



INTERPRETACION DEL CAPITAL EROTICO EN LAS RELACIONES SOCIALES
MEDIADAS POR TINDER

MONOGRAFIA DE GRADO

Presentado por:

Julián Jesús Jiménez Acosta

Presentado a:

Facultad de Sociología

MONOGRAFIA

31 de octubre de 2017.

AGRADECIMIENTOS.

Le quiero agradecer, a mis padres por estar incondicionalmente a mi lado siempre, y porque seguirán ahí este nuevo capítulo que se abre en mi vida, son y serán siempre mi motor. Le brindo agradecimientos a todos y cada uno de mis maestros que me brindaron su conocimiento en esta aventura de convertirme en sociólogo, donde esos conocimientos me han hecho sobre salir a nivel personal, laboral y profesional.

Un agradecimiento especial a mis maestros; Camilo Andrés Castiblanco Duran, Luz Angela Tabares Rojas, Hernando Sáenz Acosta y el Decano Miguel Urra Canales, por los consejos, motivaciones, paciencia y comprensión en el último tramo de mi vida como estudiante de pregrado de sociología.

También le quiero agradecer, a mis compañeros de la Oficina de Participación Ciudadana del Municipio de Chía, por darme la oportunidad de demostrar mis capacidades como sociólogo y enseñarme a confiar en mis conocimientos.

Contenido.

Resumen.....	4
1. Introducción.....	5
2. Antecedentes bibliográficos.....	6
3. Planteamiento del problema.....	12
3.1. Pregunta de investigación	14
3.2. Objetivo General	14
3.3. Específicos.....	14
4. Justificación.....	15
5. Estrategia Metodológica	16
5.1 Matriz de análisis fotográfico (Tabla 1.1).....	19
5.2. Matriz análisis cualitativo de conversaciones (tabla 1.2).....	20
5.3 Matriz metodológica (Tabla 1.3).....	20
6. Marco Teórico.....	21
6.1. Capital erótico.	21
6.2. La socialización actual.	26
6.3. Habitus virtual	30
6.4. El ser cuántico.	33
7. Resultados.....	34
7.1. Análisis Fotográfico	34
7.2. Las conversaciones.....	47
7.3. El cara a cara.	48
8. Conclusiones.....	49
Bibliografía	54
Anexo 1	58
Anexo 2	59

Resumen.

En la actualidad, se han generado cambios en las formas como nos relacionarnos con otras personas, así que se investigó las principales motivaciones que tiene las personas al usar aplicativos de citas como Tinder para buscar una relación, y cuáles son las principales características que se fijan en las fotografías de los perfiles al momento es escogen su potencial pareja, se usó como concepto principal de la socióloga Catherine Hakim el “capital erótico”, que es un término transversal a los diferentes tipos de capital que propone Pierre Bourdieu. Descubriendo; - que existen diferencias en las fotografías de hombres y mujeres - que se generan una serie de intereses predispuestos para entablar una relación sentimental o sexual, y es necesario seguir abordando estos temas desde la academia para tener un mejor panorama neutro de lo que pasa en la actualidad con las TIC y los nuevos aplicativos de citas.

Abstract.

Today, there have been changes in how we relate to other people, so we investigated the main motivations that people have when using dating applications such as Tinder to find a relationship, and what are the main characteristics that are fixed in the photographs of the profiles at the moment is chosen their potential partner, was used as main concept of the sociologist Catherine Hakim the "erotic capital", which is a cross-cutting term to the different types of capital proposed by Pierre Bourdieu. Discovering; - that there are differences in the photographs of men and women - that generate a series of interests predisposed to establish a romantic or sexual relationship, and it is necessary to continue addressing these issues from the academy to have a better neutral view of what happens in the with TIC and new dating applications.

1. Introducción.

“las esperanzas de la salvación han ido de la mano de las innovaciones tecnológicas del capitalismo industrial. Valiosísimas invenciones como la máquina de vapor o el teléfono fueron aclamadas por las elites y las masas como vehículos de trascendencia secular. Su celeridad y poder socavar los límites mundanos del tiempo, el espacio y la escases (...) sin embargo, en este discurso tecnológico la máquina no solo ha sido dios sino el diablo”

(J. Alexander)

La tecnología de la era digital y los teléfonos inteligentes (smartphones) en particular, han transformado muchos aspectos de nuestra sociedad, incluyendo cómo las personas buscan y establecen relaciones sociales. Los aplicativos que pretenden establecer interacciones virtuales para futuras relaciones no son algo nuevo, hay varias de ellas y, según cuáles sean los objetivos de búsqueda o sus gustos, la persona puede elegir la que más se adapte a sus intereses. Parece que cada vez más personas dejan de buscar relaciones solamente en espacios físicos, y desde hace algunos años, esta tendencia se está trasladando también a las aplicaciones para teléfonos inteligentes. Un fenómeno que parece estar cambiando la forma de relacionarse y buscar pareja.

Esta investigación pretende resaltar el fenómeno actual, respecto a las nuevas formas de relacionarse de las personas, mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC¹). Teniendo en cuenta este fenómeno social emergente, se delimitará en la aplicación móvil TINDER², que es un aplicativo móvil creado para conocer personas por medio de una interfaz, que permite ver perfiles de otras personas dentro de un radio de distancia que el usuario escoge y un rango de edad, según el interés

¹ TIC; Tecnologías de la Información y la Comunicación.

² ¿Cómo partió Tinder? El creador de la compañía es Sean Rad (27), una persona introvertida que tenía grandes dificultades para conocer gente nueva. Según él, ese no era sólo su problema, sino el problema de la humanidad y del que nadie quería hablar. Frente a esa necesidad nació Tinder, que pretendía imitar mediante la web la situación de un bar: En un pub no puede interesarse en alguien por cómo luce y una vez que se vencen las barreras sociales y establece una conversación, puede confirmar o no la impresión inicia, explica Justin Mateen, co fundador de la app. Y gracias a su propia creación, el CEO de Tinder conoció a su actual novia. Sabemos que hemos creado por lo menos unos 150 matrimonios, concluye el joven visionario.” (Torrealba, 2014, pp. 2). Tinder, fue lanzada en los Estados Unidos en septiembre de 2012.

del usuario. Donde este aplicativo móvil ha sido el intermediario para generar unos fenómenos sociales específicos dentro de las relaciones sociales.

A su vez dentro de la misma sustentación teórica de la investigación, se encontrarán diferentes posturas internas de las ciencias sociales y específicamente en este caso de la sociología, que resaltarán aún más el interés por comprender este campo de las TIC y su influencia en la vida social, Para ello, se indago qué papel tiene el consumo de capitales (Bourdieu,1997)³ estas nuevas dinámicas virtuales permiten la consolidación de nuevas relaciones sociales por medio de las herramientas digitales. Sin dejar de lado, otros conceptos relacionados con el “campo social, estatus y habitus” de Bourdieu (Bourdieu, 1997)⁴ y conceptos como redes sociales, internet, tomados como por ejemplo (Norman H. y Erbring L., 2000), entre otros.

A partir del marco metodológico, la muestra se tomará de una población 300 perfiles de mujeres y 300 perfiles de hombres, de la ciudad de Bogotá, esta será la escogida para desarrollar los objetivos del proyecto investigativo, usando diferentes estrategias metodológicas propias de las ciencias sociales, para su respuesta y análisis. Y a su vez, el autor plasmara una posición referente a la discusión teórica que rodea las TIC, generando una reflexión de la importancia de comprender un poco más las TIC en el campo de la sociología, y como alrededor de estas mismas se desarrollan diferentes fenómenos sociales que precisan de más investigación y de reflexión por parte de las ciencias sociales.

Palabras clave:

Tinder, Capital Erótico, Relaciones Sociales, Redes Sociales

2. Antecedentes bibliográficos

El término de las TIC, se origina gracias a la revolución informática de los años setenta, donde gracias a los avances de la tecnología de comunicación da lugar al principio de la era digital, este termino de las TIC, comienza a ser popular en los años de 1980, que

³BOURDIEU, P. (1997): Razones Prácticas Sobre la teoría de la acción, Barcelona, Anagrama.

⁴ BOURDIEU, P. (1988) : La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Madrid, Taurus.

estaba siendo acuñado dentro de algunos círculos intelectuales: la sociedad de la información. Esto pretendía hacer alusión a cómo ciertas sociedades cambiaban sus sistemas productivos industriales a sistemas de servicio, y durante los siguientes años se ha resaltado aún más en la política de desarrollo, para hacer competitivas la actividad industrial, mejorando el sector servicio.

*“El concepto de TIC surge como convergencia tecnológica de la electrónica, el software y las infraestructuras de telecomunicaciones. La asociación de estas tres tecnologías da lugar a una concepción del proceso de la información, en el que las comunicaciones abren nuevos horizontes y paradigmas.”*⁵

A partir del fin de la década de los años setenta e inicios de los ochenta, se ve en ellas un gran potencial en distintas convenciones, inclusive como una nueva herramienta para mejorar el mercado, donde se comienzan a desplegar canales para el tratamiento y acceso a la información, constituyendo cada vez nuevos soportes para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales. Se han convertido en herramientas que evolucionan constantemente, brindando apoyo en diferentes campos profesionales, educativos inclusive personales.

Dentro de las ciencias sociales se ha manifestado un interés por el tema de las TIC, como objeto de investigación, debido a que ha generado un sin número de fenómenos sociales alrededor de ellas, sobre todo en el plano de las formas de relacionarse.

Autores como María del Mar Soria Ibáñez en su artículo *“Influencia del uso de redes sociales en estudiantes hispanohablantes en el tiempo de ocio y de estudio de la Universidad de Málaga. España”* (Ibáñez,2013)⁶. Concluye que los jóvenes dejan claro que usan las redes sociales como agente socializador, y revela que hacer parte de una comunidad virtual es importante para ellos, donde la facilidad de comunicación les ayuda a vincularse con otros círculos sociales.

⁵ Anónimo. Nacimiento y desarrollo de las TIC desde los 80 hasta la actualidad. A4EDUCAICON. revisado16/03/2016. (SITIO WEB)

⁶ Ibáñez, M. D. M. S. (2013). Influencia del uso las redes sociales en estudiantes hispanohablantes en el tiempo de ocio y de estudio. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (31), 34-51.

Pero a la vez, otras investigaciones nos suscitan otra serie de características como Márquez Cornejo⁷ en su artículo *“Redes sociales y relaciones interpersonales en internet”* (Cornejo,2001) demuestran que las personas usan el internet para recibir de otros usuarios respuestas más positivas de las que perciben en su cotidianidad, generando así una preferencia por la comunicación usando las TIC, generando para el autor del texto un deterioro de las relaciones interpersonales cara a cara.

Por otro lado, con el título de *“Escenarios, tecnologías digitales y juventud en Andalucía”*⁸, por parte de Cesar Bernal y Félix Angulo. Realizan un estudio a una población de 1.487 jóvenes entre los 13 y 19 años. La discusión sobre jóvenes andaluces y redes sociales gira en torno a la estructura y configuración de sus perfiles, con fines de uso comunicativo. Donde las TIC, son un nuevo entorno de comunicación para el desarrollo y la construcción de lazos entre iguales y al parecer formar una identidad social.

“La juventud busca en las redes sociales el contacto personal y la construcción de su ser social. Se debería profundizar en un futuro estudio en la calidad del acceso a Internet, puerta de paso obligatoria para las redes sociales, y sobre la importancia del capital cultural de las familias y comunidades en las relaciones, prácticas y cultura compartida en y con las redes sociales”. (Bernal, pág. 27. 2014)

Otro estudio llamado *“Relaciones sociales. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española”* realizado por Ana Almansa-Martínez. Oscar Fonseca. Antonio Castillo-Esparcía⁹, en el año 2013 compara el uso del Facebook de los jóvenes Colombianos y los Españoles, de la edad de los 12 a 15 años. Y revela que, para los jóvenes de estos dos países, es una herramienta indispensable en su forma de socializar con sus amigos y amigas.

De acuerdo a la investigación, sobre la percepción de los jóvenes en sus relaciones sociocomunicativas por parte de García García & Rosado Millán (G,M, 2012) titulado *“Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web*

⁷ Cornejo, M., & Tapia, M. L (2011). Redes Sociales y relaciones interpersonales en internet. (spanish). Fundamentos En Humanidades, 12(24), 219-229.

