

Las variaciones del amor romántico a través del Tinder¹

LUCIANA REÁTEGUI AMAT Y LEÓN²



El amor es un sentimiento que todas las personas, de alguna u otra manera, han experimentado. Si bien cada historia amorosa tiene su particularidad, siempre encontraremos un correlato amoroso en nuestras vidas. Las canciones, los libros, la publicidad comercial y muchas de las conversaciones íntimas que sostenemos relatan algo sobre dicha experiencia. Antes de enamorarnos, ya sabíamos, de alguna forma (tal vez equivocada), qué nos esperaba a partir de este vínculo.

Si bien algunos sociólogos han abordado, como parte de su producción académica, el tema del amor (Bauman 2003; Giddens 2012; Luhman 2012; Illouz 2010, 2014a, 2014b; Beck y Beck-Gernsheim 2001), en buena medida, este ha sido trabajado principalmente por psicólogos. A pesar de ello, el estudio de las emociones se ha empezado a considerar relevante para la sociología, no solo porque es un eje fundamental de la condición humana, sino también, por su relevancia para entender los fenómenos sociales. Como señala Elster (1989), las emociones dominan nuestra experiencia subjetiva, ya que se encuentran en el meollo de las decisiones y acciones de los individuos. Es decir, sin la incorporación de este elemento, los fenómenos sociales no podrían ser entendidos a cabalidad.

Desde la sociología, el estudio de las emociones no busca responder qué es el amor, ni mucho menos, dilucidar la «esencia» de dicho sentimiento. Por el contrario, se parte de entender el vínculo amoroso desde su carácter relacional y, por ende, se busca dar cuenta de las relaciones que se producen alrededor de dicha experiencia. Así, el amor configura una forma de relacionamiento entre la gente, establece normas, crea instituciones y, con ello, media la agencia de las personas; se presenta como un imperativo social (Martuccelli, 2007). Todo este entramado construye, entonces, la forma cómo las personas experimentan sus relaciones amorosas.

En este ensayo abordaré las transformaciones del amor en los últimos años y cómo estas han configurado dinámicas distintas de relacionamiento amoroso. Debido al carácter ensayístico del artículo, enfocaré el análisis en el debate académico que se ha producido desde la sociología sobre el tema del amor. Para ello, utilizaré como ejemplo la popular aplicación para buscar parejas Tindery sostendré que esta nueva aplicación manifiesta una transformación en la experiencia amorosa de los individuos.

Cabe señalar que, por las limitaciones propias del ensayo, no he desarrollado a fondo temas que sin duda

1 Este artículo forma parte del proyecto editorial del TTI Jóvenes, el cual busca acercar a estudiantes universitarios, o en proceso de serlo, a enfoques y conceptos que se trabajan en las ciencias sociales. Para ello, se vienen elaborando ensayos que ejemplifiquen estas perspectivas a través del uso de casos cotidianos (redes sociales, deportes) y productos culturales como películas o series. Los casos que se discuten en el proyecto editorial no tienen la pretensión de ser tomados como objetos de estudio, lo cual supone una labor de investigación; por el contrario, han sido seleccionados y contruidos como ejemplos hechos a la medida de las ideas que se discuten.

2 Socióloga. Investigadora jr. del IEP.



Fuente: The Verge

son relevantes para entender las relaciones amorosas, como por ejemplo el género. Incluir una reflexión sobre género demandaría la realización de otro artículo que se centre por completo en ese tema. Del mismo modo, es importante indicar que estoy desarrollando un ejemplo que responde a un grupo específico de personas: jóvenes urbanos de clases medias y altas. Así, este ensayo retoma las reflexiones desde la sociología sobre un tema aún poco trabajado como el amor.

