como te de *like*, si quiero dejar de hablarte simplemente lo hago, en un segundo: cancelo la compatibilidad, no tengo que pensar en cómo salgo de esta”, apuntó Nogués.

Son varios los testimonios que ilustran este punto. “Lo puedo dar de baja cuando quiero. Y lo mejor es que cuando no quiero hablar con alguien, le saco el *match* y listo, no tiene manera de rastrearne nunca más”, respondió un entrevistado. Es esto lo que hace evidente el factor polémico de la cosificación de las personas. Hay quienes ven estas apps como catálogos de gente. “Al final también está la sensación de que terminás siendo un objeto en una vitrina”, explicó López.

En medio de estos dos puntos, entre la mayor conectividad y la cosificación, es quizás donde esté parte de la verdad.

JUAN ANDRÉS FERREIRA