⁸ Bernal, C., & Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. (Spanish). Comunicar, 20(40), 25-30. doi:10.3916/C40-2013-02-02

⁹ 15/08/2015.6.40. p.m. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>

2.0”(G,M, 21012), resalta como estos jóvenes llamados “Nativos Digitales” ven sus propias formas de relacionarse a través de las redes sociales, como una manera segura de entablar una amistad gracias a su accesibilidad, esto les produce una zona de confort al momento de vincularse con sus amigos o amigas, establecen concordancias por medio de las redes sociales permiten una comunicación más abierta, inmediata y más fácil de establecer nuevos nexos. Donde ellos argumentan que las mismas redes sociales, van generando nuevas plataformas o herramientas que van adoptando siempre y cuando cumpla con ciertas características de accesibilidad. Esta investigación también revela, que al generarse conflictos, discusiones o una confianza con aquellas personas que poseen relación virtual, prefieren el contacto físico para entablar el dialogo, así que se demuestra que por medio de estas se busca una finalidad, que es el contacto físico.

Las redes sociales en Internet están adquiriendo una importancia insólita, Google señaló en el 2009 las 10 páginas que el buscador consideraba emergentes entre los usuarios hispanohablantes, ubicando a Facebook en tercer lugar, hoy considerada la gran red social mundial, es en ella, donde la población actual, guarda y corrobora que una persona existe, allí suben sus experiencias, ideas o posturas ante fenómenos sociales o movimientos políticos. En las redes se comparten muchos datos personales (intereses, gustos, fotos, videos, etc.). Ante la creación de un perfil que es una representación del “yo” (Bernete, 2010: 102), es un reflejo de la idea del cómo nos vemos y como nos queremos exponer ante los demás, para decirlo de alguna forma, resulta ser una consecuencia de la persona donde esta imagen es flexible, moldeable a las intenciones o tendencias que se manejan en consecuencia del momento temporal de la persona.

Para Bauman (Bauman,2006), esta representación del “yo” seria liquida, debido a que adapta a nuestros intereses o nuestros sentimientos, se acomoda según las interacciones que se busquen o las que la sociedad exige para hacer parte de ella. Lo que se busca en pro de ceñirse a las doctrinas que manejen la línea temporal, es decir, a lo que este sobresaliendo como tendencia.

Pero no solo se trata del uso de la red (internet), si no al crecimiento en el uso de dispositivos móviles que permiten penetrar aún más en las TIC, ante esto el DANE resalta algunos porcentajes, donde el 86,0% de las personas manifestaron hacer uso de este

dispositivo móvil. Entre las personas de cinco años en adelante que hacen uso del Internet por medio del celular en 2015, el 67,7% reporto hacerlo para acceder a las redes sociales; el 63,3% para obtener información y por último el 55,1% indico que lo usaba para los correos y mensajería.¹⁰

Estos datos suministrados por el DANE, revela un gran crecimiento en el consumo de las TIC, y del uso de teléfonos inteligentes, que permiten un acceso móvil a los recursos que ofrece las TIC.

Teniendo en cuenta estas metamorfosis que ha tenido las TIC siguen generando nuevos apéndices comunicativos, que se traducen y pretenden crear relaciones más eficientes, más fáciles y más cómodas para las personas, un claro ejemplo es el Aplicativo Tinder¹¹, donde no se han generado investigaciones profundas respecto a este tipo de plataformas, pero ha llamado la atención en muchas ciudades del mundo por su interfaz, que permite conocer nuevas personas desde el celular, a esto. Un artículo por parte de la BBC, presentado en su página web, pauta un fenómeno social en torno a las aplicaciones web (TINDER) que se están proliferando para generar relaciones sociales de manera impersonal, ha generado bastante agitación forjando distintas posturas, donde algunos la critican y otros la apoyan, como su creador, Sean Rad, que afirma “la aplicación esta *“resolviendo un problema de la humanidad”*”, aunque algunos usuarios no están de acuerdo.

Según el periódico la Nación¹² encontró unos datos revelados por la compañía creadora de Tinder, donde informa que en promedio de las personas que usas la aplicación,

¹⁰ Datos suministrados en la página web del DANE revisado el 19 de Abril del 2016. <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/tecnologia-e-innovacion-alias/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/65-economicas/tecnologias-de-informacion/4881-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones>.

¹¹ ¿Cómo partió Tinder? El creador de la compañía es Sean Rad (27), una persona introvertida que tenía grandes dificultades para conocer gente nueva. Según él, ese no era sólo su problema, sino el problema de la humanidad y del que nadie quería hablar. Frente a esa necesidad nació Tinder, que pretendía imitar mediante la web la situación de un bar: En un pub no puede interesarse en alguien por cómo luce y una vez que se vencen las barreras sociales y establece una conversación, puede confirmar o no la impresión inicia, explica Justin Mateen, CO fundador de la app. Y gracias a su propia creación, el CEO de Tinder conoció a su actual novia. Sabemos que hemos creado por lo menos unos 150 matrimonios, concluye el joven visionario.” (Torrealba, 2014, pp. 2). Tinder, fue lanzada en los Estados Unidos en septiembre de 2012.

¹²Bilton, Nick. The New york. Traducido por Gabriel Zadunaisky, periódico la Nacion.02/11/2014 <http://www.lanacion.com.ar/1740296-tinder-la-aplicacion-de-citas-en-rapido-crecimiento-explota-una-verdad-muy-antigua>

es de 11 veces al día. Donde las mujeres pasan un promedio de 8,5 minutos, deslizando el dedo por la pantalla de su teléfono móvil, los hombres 7,2 minutos, ante esto el tiempo promedio total de 90 minutos diarios, destinados a usar la aplicación. Resaltan sacar las cifras de alrededor de 450 millones de descargas alrededor de todo el mundo.

“Hace cien años, nos casábamos en la adolescencia, a los 20 años, y básicamente eso era todo. Ahora, estamos tan ocupados y estresados que no llegamos a conocer gente”
*Susan Quilliam, experta en relaciones en línea. (leído, sitio web)*¹³

Estos son algunos de los comentarios que revela algunos tabloides respecto a la plataforma creada por Sean Rad, pero en otras publicaciones se pueden evidenciar ideas como;

“El hecho de que las personas prefieran comunicarse por medio de una plataforma digital sin haberlos conocido previamente dice mucho de la sociedad en la cual vivimos, la era digital ha mostrado una forma de entablar relaciones con personas totalmente desconocidas lo cual afecta a la comunicación que actualmente conocemos, la de manera imprevista o sin acuerdo previo. (Anónimo, sitio web)

Respecto a Tinder¹⁴, ha tenido una gran aceptación gracias a que los mismos mecanismos de las TIC, donde la prensa virtual y noticias de actualidad, ha logrado ser conocido en muchos países y usado por miles de personas alrededor del mundo, donde es catalogado un fenómeno en palabras de estos sitios web, que esta revolucionado la forma en que se establecen relaciones sociales y sexuales (Torrealba, 2014).

Colombia no ha sido la excepción ante este fenómeno social que ha venido generando Tinder, periódicos como El Espectador, Semana y tabloides como Jetset, Puzlo entre muchos más, publican noticias desde el año 2014 de este Aplicativo de Citas, pasa por un sin número de títulos, relacionado a el amor, citas y hasta crónicas sexuales de personas que utilizaron Tinder.

¹³ (Dave, lee.27 noviembre de 2013. Tinder, la aplicación de moda para encontrar amor.15/08/2015.6.40. pm. (Sitio web).

¹⁴ Como funciona Tinder, Anexo 1.

Un ejemplo de estos comentarios realizados por medio de estas páginas de noticias y opinión es el del artículo presentado por la revista Semana¹⁵ el 25 de enero del 2015, donde explican su uso, y relata la historia de cuantas personas conoció, cuáles fueron las características de cada persona, como a pesar de tener temor por hablar con desconocidos, recurría la plataformas de chat para hablar más seguido con esas personas recurriendo a otros aplicativos de comunicación como; WhatsApp, E-mail y Facebook logrando así un encuentro, relata el autor anónimo cómo hay un sin número de personas que utilizan esta aplicación no son solo personas solas o con problemas de comunicación, como muchos críticos dicen, encontró personas de toda clase social, carrera profesional y tendencias sexuales que hacen uso de esta plataforma. Otros comentarios respecto a estos sitios, son claros respecto a que esta aplicación, abre unas nuevas dinámicas del cómo se busca pareja o amigos en un espacio virtual.

3. Planteamiento del problema

Las relaciones sociales, el autor de esta investigación interpreta como; aquellas interacciones sociales, permeadas de diferentes normas sociales, donde cada uno de los sujetos adopta un rol para que se genere un lazo comunicativo, empatía y lograr un vínculo social, y es así que, en la modernidad, se están restructurando de manera acelerada debido al uso las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Las redes sociales¹⁶ se toma como una extensión engendrada por las TIC, se ha convertido en un fenómeno cada vez más significativo en la vida social de los seres humanos, en cuanto a la necesidad de crear relaciones sólidas en plano social, donde el reto de identificar, analizar y comprender la evolución de estas redes sociales compete también por parte de la investigación social, en el cual estas redes o plataformas permiten otro tipo de relaciones sociales.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han tenido un gran impacto en la sociedad actual. En los últimos tiempos, el uso de la tecnología ha venido

¹⁵ Periódico el Espectador, anónimo, revisado, 15/03/2016 (sitio web)
<http://www.semana.com/tecnologia/novedades/articulo/tinder-aplicacion-moda-para-encontrar-amor/375542-3>

¹⁶ Las redes sociales se tomarán como; las interacciones sociales de grupos o individuos mediada por un programa o plataforma virtual.

permeando el desarrollo de las relaciones sociales de las personas a través de las redes sociales y plataformas que permiten cada vez de manera más fluida, el contacto virtual entre los sujetos.

De esta manera, se puede considerar como las redes sociales se ven como un espacio por excelencia, para la interacción virtual con otras personas, estas redes virtuales son servicios inicialmente destinadas a construir relaciones sociales entre los sujetos, donde actualmente también refleja gustos y aficiones. Como por ejemplo “Facebook o Twitter”, donde son parte de la vida cotidiana de la mayoría de los internautas.

Resulta importante resaltar que este tipo de redes sociales continúan en una evolución constante, complejizándose día tras día, donde de estas mismas se generan una especie de plataformas apéndices, como lo es “TINDER” que es utilizada de forma masiva por la población joven y adulta, que funciona a través de un interfaz de usuario que muestra constantemente perfiles de otras personas. El usuario desliza el dedo por sobre la pantalla de su teléfono para indicar interés o desinterés por esa persona de manera anónima según corresponda. Si existen coincidencias entre los intereses de dos o más usuarios el sistema les permite iniciar una conversación a través de un chat interno, que pretende por una parte maximizar los vínculos en un menor tiempo y extender el alcance espacial, por otra parte, busca resolver las necesidades de aquellas personas que están en busca de una amistad, pareja o tan solo una experiencia sexual casual, hechos que en la actualidad crecen con mayor ímpetu.

La “naturalización” de la tecnología es evidente en la cotidianidad, donde el papel que juegan va a disposición del usuario, debido a que la misma tecnología que permite acceder a las TIC, no es neutral y tampoco autónoma. Esta misma tecnología adquiere significado dentro de los grupos sociales, donde el desarrollo humano es el mismo que permite la evolución de la tecnología dependiendo de las necesidades de la misma sociedad, pero estas tecnologías son consideradas herramientas tan solo, pero no se ve el peligro que se puede generar al ignorar las redes, o los cambios que las misma lograría al comprender más sus dinámicas. La incertidumbre crece al ir mas afondo de estas mismas dinámicas, donde se desconoce aún su funcionamiento, a pesar de la naturalización perceptiva que se tiene, la teoría comienza a ser insuficiente para analizarla, pero se debe

plantear con el fin de ir construyendo nuevo conocimiento, que permita la comprensión de los fenómenos singulares que genera las TIC con su inestabilidad y velocidad de crecimiento.

Ante este fenómeno, es necesario comprender estas dinámicas sociales, que están generando las nacientes extensiones de las TIC, llamadas en el mundo de la información aplicaciones móviles, que están mediando el proceso de relacionarse con otros sujetos, donde se ha cambiado los espacios de socialización, pero siguen predominado unos intereses físicos, de estatus y de consumo dentro de estas dinámicas sociales. Es relevante comprender dentro de la sociología, que dinámicas de consumo median estas interacciones sociales mediadas por las llamadas aplicaciones de citas (aplicaciones móviles), nombrado por diferentes periódicos y tabloides de páginas web, e indagar cuáles son las características del consumo desde un determinismo tecnológico y material, planteados desde la visión de la sociología.