La tecnología y su efecto en las interacciones amorosas

A fines de los 90 e inicios de la década del 2000, el internet llegaba al Perú. Como cualquier novedad, constituía un privilegio al que pocos podían acceder. Los costos eran bastante elevados y, sobre todo, se requería de una computadora, un bien poco accesible en una casa promedio peruana. La invención de las cabinas de internet fue el fenómeno perfecto para ampliar el acceso. Paralelamente, los celulares también empezaban a insertarse y de esta manera los

mensajes de texto se propagaron como una forma efectiva para comunicarse con alguien. Así, en un lapso de aproximadamente diez años, las tecnologías de la comunicación empezaron a entrar con fuerza y a expandirse de forma no calculada.

Antes de la llegada de estos dispositivos, las relaciones amorosas se establecían de formas totalmente distintas. La mayoría de las parejas se conocía en espacios como la universidad, el barrio, el trabajo o a través de grupos de amigos. Conocer a alguien —físicamente— era una condición casi indispensable para empezar el cortejo. Por supuesto, siempre se podía encontrar a algún osado/a dispuesto/a a tener una cita a ciegas. Sin embargo, en todos los casos, era necesario tener algún tipo de contacto con la persona.

Aunque un poco tarde, mi generación³ experimentó los cambios que conllevaban la difusión de las tecnologías de la comunicación justo cuando empezábamos a relacionarnos amorosamente con nuestros pares. A inicios de los 2000, aún utilizábamos una técnica mixta para el cortejo (o «gileo») entre llamar al

teléfono de casa y entrar al Messenger (MSN). El momento incómodo de preguntar al familiar que contestaba el teléfono por la persona que te interesaba y el largo tiempo de conversación telefónica interrumpida, cada cierto rato, por alguien de la casa que no quería que la línea quedara ocupada, formaba parte del proceso que uno tenía que pasar para gilear con alguien.

El MSN, por su parte, era una forma mucho más efectiva para cortejar. Se contaba con un periodo de gracia para pensar en las preguntas y repuestas; la pantalla, además, no delataba el nerviosismo por medio de la voz. Sin embargo, el MSN llegó cuando muchas personas no tenían internet en su casa y, entonces, ir a una cabina y adivinar —si no concertabas una cita virtual— en qué momento esa persona se iba a conectar era toda una proeza.

Pero el internet no solo empezó a facilitar la interacción del gileo, sino que además permitió conocer a personas con las que no se tenían conexiones previas. Las *cibercitas* empezaron a tener un papel importante en esto. Páginas web como Match.com (inaugurada en 1995) se crearon con el objetivo de que sus usuarios puedan conocer a una persona y entablar una relación amorosa. En el Perú, recién a fines de la década de los 2000, las relaciones a escala internacional (con personas extranjeras), cuyo vínculo se había producido, básicamente, de forma virtual, empezaron a ser más frecuentes.

A pesar de ello, la inmediatez aún no estaba garantizada. Se requería acordar horas para conectarse a internet o había un tiempo de espera considerable para la respuesta del correo electrónico. Sin embargo, con la llegada de los celulares inteligentes la espera dejó de ser una preocupación. Así, la conexión con el mundo por medio del *Smartphone* instauró una nueva forma de relacionarse entre las personas. La cotidianeidad, la intimidad y las interacciones se vieron mediadas por esta nueva herramienta.

En ese sentido, estas nuevas herramientas tecnológicas han dado paso a un nuevo tipo de interacción

amorosa, donde la inmediatez, el número de opciones disponibles y la posibilidad de concretar encuentros sexuales sin la necesidad de entablar una relación sostenida han empezado a jugar un rol importante. De acuerdo con Giddens (2012), este nuevo tipo de interacción marca un momento clave, a través del cual el amor deja de ser un lugar idílico para constituirse más bien en un espacio libre de ataduras, al cual denomina «amor confluyente». Es decir, un tipo de interacción que se caracteriza por la primacía del deseo individual inmediato y que se encuentra despojado de los requerimientos amorosos del pasado como el cortejo.

El Tinder, una nueva forma de relacionamiento amoroso

Lanzada en el año 2012, el Tinder⁴ es una aplicación para celulares *Smartphone* que sirve para buscar citas con personas. De acuerdo con la revista Forbes, en el año 2014, la aplicación se encontraba disponible en 24 idiomas diferentes y tenía un aproximado de cincuenta millones de usuarios activos. El 52 por ciento de estos corresponden a la franja de edad de 18 a 24 años y el 32 por ciento tienen de 25 a 34 años.⁵

Si bien los resultados no siempre están garantizados con el uso del Tinder, es sin duda una de las más eficaces herramientas actuales para conocer personas con la posibilidad de entablar algún tipo de relación posterior. A través de ella, el usuario configura un perfil, vinculado, en la mayoría de los casos, al Facebook, en el cual agrega un grupo de fotos; usualmente son aquellas en las que te percibes más simpático (i.e. un *selfie*) o que dicen algo sobre tu personalidad (i.e. un músico con su guitarra). La elección de las fotos es muy importante, ya que no solo van a decir algo sobre el físico de la persona, sino también sobre el tipo de fotografía que optó por poner y la calidad de la misma. Como es bien sabido, en el Facebook, la gente crea un perfil acorde a la imagen que quiere proyectar.

Además, se puede agregar una descripción personal o algo que se quiera expresar desde el perfil. En mu-

3 Nací en el año 1988.

4 En la actualidad, existen aproximadamente catorce aplicaciones para buscar pareja. Entre ellas se encuentra Grindr (para hombres homosexuales), Brenda (para lesbianas), BlackPeopleMeet (para personas afrodescendientes), Jdate (para la comunidad judía), entre otras.

5 Artículo disponible en: <http://forbes.es/actualizacion/2528/tinder-las-cifras-de-la-app-para-conocer-gente%29>

chos casos, las personas se describen en relación con su profesión o actividades que realizan, pero también se encuentran frases, letras de canciones o poemas que sugieren un tipo de gusto particular. También se puede encontrar casos particulares, como el de una amiga que colocó en su descripción «quiero un pan con palta», lo cual, según lo que me señaló, tenía que dar pie a un buen inicio de conversación como, por ejemplo, el ofrecimiento de un lonche de pan con palta. La persona que lograba una cita con ella tenía que haber usado con destreza esa descripción.

Como se encuentra conectado con el perfil de Facebook, también aparecen los nombres de las páginas que sigues por ese medio (personaje famoso, música o «causas políticas o sociales») y los amigos en común. Por último, y no por ello menos importante, el Tinder cuenta con tres filtros básicos de búsqueda: distancia (los perfiles que verás serán de las personas que estén dentro del radio de distancia que has especificado, hasta cien millas o 160 kilómetros), el género (eliges si quieres ver perfiles de hombres, de mujeres o de mujeres y hombres) y la edad (eliges el rango de edad de los perfiles que vas a ver: de 18 a 55 a más).

Una vez creado el perfil y especificados los filtros de edad, género y distancia, empiezan a aparecer múltiples perfiles de potenciales parejas en la pantalla del celular. De estos perfiles, como ellos del tuyo, se pueden observar sus fotos, su descripción, las páginas que sigue y si tienen amigos en común en Facebook. Esto será motivo suficiente para decidir si le pones una «X» (deslizas tu mano hacia el lado izquierdo) o un «corazón» (hacia la derecha). La «X», como es de esperarse, significa que no te gusta el perfil que has visto y, por ende, no aparecerá nunca más en tu lista de perfiles. El corazón, por su parte, significa que la persona te gusta y si la otra persona también gusta de tu perfil (y, por ende, te pone corazón), automáticamente se abrirá una ventana de conversación. A este acontecimiento, en el cual las dos personas se ponen corazón, se le denomina *match*.

Al hacer *match* con una persona, se ha superado un primer filtro, aquel que te abre la posibilidad de seguir conociendo o evaluando a la otra persona. La incertidumbre propia de un acercamiento cara a cara, mediado por el cruce de miradas o el pedido de un encendedor, es apaciguada. La ventana solo se abrirá

si es que la otra persona también señaló que le gustaba tu perfil.