3.1. Pregunta de investigación

- ¿Cuáles son los factores determinantes expuestos en las fotografías de las personas que usan el aplicativo móvil Tinder, y las motivaciones para entablar una relación social por este medio virtual?

3.2. Objetivo General

- Determinar, los factores del capital erótico expuestos en las fotografías de los usuarios de Tinder y las motivaciones de establecer relaciones sociales por este medio virtual.

3.3. Específicos

- Determinar las partes corporales que más se exhiben al momento de crear su perfil en Tinder, y cuál es el rango de edad más frecuente.
- Establecer los tipos de interés que motiva a usar Tinder.
- Analizar los comportamientos al momento de establecer encuentro con los usuarios de la aplicación.

4. Justificación.

Este proyecto investigativo, lograra dar respuesta algunos de los fenómenos que permean las relaciones sociales en la actualidad entre las personas, y lograra generar otros interrogantes o puntos de vista respecto de las TIC, y los nuevos aplicativos de citas. Donde se consolide la relación que existe entre los factores físico, de interés social y de carácter económico. Explicando, cómo estos factores representados simbólicamente el cuerpo de las personas usuarias de este aplicativo, pretenden dar a conocer por medio de las imágenes sus gustos, intereses y clase social, para buscar un par y lograr establecer una relación., ya sea sentimental, de amistad o simplemente epistolar.

A su vez, se dará respuestas cuales son las motivaciones de usar el aplicativo y como responde las personas en el proceso de contactarse por la aplicación, y los siguientes momentos que se generan hasta el punto de conocerse personalmente, y que factores se presentan durante el encuentro después de haber cruzado varias etapas virtuales.

De acuerdo a lo planteado, desde la teoría sociológica, se dará respuestas al fenómeno que rodea las relaciones sociales mediadas por el aplicativo móvil TINDER. Incorporando herramientas metodológicas y conceptuales desarrolladas en el campo de la sociología, comprobando una serie de fenómenos sociales emergentes, que precisan de un análisis y de estudios investigativos por parte de la sociología, para así lograr un mayor entendimiento de las dinámicas actuales alrededor de las TIC.

Esta investigación, pretende a su vez, generar una reflexión por parte de las ciencias sociales, en participar más en el estudio de los temas de las TIC, debido a que, al ser tan actual no se presentan muchos interrogantes alrededor de este tema. Ante esto, considerar si es necesario dentro de las ciencias sociales y más específicamente, de la sociología, involucrar más en la formación del sociólogo al estudio de las TIC dentro de su currículo, para lograr una mejor comprensión de las nuevas dinámicas sociales emergente, alrededor de la vida social de las personas, debido a que es la obligación del sociólogo estar a la vanguardia de los temas de carácter social y tecnológico.

Se espera contribuir a los estudios que relacionan los procesos de “innovación” tecnológica y teorico-practica indagando en la nueva dimensión espacio-temporal que generan las TIC y en las condiciones sociales, afectivas organizacionales y simbólicas, entre otras, que inciden sobre la implementación de los aplicativos móviles actuales. De esta forma, se busca abrir nuevas posibilidades de triangulación teórica, entre la sociología de la tecnología, contribuyendo a ampliar los alcances de los actuales estudios sociales de la tecnología.

5. Estrategia Metodológica

Esta investigación es de carácter hermenéutico y fenomenológico, donde a través de estos dos paradigmas se genera un análisis interpretativo, comprensivo de los significados que genera las interacciones sociales, mediadas por las TIC y el capital erótico, y una comprensión sistemática de significados generados por los sujetos a investigar. Donde los análisis y la interpretación de resultados responderán las dudas respecto a la pregunta de investigación, para comprender su naturaleza, causas y efectos, haciendo uso de herramientas investigativas propias de las ciencias sociales, donde se tendrá en cuenta el desarrollo del temas y procesos de la investigación. Para lograr una investigación exitosa, este trabajo se fundamenta dentro de un diseño de campo, por medio de las estrategias cualitativas y cuantitativas, para así lograr la inducción, la deducción, el análisis y la síntesis de los datos directamente de la realidad objeto de estudio.

Desde luego, para cumplir los objetivos se tendrá en cuenta en primera medida, una técnica cualitativa aplicada para el desarrollo de la investigación, donde con la misma, se busca interpretar las trasformaciones que están experimentando las personas en la sociedad actual respecto a sus relaciones sociales, con el objetivo de enmarcar la incorporación y uso de tecnologías en este ámbito. La comprensión de las estructuras y dinámicas sociales en las que se insertan estas tecnologías contribuirán a clarificar las prácticas que se desarrollan alrededor de ellas. Una investigación de características cualitativas en su mayoría es pertinente para el tipo de investigación que se desea abordar, y permitirá acercarnos a dar cumplimiento a nuestros objetivos y lograr una postura frente a la discusión actual. La descripción más importante en el grado de implantación y uso de

estas tecnologías, son las relaciones sociales de las personas, y realizar una comprensión subjetiva, al incorporar estas plataformas a la rutina y hábitos de los sujetos.

El siguiente paso, se tomará en cuenta, una población de 600 perfiles de usuarios mayores de 18 años, de la ciudad de Bogotá; la razón es que la aplicación solo permite usuarios mayores de los 18 años. Durante el proceso de análisis fotográfico, se buscará cual es la edad media de los usuarios para acotar las características más sobresalientes de determinada margen de edad, que se presenta más activa en la aplicación por cantidad de usuarios dentro este margen.

También se hará un análisis de las fotografías de las 600 personas para resaltar cuales son los grupos de imágenes más representativas de cada perfil y los atributos más constantes en cada una de ellas, para establecer que se puede inferir respecto al “capital erótico”, y cuáles son las facciones físicas más constantes que los usuarios publican como interpretación del “yo” para dar a conocer sus cualidades por medio de su expresión simbólico-física.

Por otra parte, el investigador realizará contacto mediante trabajo de campo con otras personas usando el aplicativo Tinder, y se buscará obtener respuesta a los objetivos ya estipulados. El investigador por observación responderá dichos objetivos con un análisis hermenéutico de las conversaciones que se generen a través de la aplicación Tinder, como lo es; preguntas que realizan mutuamente para conocerse, desarrollo de la conversación, temas que se tratan y acuerdos que se generen para establecer una interacción personal y no virtual.

Se delimitará, a la vez en el aplicativo móvil Tinder¹⁷, a pesar que existen muchos aplicativos similares, se decidió por este aplicativo, debido a que es el primero de esta índole y el más antiguo en el mercado, asimismo porque a nivel mundial, se punta con la mayor cantidad de descargas, y desde su publicación, ha sido el más criticado y más explorados por las personas de la escena periodística, estableció como modelo para la

¹⁷ La aplicación Tinder, de origen estadounidense, opera en 196 países y está disponible en 30 idiomas. Stephens (2015) afirma que la aplicación es responsable de ocho mil millones de conexiones en esos casi 200 países, siendo la más popular de su tipo en el mundo, según la revista digital The Drum. En España, según Collera (2015), se producen 15 millones de movimientos dactilares (swipes, en inglés) en el Tinder al día.

creación de nuevas aplicaciones con objetivos similares. A su vez, es el más nombrado y reconocido por la Prensa Colombiana.

Por último, será acercarse a las experiencias y los discursos sociales al respecto, que son utilizados por las personas en sus procesos de negociación social y como justificación de sus decisiones personales, para ello se usara los encuentros y los diálogos que se logren concretar con las personas que usan este aplicativo y ver cuál es la cosmos visión que poseen del mismo, y a personas que no la han usado nunca, con la intención de abstraer su percepción de esta, y cualquier otra información pertinente para dar respuesta a los objetivos de investigación. Se tendrá en cuenta que sean mayores de 18 años. A la vez se toma en cuenta el método de bola de nieve para encontrar la cantidad de personas necesarias para fundamentar lo mejor posible la investigación.

Para crear, la matriz de análisis fotográfico, se hizo un paneo de 200 imágenes adiciones e iniciales, para observar y establecer la constante de las fotografías y cuales seria las posibles variables corporales a tener en cuenta. No solo se analizo la corporalidad que se muestra en la fotografía, si no también a los espacios y lugares donde se desarrollan la misma imagen, como a su vez la información que decide exponer el usuario de la aplicación, como lo es; su edad, lugar de trabajo, lugar de estudio.

En la siguiente matriz (tabla 1.2), se muestra como se configuro el esquema de recolección por categorías y numero de personas, se marca si las imágenes que muestra la persona responden a las categorías, luego de esto se realiza una tabulación para el análisis de contenido de las imágenes coherente a la investigación.

5.1 Matriz de análisis fotográfico (Tabla 1.1).

		NUMERO DE MUJERES																											
CATEGORIA	TIPO DE FOTOGRAFIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
LUGAR	EN EL EXTERIOR																												
	EN LA PLAYA																												
	LUGAR TURISTICO																												
	AUTOMOVIL																												
	EVENTO SOCIAL																												
PARTE DEL CUERPO	LA CARA																												
	TODO EL CUERPO																												
	PIERNAS																												
	TORSO																												
VESTUARIO	ROPA INTERIOR																												
	ROPA DEPORTIVA																												
	ROPA ELEGANTE																												
	ROPA CASUAL																												
		NUMERO DE HOMBRES																											
CATEGORIA	TIPO DE FOTOGRAFIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
LUGAR	EN EL EXTERIOR																												
	EN LA PLAYA																												
	LUGAR TURISTICO																												
	AUTOMOVIL																												
	EVENTO SOCIAL																												
PARTE DEL CUERPO	LA CARA																												
	TODO EL CUERPO																												
	PIERNAS																												
	TORSO																												
VESTUARIO	ROPA INTERIOR																												
	ROPA DEPORTIVA																												
	ROPA ELEGANTE																												
	ROPA CASUAL																												

5.2. Matriz análisis cualitativo de conversaciones (tabla 1.2)

ARIABLES	PREGUNTAS RESPECTO A LA ALTURA DE LA PERSONA.	HABLAMOS POR WHATS APP	TE PUEGO AGREGAR A INSTAGRAM	"¿A QUE TE DEDICAS?"	"¿EN DONDE VIVES?"	"¿A DÓNDE ME LLEVIARÍAS?"	"¿VAMOS A TOMAR ALGO?"	"¿DÓNDE ESTUDIAS?"	"¿TIENES PAREJA?"
NUMERO DE COMVERSACIONES QUE REALIZAN ESTE TIPO DE PREGUNTAS									

En la siguiente tabla (tabla,1.3) se establece una matriz, para el desarrollo de los objetivos y su estructura de recolección y análisis. para luego llegar al arduo trabajo, de conclusiones y resultados finales por medio de las técnicas y métodos de recolección.

5.3 Matriz metodológica (Tabla 1.3).

Objetivo	Estrategia	Estructura
Descubrir cuales son las posees o partes corporales que más se exhiben al momento.	Mixta	Observación participante, matriz para análisis fotográfico.
Establecer los tipos de interés que motiva a usar Tinder.	Cualitativa	observación participante y entrevista no articulada.

Analizar los comportamientos al momento de establecer encuentro con los usuarios de la aplicación. cualitativa Entrevistas y observación participante.

6. Marco Teórico

6.1.Capital erótico.

“una mezcla nebulosa pero determinante de belleza, atractivo sexual, cuidado de la imagen y aptitudes sociales, una amalgama de atractivo físico y social que hace que determinados hombres y mujeres resulten atractivos para todos los miembros de una sociedad, especialmente los del sexo opuesto”

(Catherine Hakim, 2012)

De acuerdo a Bauman (2006)¹⁸, las características en que se fija una persona al momento de fijarse en otro, van desde, la manera que se mueve, el tono de voz, la forma en la que viste, en la forma de mirarse: todo contribuye a la manera o la imagen que queremos proyectar hacia los demás. Esta es la base para la construcción del gusto y el interés de construir una relación afectiva con otro sujeto, pero existen otros

¹⁸ Bauman, Zygmunt, Amor Líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006, fragmentos. Revisada 1 abril de 2017 <http://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2015/07/doctrina41547.pdf>.

condicionamientos que generan más interés o fortalecen el gusto por el otro, donde del capital económico, social, y cultural, resaltan en la apariencia de la persona.

Bourdieu denomina “Habitus” (Bourdieu, 1997) a unas estructuras mentales por las cuales las personas aprenden del mundo social “*estructuras estructurantes estructuradas*”, y determina que posiciones ocupan en un “espacio social”, este concepto de espacio de Bourdieu (Bourdieu, 1997) se refiere a las dinámicas que genera entorno al contexto histórico y geográfico por así decirlo que se encuentra el sujeto. Teniendo en cuenta estos conceptos se abordarán de la siguiente manera; el “espacio social” será para el autor de la investigación, el “espacio virtual” donde en este mismo a su vez se genera un “Habitus”, es decir, implica la adaptación de la conducta a las circunstancias en las que el actor ha sido socializado, pudiendo ser descritas como “el producto de la interiorización de las estructuras del mundo social”. En la medida que los agentes que comparten posiciones semejantes en el espacio social también comparten los mismos condicionamientos, estos tienden a desarrollar disposiciones o intereses semejantes, constituyendo así la base para la formación de vínculos o relaciones sociales.

Siguiendo los conceptos de Pierre Bourdieu, Hakim añade el “capital erótico” a la lista de activos de la personalidad compuesta por el “capital económico” -dinero-, el “capital cultural” -educación- y el “capital social” -red de amigos y contactos-. Un poder erótico, que puede aprenderse y perfeccionarse-, insiste constantemente la Socióloga, y que resulta de la combinación de los elementos estéticos, físicos, sociales y sexuales más destacados en una sociedad.

“En referencia a los enormes beneficios económicos y sociales que reporta una buena educación y una buena experiencia laboral. El capital humano abarca igualmente las aportaciones de los empleados a cualquier empresa dentro de la economía del conocimiento. Otro concepto, acuñado más recientemente, es el de «capital social», que designa el valor económico y social de los amigos, los parientes y los contactos laborales, distinguiendo así entre a quién se conoce y qué se conoce. El «capital erótico» es el cuarto activo personal, un activo al que hasta ahora no se hacía caso, aunque la vida cotidiana esté llena de recordatorios sobre su importancia.”

(Catherine Hakim, pg 150.)

Aunque Hakim (2012), propone una discusión más profunda al tema de las relaciones que existe entre hombre y mujer resaltando varios aspectos del sexo y pensamientos feminista, solo tomara en consideración ese primer momento donde plante lo ya mencionado para enfatizar el papel del capital erótico en Tinder y como este se refleja en las fotografías usadas en el perfil de Tinder.

Hakim resalta que la belleza siempre es un elemento central, aunque las ideas acerca de lo bello cambien con las culturas, con el tiempo y varían a su vez con los gustos personales. El atractivo, sin embargo, es en gran parte algo adquirido,

“Como ilustra la belle o jolie laide. El concepto francés de belle laide (o beau laid, en el caso de los hombres) designa a una mujer fea que se vuelve atractiva gracias al acierto con que cuida su imagen y su estilo. Ponerse en forma, mejorar la postura, llevar colores y formas favorecedoras, elegir un corte de pelo y una ropa adecuados, son cambios, todos ellos, que pueden conformar un look completamente nuevo. Mucha gente, sin embargo, no hace este esfuerzo. La gran belleza siempre escasea, y se valora en todas partes.”

(Catherine Hakim, pg 183.)

El segundo elemento es el atractivo sexual, se centra por que es una cuestión de cuerpo. Que posee unas características como, el “*sex-appeal*” (Hakim, pg 194) también nace de la personalidad y el estilo, la feminidad o masculinidad; puede ser una manera de estar en el mundo, y de relacionarse socialmente. “La belleza tiende a ser estática, y por eso es tan fácil captarla en una foto”. En cambio, el atractivo sexual reside en la forma de moverse, hablar y actuar, por lo que solo puede observarse directamente.

El tercer elemento del capital erótico es claramente social: la gracia, el encanto, el don de gentes, “la facultad de caer bien y hacer que los demás estén a gusto, contentos, con ganas de conocerte y (si se tercia) desearte”. Hakim destaca la coquetería, donde esta se puede aprender.

“Algunas personas que ostentan cargos de poder tienen encanto y carisma; otros, en cambio, carecen de ambas cosas. Algunos hombres y

mujeres tienen el don de saber flirtear discretamente en cualquier situación, mientras que otros son incapaces de ello. También estas habilidades sociales tienen su valor”.

(Catherine Hakim, pg 185.)

El cuarto elemento es la vitalidad, mezcla de buena forma física, energía social y buen humor. Las personas muy vitales pueden tener un atractivo enorme para los demás. “*Por algo en inglés «el alma de la fiesta» es the life of the party*” (Hakim, pg 187.). Algunas personas valoran el humor. Casi todas canalizan la vitalidad a través del baile o las actividades deportivas. Es la razón de que los deportistas tengan a menudo un encanto especial.

El quinto elemento tiene que ver con la presentación social: el modo de vestir, de pintarse la cara, los perfumes, las joyas u otros adornos, el peinado y los diversos accesorios que lleva la gente para indicarle al mundo su estatus social y su estilo.

“Los monarcas y los presidentes desempeñan sus funciones públicas con atuendos especiales que subrayan su poder y autoridad. Los uniformes militares, y los de gala en general, anuncian el estatus, rango y autoridad de quien los lleva, además de tener, para muchos, connotaciones eróticas”.

(Catherine Hakim, pg 191.)

También la gente de estrato medio por decirlo de alguna forma, se pone elegante cuando va a una fiesta o a algún acto social, a fin de estar más atractiva y anunciar su estatus social y económico a quienes no les conozcan. Hoy en día, el estatus económico comparte el protagonismo con la ostentación de la sexualidad y el modo de vestir de las personas. “Quien domine el arte de la presentación social, y sepa vestirse para cada ocasión, tendrá mayor atractivo que quien dé una imagen más propia de un indigente”.

El sexto elemento es la propia sexualidad: la competencia y energía sexuales, donde el deseo y el apetito sexual, que se tenga en la cama, también determina un aceptación y posibilidades de reafirma esa interacción de las dos pernas y establecer bases

para continuar con una relación. Ante esto, solo basta con el apetito sexual, si no a las capacidades de dar placer, es el aspecto disonante y oculto de las personas, que a diferencia de los demás no se ve a simple vista, pero influye en cómo nos relacionamos y la continuidad de la misma.

Según la sociedad y la época, esos componentes pueden destacar unos aspectos más que otros. “Una de las claves del capital erótico es que puede ser completamente independiente del origen social, y erigirse en un vehículo de movilidad social ascendente muy rápido”(Hakim, 2012), esto toma un papel importante al decidir relacionarnos con alguien por medio de las redes sociales, porque al ver las imágenes que nos ofrece las personas dentro de su perfil, se puede hacer un imaginario del “Habitus” de la persona, buscando satisfacer sus propios capitales o experimentar aquellos que son ajenos a su “Habitus”. Pero para Hakim (2012)¹⁹, las posibilidades aumentan si la persona es atractiva, tiene más posibilidades de tener un asenso social, por su apariencia y se puede vincular más fácil a Habitus de otras personas más fácilmente.

En el caso de esta investigación se identifica en las fotografías ya sean Selfis²⁰ o tomadas por otras personas, son la representación del capital erótico que expone las personas en su perfil de Tinder, es así, que se comienza a manejar la representatividad de los capitales y de lo erótico, que influye directamente en la persona que le damos “LIKE” en Tinder, mientras más este cargada las fotografías de esa repetitividad de lo erótico, más posibilidades se podría pensar que tiene de conocer más personas.

¹⁹ Hakim, C. (2012). Capital erótico: El poder de fascinar a los demás. https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/14904/71248_Bergua%20Rayo%2C%20Angela.pdf?sequence=1&isAllowed=y

²⁰ ¿Qué es un selfie? En principio, es un autorretrato hecho con un teléfono inteligente (Smartphone). Se puede tomar volteando la cámara hacia uno mismo o fotografiándonos en un espejo. La incorporación de la cámara fotográfica a los teléfonos inteligentes, ha llevado hacia una representación del cuerpo, tanto públicas como privadas, donde la fotografía tipo selfie, es una de las más usadas dentro de las redes sociales y Tinder. Este tipo de fotografías suelen ser en espacios privados, habitación o baños, donde el sexo contrario no interrumpa o no incomode a la persona que toma su autorretrato. Pero estas dinámicas se van abriendo a otros espacios públicos, donde la desconfianza o la incomodidad de entablar una primera conversación cara a cara se dificulta y se opta por naturalizar la selfie en la espacialidad cotidiana.

“Cuando me siento observado por el objetivo (de la cámara) todo cambia: me constituyo en el acto de ‘posar’, me fabrico instantáneamente otro cuerpo, me transformo por adelantado en imagen. Dicha transformación es activa: siento que la Fotografía crea mi cuerpo o lo mortifica, según su capricho”

(Finol, José Enrique. 2012).

Teniendo en cuenta que este concepto será el eje transversal donde convergen el resto de conceptos, será el más importante para resaltar aquellas circunstancias del porque las personas usan y adecuan su tiempo y otro tipo de capitales al uso de plataformas de citas, en este caso la aplicación Tinder.

Para este fin, se analizaron alrededor de 3.600 fotografías pertenecientes a hombres y mujeres, para establecer una comparación entre todas y lograr detectar cuales son las similitudes entre ellas, las poses o solo características que se relacionan para mostrar el capital erótico, social, cultural y económico. También se logró establecer el rango de edad, de las personas que más usan este aplicativo debido a la cantidad de perfiles mostrados al usuario interesado.

Se tiene que resaltar, que el concepto de “Capital erótico” (Hakim. 2012), se entenderá a todo lo relacionado con el aspecto físico referente a las formas de relacionarse, vestuarios, formas en la que se muestra el cuerpo y lugares donde tomo las fotografías “las personas dotadas de atractivo físico y social tienen una ventaja, una gracia que les puede ir muy bien en todos los aspectos de la vida, y en todas las ocupaciones”, (Hakim. 2012) bajo conceptos que propone Bauman en el “amor líquido” (Bauman. 2006), entendiéndolo a su vez que posee de manera transversal los conceptos de los capitales que propone Bourdieu en la “Distinción”. (Bourdieu, 1988), el “Habitus” que se entiende a la relación que se posee con los diferentes tipos de capitales.

6.2. La socialización actual.

Según Luckmann (2011) existen dos tipos de relaciones. La “cara a cara”, círculo íntimo, otra u otras personas comparten un “espacio social y un Habitus” semejante. La

“anómia”, forma de relación distante, “que por su misma naturaleza nunca pueden ser accesibles en la interacción cara a cara”.

En el desarrollo de la última década, generaron grandes cambios en la manera en la que entablamos procesos comunicativos y nos relacionamos, donde las redes sociales apuran estas dinámicas entre las personas, donde estas mismas redes sociales son el surgimiento de fenómenos sociales y tecnológicos. “Las redes sociales” las caracteriza el autor de esta investigación como; las interacciones sociales de grupos o individuos²¹ mediada por un programa o plataforma virtual, que generan un intercambio dinámico entre personas con contextos de complejidad. Donde al ser un sistema abierto, con características que mutan continuamente, que involucra a grupos o individuos, que se identifica por característica similares, ante necesidades o problemáticas organizados para potenciar sus recursos.

Según Roca (2012) hemos pasado de; todo es privado a gestionar aquello que nosotros mismos queríamos transmitir al lado público, todo es público al intentar gestionar aquello que queremos mantener en privado. Giones-Valls y Marta SerratBrustenga (2010), “una identidad digital bien gestionada y homogénea con la identidad analógica tiende a consolidar un entramado social más sólido fuera de Internet”. Tal y cómo dice Rosalía Winocur (2012) “si somos personas corrientes y no utilizamos la red social para hablar mal de nuestro jefe, etc. nuestra intimidad sumada a la de millones de usuarios se pierde en el total anonimato que provoca la saturación de datos biográficos en la red, sin que este hecho tenga consecuencias graves ni manifiestas en la vida privada”.

Es aquí, donde las interacciones de consumo, que permean el sistema mundo, corroboran el papel de la tecnología, para generar cambios a nivel social, como lo ha mostrado la historia. La globalización de las comunicaciones se genera un consumo trans-espacial, propio de la teoría sistema-mundo, donde lo distante se transformará en lo próximo, entonces sería una comunidad transnacional de consumidores que comparte nuevos universos simbólicos de la que forman parte, y en la que socializan. Haciendo uso

²¹ Desde la teoría de Weber, toda interacción social (relaciones sociales) es “una conducta plural que se presenta como recíprocamente referida y se orienta por esa reciprocidad. Es la probabilidad de que se actuara socialmente en una forma (con sentido) indicable.” Weber, Max, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1969. Tomo I, Sección 2, Capítulo 1: “El concepto de acción social”, págs. 18 a 23.

de la teoría del sistema mundo, de Immanuel Wallerstein (1974), y aplicándola en la modernidad en el fenómeno generado por las TIC, se podría entender que a través del mercado que ha generado alrededor de las TIC, y la espacialidad inmediata que permite la red, se están fomentando el consumo de capitales de intereses mundiales, donde estas prácticas están homogenizando los medios comunicativos de las personas, sometiéndolos a unas prácticas de consumo generalizado, incluso consumiendo relaciones sociales mediadas por ese conector de hilos que son las TIC.