La cantidad de perfiles de Tinder que aparecen en la pantalla del celular aparenta ser infinita. El espectro de opciones amorosas se presenta como bastante más amplio que hace unas pocas décadas (Ansari 2016), por lo que encontrar a una pareja «ideal» es un mundo de posibilidades. Así, el Tinder constituye una de las herramientas para clasificar y comunicarnos con un número ilimitado de potenciales parejas, donde siempre se puede seguir deslizando el dedo en busca de una próxima cita o posibilidad de pareja y, donde también, la posibilidad de que tú perfil recibiera una «X» o un corazón se encuentra a un dedo de distancia.

De esta manera, el Tinder configura un proceso de selección y búsqueda explícita de la persona «ideal», donde siempre se presentan nuevas posibilidades. Al respecto, Illouz (2014a) ha denominado la «ecología de la elección» a un proceso que se caracterizaría por el amplio número de opciones, la prolongación del proceso de selección, el refinamiento de los gustos (culturales, físicos, etc.), la racionalización de la evaluación y la incorporación de la idea de que «siempre se puede mejorar» la elección realizada. Esto ha generado cambios en la forma en que las personas anticipan su futuro, piensan sus experiencias pasadas, toman decisiones y consideran riesgos.

Para los usuarios del Tinder es muy importante hacer una buena presentación de sus perfiles, ya que en la llamada «ecología de la elección» uno selecciona y es seleccionado. Sobre esto, se me viene a la cabeza el caso de un amigo que pidió sugerencias para hacer que su perfil sea más atractivo. Un amigo suyo, bastante recorrido respecto al tiempo y uso de la aplicación, le dio tres sugerencias para que su perfil sea exitoso: 1) que se muestre como una persona sociable (foto con amigos/as), 2) que ponga alguna foto donde haga notar que tiene dinero (en algún lugar prestigioso o junto a un auto) y 3) que se muestre aventurero o, si no hay nada muy aventurero registrado en su vida, viajero. Las tres sugerencias no hacen referencia a una cuestión física; más bien, se encuentran relacionadas al estatus o posición social a la que se pertenece o, en todo caso, se pretende pertenecer. Más allá de estar de acuerdo o no con estas sugerencias

cias, las personas despliegan estrategias para presentarse como un bien valioso que, lejos de restringirse a una cuestión puramente física, denota un estilo de vida digno de un «corazón».

El amor a través del Tinder

Para Zizek (2015), el sentimiento amoroso contemporáneo es más parecido a la experiencia amorosa pre-moderna donde la familia decidía con quién uno debía casarse y vivir el resto de su vida. En ese entonces, las relaciones amorosas constituían un vínculo familiar, donde la seguridad económica y social eran los principales factores de unión. Así, se buscaba conseguir las condiciones necesarias para la reproducción de una unidad comunal (Coontz, 2006). Posteriormente, con la modernidad, el enamoramiento más bien se veía como todo un acontecimiento, una situación totalmente contingente, capaz de modificar la vida de las personas. Así, se instauraba la idea de que en algún momento, uno se toparía con el «amor de su vida».

Hoy en día, sin embargo, este evento impredecible, a través del cual uno se enamora, es cada vez menos frecuente. Más bien, se presenta como una elección entre la gama de opciones disponibles, donde las antiguas estrategias de «concertación familiar» para encontrar esposo/a son las agencias o aplicaciones para buscar pareja.

Con relación a esto, Bauman (2003) señala que una de las principales transformaciones del amor en los últimos tiempos se ha producido por la perpetración del consumo en los espacios más íntimos de la vida. La experiencia amorosa se ha reconceptualizado y, con ello, frases como «hasta que la muerte nos separe» se han dejado de lado para dar paso a la inmediatez y brevedad. Por medio del Tinder, una persona puede mantener una conversación simultánea con más de una potencial pareja. De esta manera, se configura una relación cercana a la de una transacción comercial, basada en «un deseo sin espera, un esfuerzo sin sudor y resultados sin esfuerzo» (p.22). Por este motivo, y en relación a los grandes cambios tecnológicos, Bauman hace alusión a «conexiones» en vez de «relaciones» y a «redes» en vez de «parejas».