Las redes sociales en Internet están adquiriendo una importancia insólita, Google señaló en el 2009 las 10 páginas que el buscador consideraba emergentes entre los usuarios hispanohablantes, ubicando a Facebook en tercer lugar, hoy considerada la gran red social mundial. En las redes se comparten muchos datos personales (intereses, gustos, fotos, videos, etc.). donde ante la creación de un perfil que es una representación del “yo” (Bernete, 2010: 102) refiriéndose a que, resulta ser un reflejo de la persona donde esta imagen es flexible, líquida (Bauman, 2006).

Zygmunt Bauman contradice los beneficios de las redes sociales, que expone otros autores. Esta declaración está argumentada dentro de varias entrevistas, como, por ejemplo, en el “Sociólogos blog de actualidad y sociología”²² hechas al sociólogo polaco. Donde argumenta sus respuestas con los parámetros que expuso en la “*modernidad líquida*”²³. Sus argumentos son que las redes sociales, han degradado lo único sólido que tenía la modernidad líquida, que son las relaciones personales, establece que las redes sociales, son consecuencia de la modernidad líquida, donde se ha pasado de estar en comunidad a estar en una red, “*la diferencia entre la comunidad y la red es que tú perteneces a la comunidad, pero la red te pertenece a ti*” (Bauman, 2016), es líquida al momento de escoger quienes pueden estar y quienes borrar en cierto momento. El individuo administra su red, alejado de una comunidad, es un tipo de “sustituto”, pero estas redes son líquidas, debido a que son dominadas por el individuo encerrado en su zona de confort, que se expone su persona como le plazca.

²² Sociólogos. “Las relaciones son una trampa” entrevista a Bauman. Revista sociológica, Sociólogos blog de actualidad y sociología, enero 19, 2016, Revisada mayo 9, 2016. <http://sociologos.com/2016/01/19/zygmunt-bauman-las-redes-sociales-son-una-trampa/>

²³ Bauman, Zygmunt, Modernidad líquida, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2003.

Por otro lado, según Del Moral (2005) argumenta que alrededor de las redes sociales, se generan cuatro dinámicas que fomentan el uso de las mismas y son: -un mantenimiento de las amistades, es decir, al seguir en contacto con colegas, amigos, excompañeros de trabajo o escuela etc... -Consolidación de una nueva amistad: donde cada individuo al conocer una nueva persona, trata de relacionarla a su red social y por medio de ella, fortalecer ese vínculo comunicativo para interactuar y conocerse mejor, usando como herramienta o mediador la red social. -Como entretenimiento: donde algunos usuarios hacen uso de la plataforma como portal de entretenimiento (juegos, explorar las actualizaciones del estado de otros usuarios, mirar las vidas ajenas, etc). -Gestión de empresas u organizaciones: usas por lo general para mantener al suscriptor informado por medio de comunicados o de generar vínculos profesionales, donde no se podría llegar esas personas en condiciones normales por cuestiones espaciales o temporales.

Los estudios realizados, alrededor de las dinámicas mediadas por el internet y las redes sociales, en los procesos de socialización de los jóvenes. Algunos estudios, como el de Nie y Erbring (Norman H. y Erbring L, 2000), ponen de manifiesto cómo dichos usos están modificando las relaciones sociales lo que da lugar a individuos solitarios acostumbrados a relacionarse virtualmente.

En este mismo sentido se pronuncian Janet Morahan-Martin y PhillisSchumaker,²⁴ (Morahan-Martin y Schumaker, 2003). Otros autores, como Katz y Rice²⁵ (Katz y Rice, 2005), sostienen por el contrario que el uso de Internet no fomenta la soledad, sino que promueve las relaciones “Sociales” y da lugar a la expansión de los círculos sociales o fortalecerlos los vínculos ya anteriormente establecidos por contacto físico.

El materialismo histórico de Marx (Marx, 1970: 37), constituye un ejemplo de tal determinismo tecnológico, que establece al hombre es un ser puramente social, donde las relaciones materiales propias del momento histórico en el que le ha tocado vivir, determinan la conciencia social, donde cada forma de organización social constituye una

²⁴ MORAL, F., “Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet”, Anuario de Psicología, vol. 32, nº 2, 2001, pp. 13-30, <http://www.eqdpsicologos.com/componentes/documento/616651PB.pdf>, 22-2-2011.

²⁵ KATZ, J.E. y RICE, R.E., Social Consequences of Internet Use, Editorial UOC, Barcelona, 2005.

etapa de una secuencia histórica en la forma económica de explotación de los recursos materiales disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Weber (Weber, 1997: 17) utiliza el término de “afinidades electivas” para referirse a la adaptación recíproca entre ideas e intereses materiales y sociales. Pero estos cambios sociales que ha generado las TIC, se pueden corroborar con la visión determinista de la tecnología. Donde el determinismo tecnológico en la sociología y la economía, apuntan que dentro de los factores que genera un cambio social, se encuentran unas condiciones materiales, que son procesos secuenciales lineales que se cargan con un sentido y una finalidad, donde la tecnología también juega un papel fundamental en la transformación social. Ante esta postura, se asume que las innovaciones tecnológicas producen una serie de fenómenos alrededor de la sociedad (en este caso las TIC). Ante la sociología esto es un producto del desarrollo tecnológico, que a partir de la misma se genera una clasificación histórica de las sociedades.

Teniendo en cuenta, los diferentes planteamientos ya expuestos, se entenderá, que las relaciones sociales medidas por herramientas digitales, son consideradas extensiones de la realidad de la persona, donde se trabajaran las mismas características en la forma de relacionarnos en un espacio físico, pero con conjeturas de temporalidad y espacio. Es decir, se expresa y se delimita las mismas condiciones al momento de establecer una relación social “cara a cara” pero con la diferencia que se es más “eficiente” en el tiempo, debido a que se puede relacionar con varias personas al mismo tiempo., aumentando las posibilidades de crear nuevas relaciones sociales.

6.3.Habitus virtual

"En nuestro caso somos y siempre seremos inmigrantes digitales, nunca verdaderamente en casa en este nuevo terreno" (O.Zur..2012)

“Las redes sociales” se entenderán como espacios que poseen status social, donde este mismo status determina las necesidades de comunicación, que generan variables

entorno a vida social y en su “habitus”. Los jóvenes generan cambios en sus costumbres y percepciones ante la vida social, Cada joven, decide tomar un rol dentro del “campo social” y desarrollar su “habitus” (Bourdieu, 1997), para desarrollarse como sujeto social. En la vida sexual y afectiva, las personas empiezan descubrir todo lo relacionado con los sentimientos como el amor en proceso de formación del individuo.

El sujeto dentro de su proceso de socialización, empieza sentirse más atraído a características físicas y por cualidades propias de la persona, donde busca generar una relación amorosa o sentimental con quien compartir su vida. Los individuos proceden a ir concluyendo la emancipación de la familia mientras que se abre cada vez más a múltiples relaciones sociales (Bauman .2005)²⁶

Ante la modernidad, las personas hacen uno de las nuevas formas de comunicación mediadas por las TIC. Castells (1999)²⁷ confirma estos argumentos en su tercer volumen de la “Era de la información”, donde la TIC comienzan a desarrollarse como la nueva materia prima de la economía, donde genera unos cambios sociales acelerados en la vida social de las personas, debido a que también se establece como el instrumento que organiza el espacio y la comunicación de las personas, las capacidades espaciales y una capacidad de manejar a nuestro antojo los espacios y la información, expanden el flujo de capitales donde las TIC permiten una espacialidad simultáneas. Es decir, permiten el consumo de capitales por medio de la información que se va desarrollando y almacenando en las TIC.

Y estas mismas generan unas nuevas dinámicas de socialización privilegiadas, donde el pasado la familia y la escuela eran las únicas que generaban estas capacidades sociales, ahora las TIC han reducido estos espacios de socialización²⁸, donde los medios informáticos generan una formación individualizada al permitir navegar libremente dentro de la información.

²⁶²⁶ Bauman, Zygmunt. *Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. (2005) Madrid, España: Fondo de cultura económica.

²⁷ La era de la información México, Siglo XXI Editores, 3 vols., 1999.

²⁸ SCHUMACHER, E. F.; “Lo pequeño es hermoso”; 1973 (pdf)

A raíz de la evolución tecnológica, se generan conceptos para enmarcar sucesos temporales y de transformación social, dentro de coyunturas tecnológicas, como por ejemplo el término “Web 2.0”, donde se resalta la creación de las redes sociales, dotadas con la posibilidad de generar vínculos y conversaciones directas con las personas. En términos generales, se puede ubicar el término web 2.0²⁹ fue acuñado en plena transición al año 1999 por DiNucci (1999), es relevante recordar que para ella la web de la época era solo el “embrión” encerrada en las pantallas, a comparación del tipo de web que estaba por generarse.

Las primeras impresiones de la Web 2.0 según la autora (DiNucci. 1999), es que la web solo será entendida por pantallas de texto e imagen, sino como un sistema complejo de información y conocimiento, el espacio donde primará la interactividad. Pero el concepto fue legítimo cuando en año 2005 O'Reilly y la empresa MediaLive albergaron la primera conferencia web 2.0. En una de sus intervenciones, (Battelle y O'Reilly. 2005) proyectaron su definición de web como “plataforma” donde los servicios los proporcionaba la “red y las aplicaciones” funcionan online, separándose de los anteriores programas que se debían instalar en el ordenador, (office un ejemplo claro) teniendo en cuenta esta metamorfosis de las TIC los autores (Battelle y O'Reilly. 2005) señalaron que los usuarios ahora dentro sus actividades generaban contenidos en forma de imágenes, videos, texto audio... estas mismas se podrían usar para generar valor; posibilidades comerciales, educativas y sociales.

Desde el 2010, casi cualquier grupo de personas organizadas constituye una red. Según Bernete (2010) las redes sociales han existido siempre desde que hay sociedad. Sin embargo, desde que existe la World Wide Web (www), este término tiene un uso frecuente recurriendo a la expresión “redes sociales” para identificar estructuras sociales en este caso el de las amistades.

²⁹ DiNucci, D. Fragmented future. Print, (1999). 53(4), 32

6.4. El ser cuántico.

De acuerdo a Carlos Arguello (Arguello, 2013)³⁰, las transformaciones en la tecnología, han permitido que el ser humano se desplace en un mundo tangible e intangible, donde puede superar la espacialidad debido a la internet y las herramientas que dan acceso a ella, en este caso los teléfonos inteligentes, es decir, puede estar presente en dos tipos de realidades, donde la física maneja unas dinámicas sociales, y la realidad virtual, donde puede desplazarse a donde se quiera sin importar el tiempo. Debido a que podemos saber de otra persona al otro lado del mundo sin movernos de nuestra espacialidad física.

Para Antonio Pantoja Chávez, este tipo de dinámicas que se tiene con la tecnología, en especial los teléfonos inteligentes, lo propone como la “deslocalización” (Pantoja, 2011 pg. 4)³¹, donde no es necesario un punto fijo para establecer la comunicación entre emisor y receptor, si no que estos puntos son desaparecen, y van con nosotros en todo momento, generando una conectividad constante por medios de las redes sociales, ya no es necesario que los componentes de espacio tiempo coincidan para relacionarnos.

“Esta tendencia rompe con el apego que sentimos por el territorio, ya que nuestras expresiones se emiten desde un punto de partida, pero son entregadas al espacio compartido de la red. De ahí que muchas plataformas de las redes sociales hayan decidido incluir la opción de localización para que se identifique el lugar donde nos encontramos y nos haga creer de que todavía estamos apegados al territorio.”

(Pantoja, Antonio, 2011)

Además, en términos de accesibilidad a este espacio “cuántico” o “deslocalizado”, potencializa la capacidad de ir a cualquier parte y poder ver lo que se desee, desde una pantalla

³⁰ Arguello, Carlos, Sociología Cuántica, 2013 artículo en pdf, revidado desde <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6481/1/L-ESPE-000617.pdf>

³¹ Pantoja, Antonio, 2011.articulo, los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales archivo PDF.

converge toda la información donde las redes sociales hacen un uso más eficiente de los tiempos al dar mayor información y poder interactuar con más personas en un mismo instante. Las redes sociales proporcionan nuevas posibilidades para compensar el desequilibrio abierto entre las necesidades de relacionarse y los medios necesarios para esa relación social. Es evidente que ya se han dado pasos muy importantes para crear nuevas formas de expresión, pero de entre todas ellas la fundamental es que estamos asistiendo a la transformación de la comunicación unidireccional en una compleja red que nos conecta de forma multidireccional.

7. Resultados.

Dentro de la investigación, se logró develar varios fenómenos que permea la aplicación de Tinder, donde el uso de las fotografías es diferente de hombres y mujeres. Pero a su vez, se crea una clara constante en lo que se pretende mostrar o “demostrar” en cada perfil su construcción del “Yo” virtual.

7.1. Análisis Fotográfico

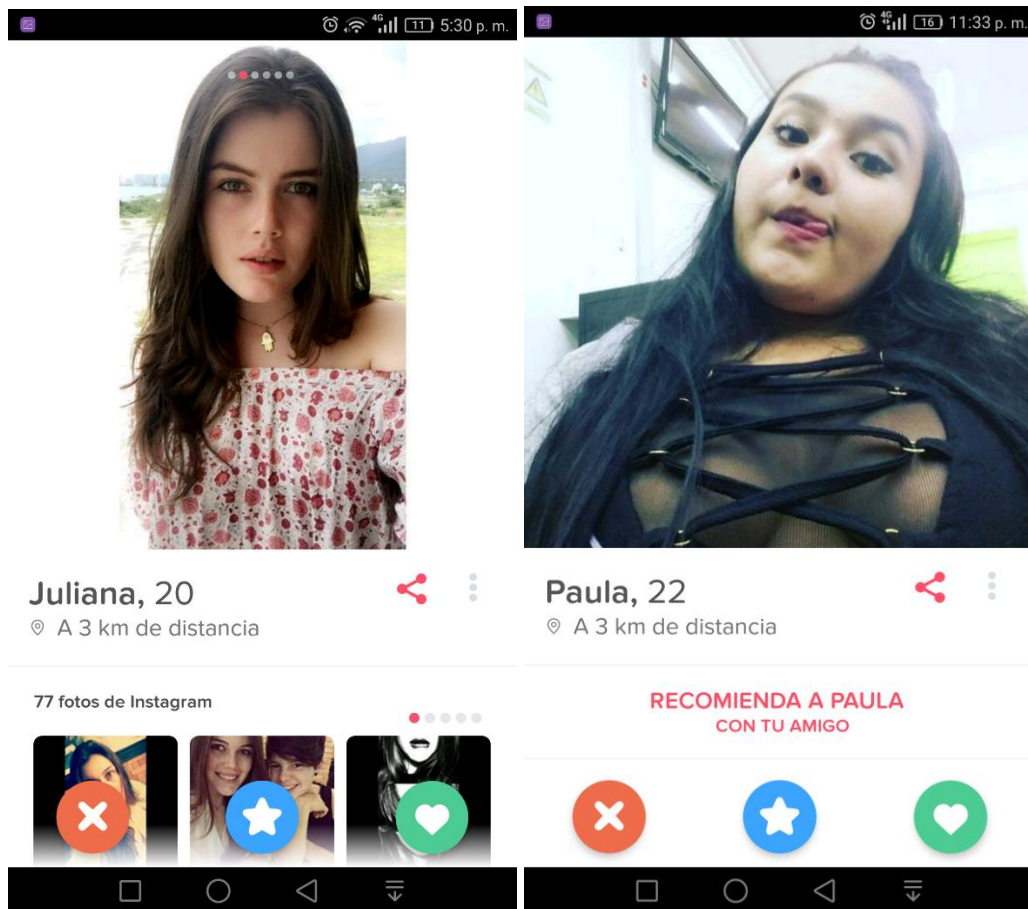
Después de analizar 300 perfiles tanto de hombres como mujeres y una suma total aproximada de 3.600 Fotografías de usuarios de este aplicativo móvil, se logró evidenciar que existe un uso entre las personas de 18 años a 29 años de edad, donde este rango es el que posee más usuarios activos en este aplicativo. Se inicia desde los 18 años, debido a que un aplicativo para mayores de edad, y este mismo trata de corroborar los datos de la persona realizando una interfaz con Facebook, esta conexión permite transportar las fotografías que se desean mostrar dentro del perfil de Tinder.

Los usuarios, con los que se logró hacer contacto, resaltan el uso de Tinder en ciertos momentos y en ciertos lugares, por lo general lo usan en sus casas y por el rango edad, que se estableció, la mayoría de las personas que usan el aplicativo resultan ser universitarias y allí también hacen uso del aplicativo en los momentos libres. Gracias al ajuste del radio de búsqueda que se mide por kilómetros, los usuarios pueden establecer búsqueda cerca de los lugares que habitan y así lograr conocer personas que se ubiquen dentro de su espacialidad cotidiana y sentirse más cómodos en el momento de verse cara a cara.

Pero también este ajuste de búsqueda, permite explorar lugares que no son familiares para los usuarios, mostrando la posibilidad “cuántica”, de mantenernos en nuestro espacio físico y ubicando personas de otros sectores de la ciudad que no se conocen y tratan de articular una relación virtual y epistolar en sus inicios.

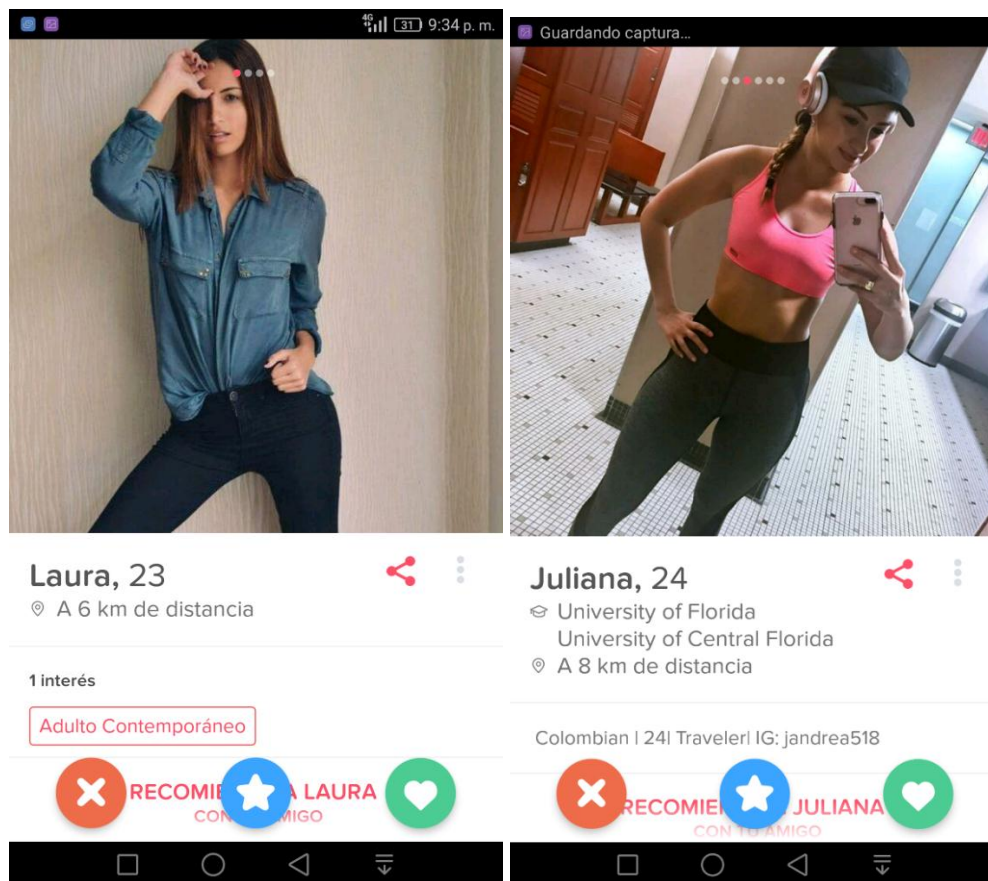
También se encontró, que la mayoría de las mujeres usan las 6 fotografías máximas que permite el perfil, donde en cada una de ellas se trata de destacar el capital erótico y la construcción del “yo”. Por lo general concentran en 6 tipos de fotografías que se clasificarían de la siguiente manera; fotografía de cara y busto, cuerpo entero, lugar turístico, traje de baño, evento social y fotografías donde se vean sus piernas. Hakim tiene razón, al decir, que las mujeres son las que hacen mas uso de todas las cualidades que componen el “Capital Erótico” en todas sus fotografías confirman el interés por llamar la atención del sexo opuesto.

1. **Fotografía de cara;** en la mayoría de las mujeres tiene una o más fotografías de su rostro y parte de su pecho ocupando el marco de la fotografía, con un porcentaje de 98% de 300 perfiles, donde se encuentran muy bien maquilladas y peinadas, usualmente tiene una mano cerca de su boca, una gran sonrisa o un gesto que se podría interpretar como divertido, sacando la lengua o estirando los labios como un beso con un ojo cerrado. Cuentas con accesorio como; aretes y collares, cosas que resaltan su paraciencia. También se ve que este tipo de fotografía suelen usar escotes profundos o ángulos que resalten su busto. Se trata que se vean bien los detalles de la cara, color de ojos su contorno de mejillas, cosas que términos de sexualidad resulten atractivos. En términos de Hakim, es el interés de mostrar en primer componente del capital erótico que es atractivo por la fisionomía facial, en la cara es la carta de presentación de la belleza de la mujer en términos de Hakim.



2. **Fotografía de cuerpo entero:** es este tipo de fotografías, ocupan el 91% de 300 perfiles, muestran todo el cuerpo de la persona frente a un espejo, se hace habitualmente en un baño o en la habitación de la persona, se muestran con poses de lado o simplemente frente a la cámara, donde se puede observar tanto la figura de la persona como los atuendos que suelen usar. Esto enmarca el cómo usa la ropa revelando una serie de capitales en palabras de Bourdieu, y uniéndolo al concepto de Hakim resalta transversalmente al capital erótico, donde la apariencia es el reflejo unificado de todos los conceptos que habla Bourdieu y su postura enmarcan un sentido de experiencias o intereses de la persona. Como el deporte o simplemente se alcanza a notar por el lugar o las características de donde se toman la imagen un status social.