Al respecto, Eva Illouz (2010) argumenta que estas transformaciones han ido de la mano con una mayor

diferenciación entre amor y sexualidad. El aspecto sexual deja de percibirse como la autorrealización del amor para, más bien, concebirse como un requisito para lograr algún tipo de involucramiento amoroso. En ese sentido, la idea del amor a primera vista ha ido desapareciendo para dar pie al «consumo hedonista del ocio y a la búsqueda racionalizada de una pareja apta»(p.376). Las citas que se consiguen a través de una herramienta como el Tinder constituyen la manera en que las personas se relacionan románticamente sin el objetivo de comprometerse.

El amor se presenta como una transacción, a través de la cual, se realiza un cálculo racional sobre lo que se necesita y se quiere.

Illouz (2014a) hace una diferenciación relevante entre dos tipos de mercados «amorosos» a los que los individuos se enfrentan hoy en día: el matrimonial y el sexual. El mercado sexual se encuentra relacionado con el número de parejas sexuales, la exhibición de las mismas y al escrutinio de si son o no deseables. Por su parte, el mercado matrimonial incorpora otros elementos ligados a la clase social, el nivel cultural y la personalidad. Ambos mercados mediarán la relación de las personas con futuras parejas. La autora acota que «nunca antes había sucedido que hombres y mujeres de distinta clase social, distinta religión y distinta raza se encontrarán, por así decirlo, en un mercado libre y desregulado donde los atributos como la belleza, sensualidad y la clase social se evaluarán e intercambiarán de modo racional e instrumental»(p.315). En ese sentido, aún en este mercado que aparenta ser libre e infinito en términos de opciones, elementos ligados a, por ejemplo, la clase social aparecen para mediar el proceso de selección.

Así, el número de opciones disponibles, el proceso de evaluación sobre las posibilidades y la inmediatez del vínculo, más allá del uso de una aplicación como el Tinder, han transformado al amor romántico. Ideas como el encuentro con la «media naranja» o «el alma gemela» dejan de operar al momento de entablar una relación amorosa. Puede haber más de una media naranja y, probablemente, el alma gemela vuelva a aparecer conforme los gustos y deseos cambien.

Esta nueva dinámica ha construido una individualidad distante y, con ello, ha transformado el «deseo». La cantidad de opciones y la comparación entre las

mismas apacigua la intensidad de las emociones que se pueden depositar en cada una de las opciones disponibles. En ese sentido, espacios como el Tinder se encuentran gobernados por la economía de la abundancia que, por lo menos en el imaginario, siempre darán la oportunidad de concretar nuevos encuentros sexuales y amorosos (Illouz, 2014a).

Si bien en la parte inicial del ensayo señalé que no ahondaría en el tema de género, en la búsqueda de foros, testimonios o artículos por internet sobre el Tinder se hizo muy notoria la gran diferencia en la experiencia declarada por los hombres y por las mujeres. Los que más llamaron mi atención fueron los que giraban en torno al exigente proceso de selección de parte de las mujeres, no solo al poner «me gusta» sino también al «irse a la cama». En los foros, esto es atribuido a la idea de que las mujeres siguen buscando un futuro esposo (entre otras explicaciones que, por su carga sexista, no vale la pena mencionar). Si bien esta podría ser una posible explicación, también parece lógico pensar que en un país como el Perú, donde las mujeres han tenido que desplegar constantemente una serie de estrategias para no ser violentadas día a día, estas sean más selectivas al poner un «me gusta», al concretar una cita o al tener una relación sexual. El espacio virtual te protege, pero sigue siendo un espacio peligroso para las mujeres.