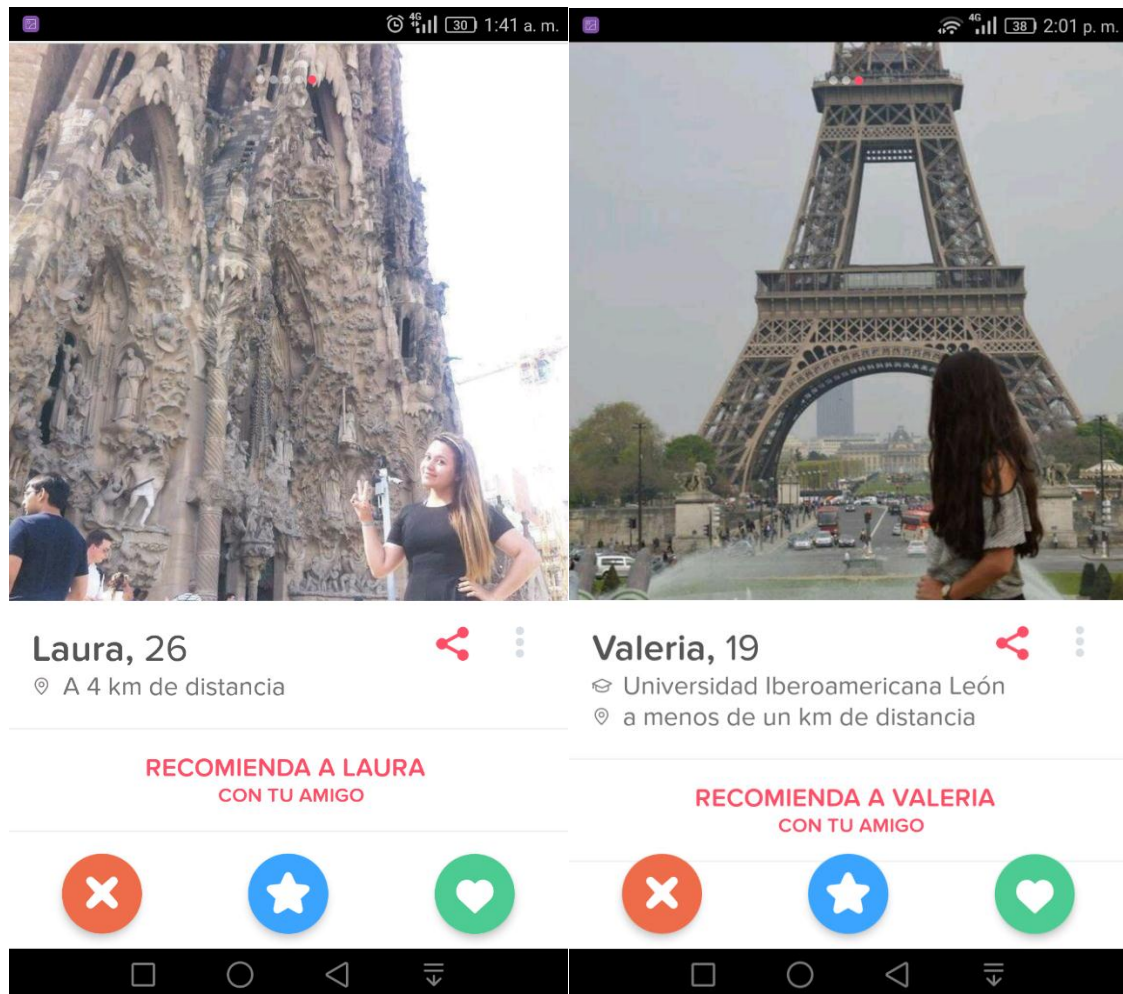
De acuerdo a hakim, mostrar el cuerpo ya no es rasgo de belleza que se liga al rostro, sino a la sexualidad que se representa el todo del cuerpo y a la figura femenina, tener un cuerpo cultivado en una imagen, es una pequeña muestra del interés sexual y la vitalidad, en términos de Hakim. Pero lo sexual y lo Vital se complementa con el movimiento del cuerpo, la voz de la persona y como esta se desenvuelve con otras personas al su alrededor.



3. **Fotografía en lugar turístico:** Se observó que la gran mayoría de las mujeres exponer también imágenes de lugares en el exterior o turísticos, con un porcentaje de 84% demostrando un poder adquisitivo y status social determinante, a su vez, se ven en poses donde resaltan su físico y su manera de vestir.

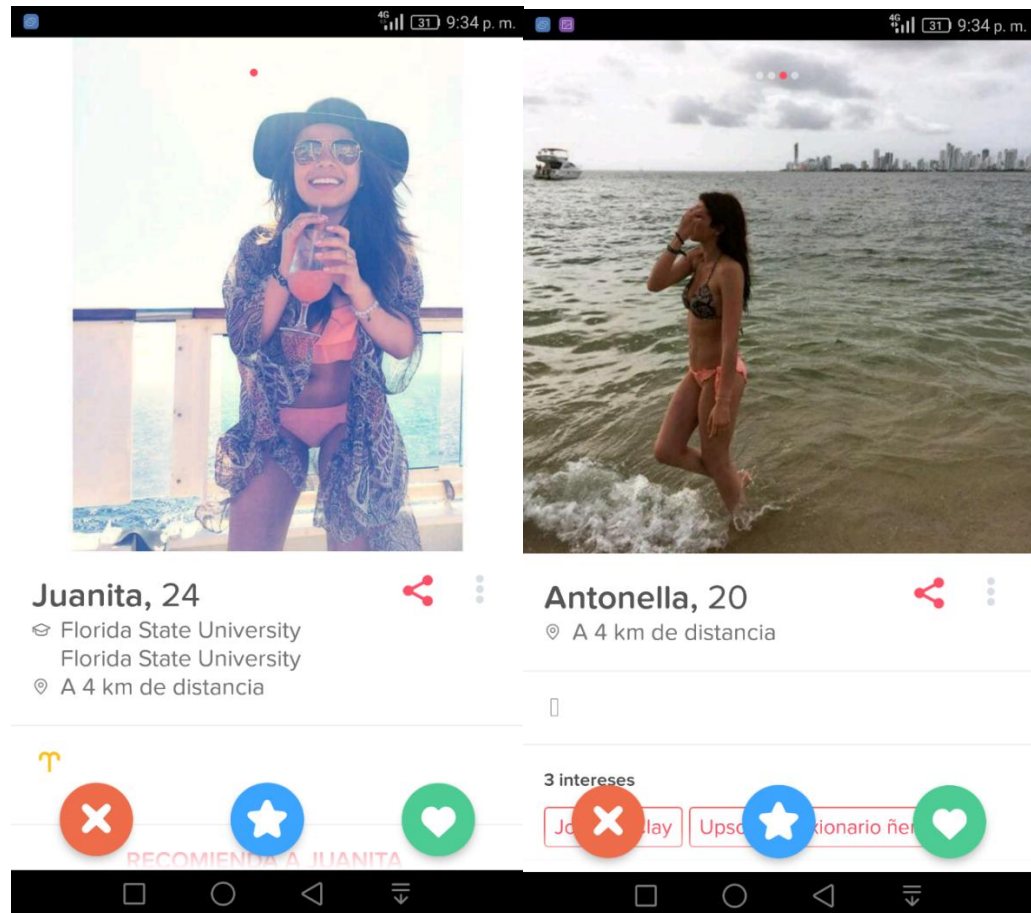
El interés de mostrar unas capacidades económicas y sociales, es la convergencia de todos los factores del capital erótico, hace llamar la atención y el interés, al construirse

como alguien interesante, con temas para tratar de sus viajes y de como se desenvolvió en estos espacios turísticos.



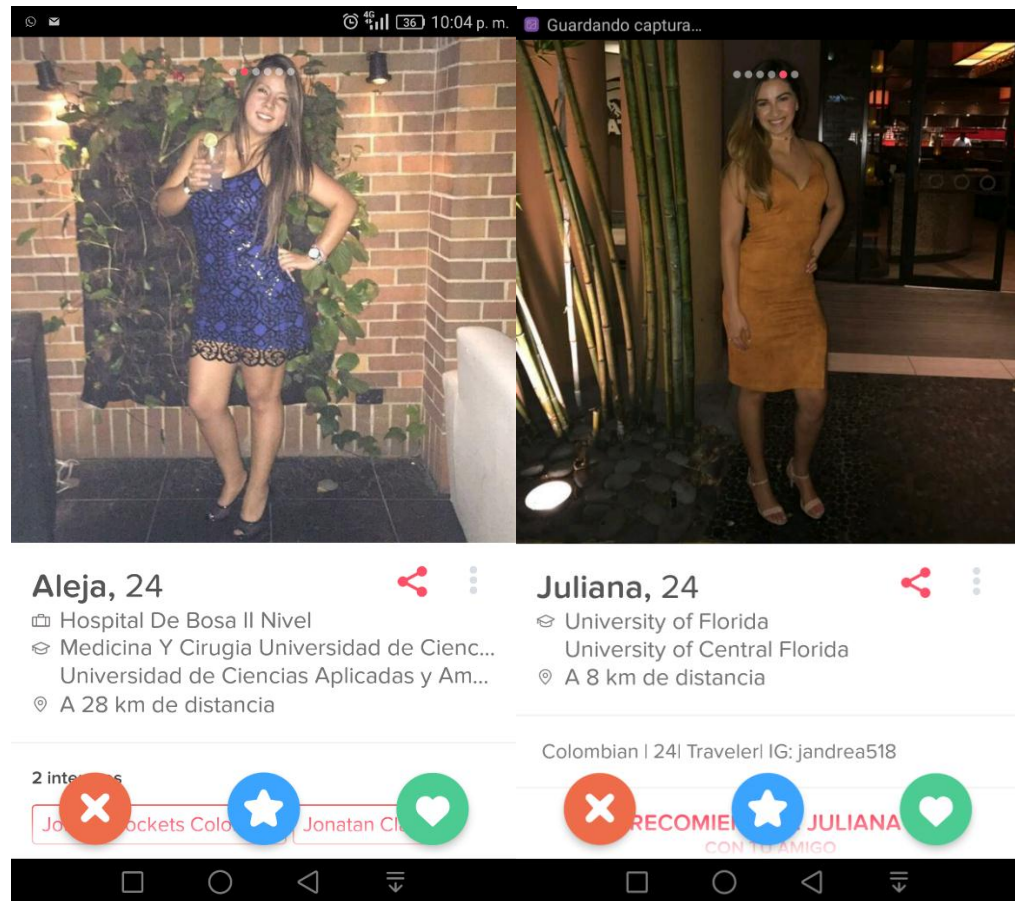
4. **Fotografía traje de baño:** Al igual de que las demás, casi todas las mujeres que exponer imágenes en su perfil, exponer por lo menos una fotografía donde ellas se encuentren en traje de baño con un porcentaje del 82% de 300 perfiles, por lo general son en la playa y tomando el sol cómodamente. Aquí resaltan aún más su cuerpo y toman poses donde su cuerpo resalte su figura y curvas, también, resalta el status y su interés por la comodidad y disponer de este tipo de experiencias lo más constante posible.

Al mostrar su cuerpo, de una manera mas natural, resaltan esos aspectos del atractivo, de la sensualidad y sexualidad que nos habla Halkim. Muestra una seguridad por su apariencia y el interés sexual del sexo opuesto.



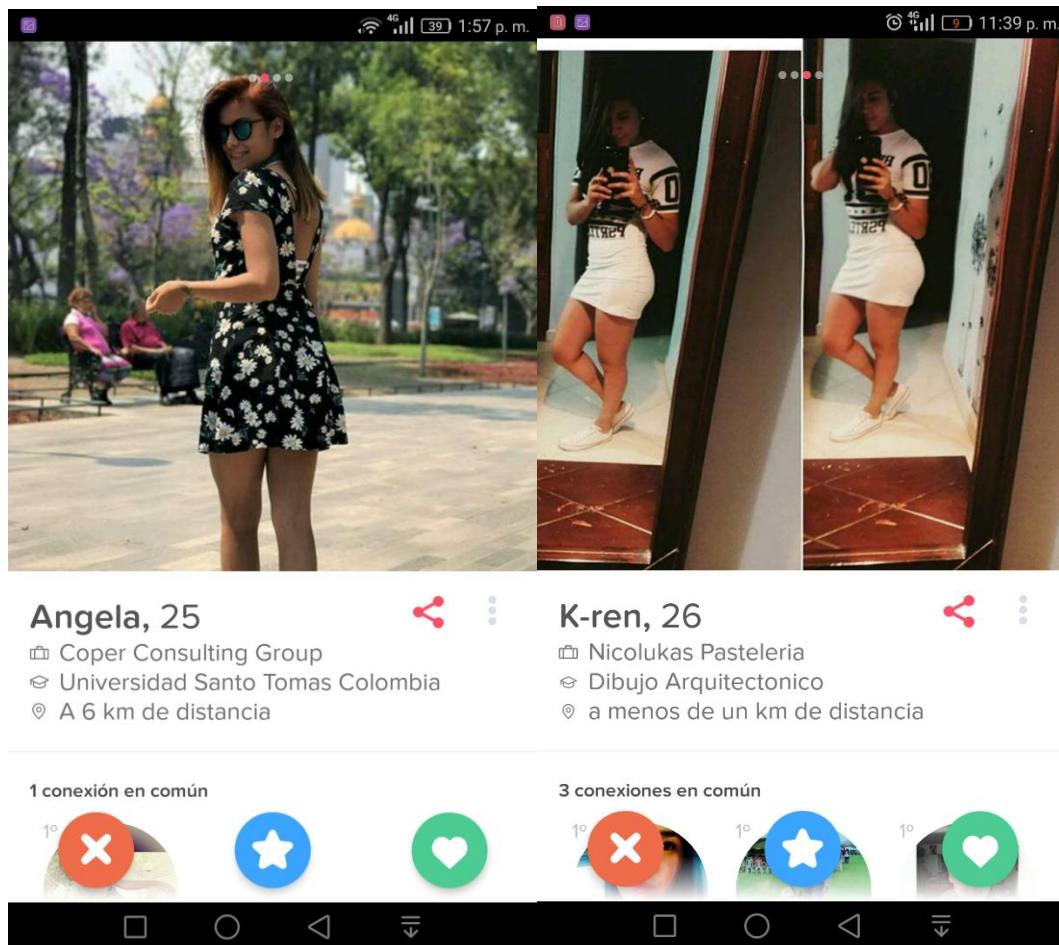
5. **Fotografía en evento social:** este tipo de imágenes se resalta un poco más su status, es del 75% de los 300 perfiles, su potencial de éxito al usar ropa formal o elegante, este tipo de símbolos para Hakim, resalta en la persona las potencialidades de éxito y sobre salir ante los demás, ella también dice que, si es acompañada una elocuencia al hablar y una actitud sociable, se logran más atención y más oportunidades de que las personas deseen estar con ellas o compartir algún tipo de actividad con la mujer en cuestión.