Más allá del uso que le dan al Tinder los hombres y las mujeres, las preguntas con relación al género se tor-

nan necesarias al abordar un tema como el amor desde la sociología. Resultaría interesante conocer cómo la revolución feminista medió las relaciones amorosas y si ha impactado en los espacios más íntimos de estos vínculos. Si bien el feminismo transformó los roles de la mujer y el hombre en el marco de una relación amorosa (Beck y Beck-Gernsheim, 2001), este nuevo campo en el cual la sexualidad pasa a ser una dimensión autónoma (no ligada al emparejamiento) continúa siendo desigualmente distribuida. Los hombres no son definidos a través de un mandato biológico ni cultural como sujetos de reproducción, por lo que pueden prolongar el tiempo de búsqueda de una pareja «ideal».

Respecto a este tema, también aparecen preguntas sobre la reconceptualización de las relaciones amorosas donde cuestiones como el poliamor o las relaciones abiertas empiezan a ser más frecuentes y visibles. Esto, además, ligado a la crítica a la heteronormatividad⁵ y a la aparición de «nuevos» géneros.

En ese sentido, aún existen varios campos por explorar en la línea de la sociología de las emociones y, más específicamente, en relación con los vínculos amorosos. Si bien a primera vista este no aparenta ser un campo atractivo para los estudios sociales, —debido a su particular relación con cuestiones psicológicas— a través de este artículo he querido mostrar que este es un campo de estudio de la sociología y, por tanto, es capaz de dar cuenta de procesos sociales más amplios.

BIBLIOGRAFÍA

ANZARI, Aziz. «Modern Romance. El amor en la era digital». Barcelona, España: Seda Editorial. 2016.

BAUMAN, Zygmunt. «Amor Líquido: Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos». España: Fondo de Cultura Económica. 2003.

⁶ No cabe duda, por ejemplo, que las páginas de citas dirigidas hacia personas heterosexuales son diametralmente diferentes a las páginas de hombres homosexuales que, a su vez, son distintas a las de las mujeres lesbianas.

- BECK, Ulrich. y Elisabeth BECKGERNSHEIM.. *El normal caos del amor*. Barcelona, España: Paidós. 2001
- BONAVITTA, Paola. *El amor en los tiempos de Tinder*. Año 10, N°19. Recuperado: <http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v10n19/v10n19a9.pdf>. 2015.
- COONTZ, Stephanie. «Historia del matrimonio. Cómo el amor conquistó al matrimonio». Barcelona, España: Gedisa Editorial. 2006.
- ELSTER, Jon. «Nuts and bolts for the social science». Estados Unidos: Cambridge University Press. 1989.
- GIDDENS, Anthony. «La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas». Madrid, España: Ediciones Cátedra. 2012.
- ILLOUZ, Eva.. *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires, Argentina: Katz Editores. 2010.
- Illouz, Eva. «Por qué duele el amor. Una explicación sociológica». Buenos Aires, Argentina: Katz Editores. 2014a.
- Illouz, Eva. «Erotismo de autoayuda. Cien años de sombras de Grey y el nuevo orden romántico». Buenos Aires, Argentina: Katz Editores. 2014a.
- LUHMANN, Niklas. «El amor». Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros. 2012.
- MARTUCCELLI, Danilo. «Gramáticas del individuo». Buenos Aires, Argentina: Editorial Losada. 2007.
- MARTUCCELLI, Danilo. *Lecciones de sociología del individuo*. Cuaderno de Trabajo N°2. Departamento de Ciencias Sociales. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. 2007 a.
- PIAZZESI, Chiara. *Producir una mirada sociológica del amor*. Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad. N°18. Año 7. pp. 8-18. Argentina: Relaces. 2015.
- ZIZEK, Slavoj. (2015, marzo 29). Our Fear of Falling in Love. En: Ghost Pictures. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=OabTK7y7d6E>.