Al igual que las imágenes de cuerpo completo, ese tipo de vestuario para Hakim, resaltan la sensualidad y la figura femenina.



6. **Fotografia de piernas:** este tipo de fotografia no tan cosntante al igual que las otras, ocupan un 45% de 300 perfiles, pero aun asi se alcanza a ver que existe un gran interes por mostrar imágenes donde se logren ver sus piernas. Una vez se resalta una imagen erotica acompañado de un estilo de vestimenta que llama la atencion y coherente a las circustancias.

Pareciera que las fotografias, se fracgmentan a lo largo de la imagen y figura de la mujer, todo indica que las mujeres buscan resaltar cada aspecto de su fisico y de lo que ellas contruyen como propio, del "yo", su identidad, femeneidad, su cuerpo su perfil.

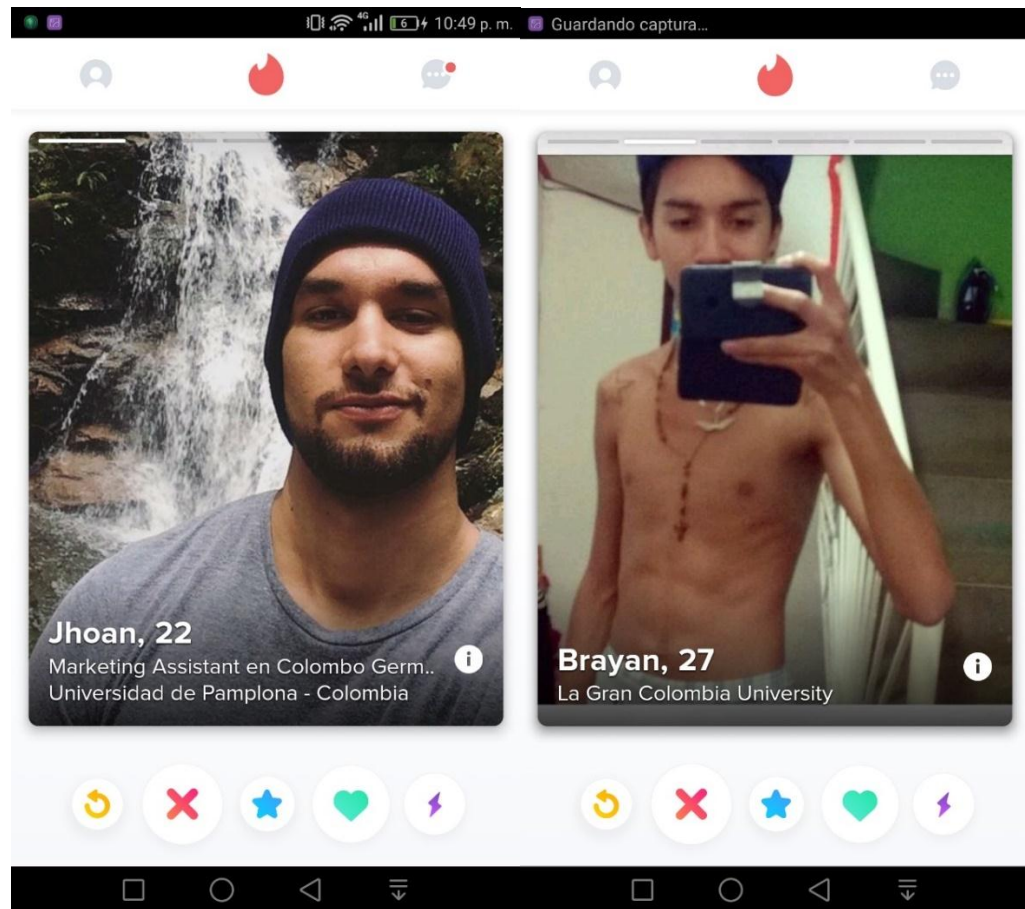


Se nota menos la presencia del capital erótico entre los hombres, y, cuando lo hay, se destacan sobre todo la vitalidad y la buena forma física. Los hombres, hay leves diferencias al contrario de las mujeres, los hombres realtan en 5 tipo de fotografías que son; fotografía de cara y torzo, en un auto, actividad preferida, lugar turistico y posees que se ha llamdo distraido.

1. **Fotografía de cara y torzo:** en este tipo de fotografías el 98% de los hombres las usan en su perfil, se relata tambien sus rasgos faciales, pero tambien se encontro que este mismo porcentaje expone su torzo desnudo. Esto en terminos de Hakim, resalta la capacidades fisicas del hombre y resalta su erotismo e interes sexual.

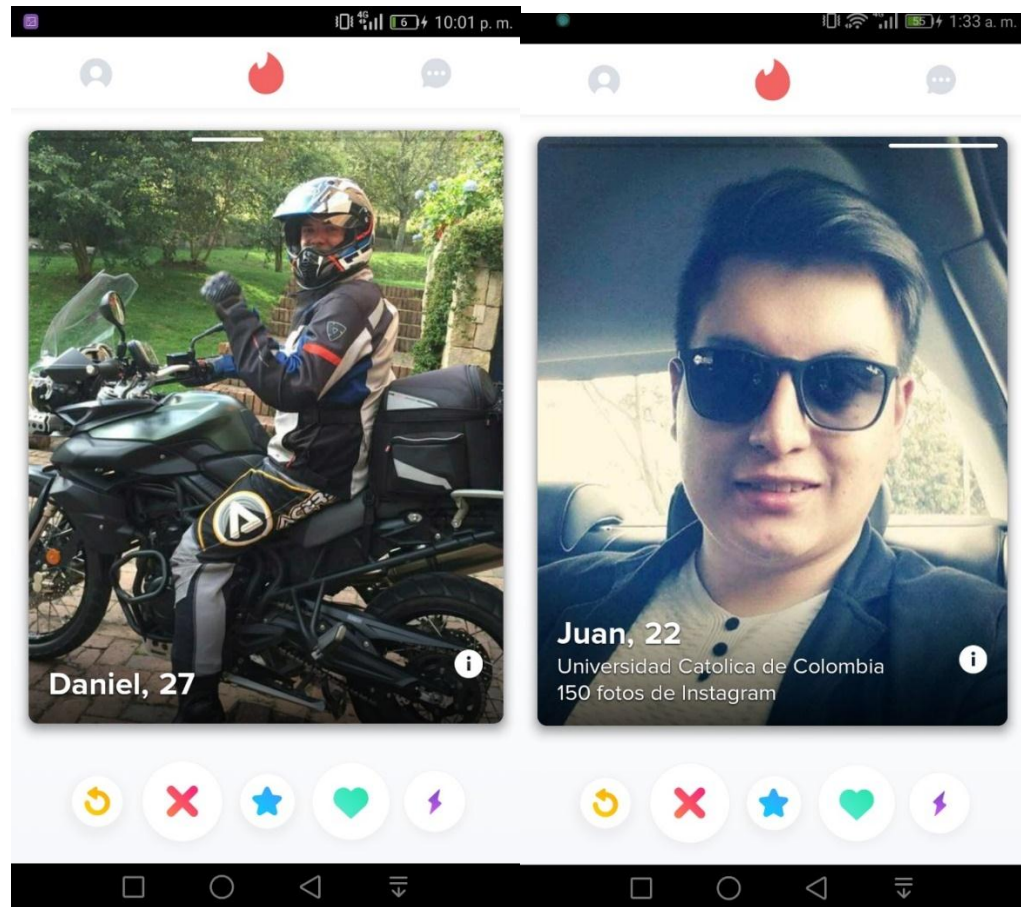
Pero para Hakim, el hombre se muestra de un manera mas de humor y no tan erotica en su totalidad como lo hace la mujer. Es claro que hombre no se esfuerza en su apariencia

como lo hacen las mujeres, pero tratan de verse fuertes, viriles con un claro interés por llamar el interés del sexo opuesto.



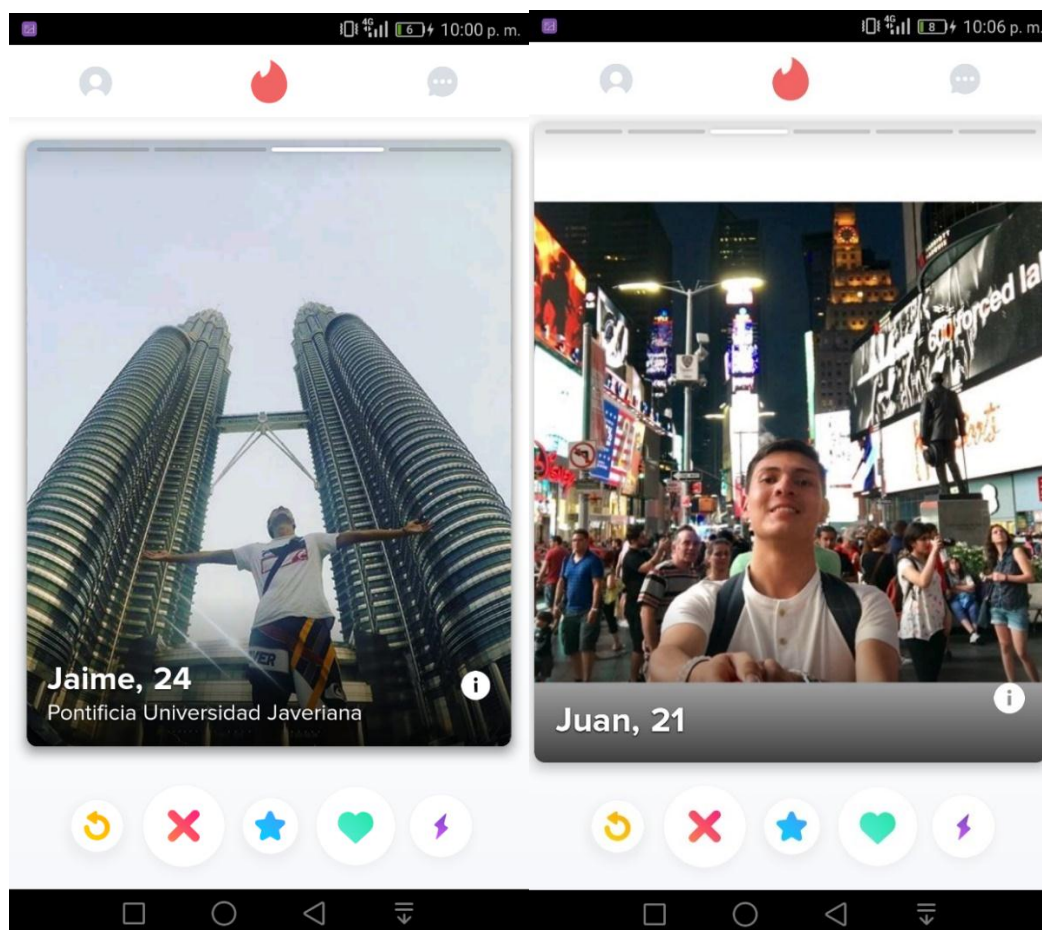
2. **Fotografía en auto:** en el 63% de las fotografías, los hombres se encuentran dentro de un automóvil, donde suelen usar lentes oscuros, este tipo de imágenes pretende resaltar la posesión de un vehículo y la capacidad de poderse desplazar a donde ellos deseen. Es correcto interpretar el status que pretenden demostrar como su capital económico, para el sexo opuesto y rescatando el concepto del capital erótico, las mujeres ven ellos la posibilidad de ir con ellos a compartir otro tipo de capitales y modificar su hábitus.

Pero como resalta Hakim, se queda en la muestra de las capacidades económicas, dejando del lado, varios factores del capital erótico, donde los accesorios presentación, el don de gente, etc.. son de cierta manera necesarios para el momento de la conquista.



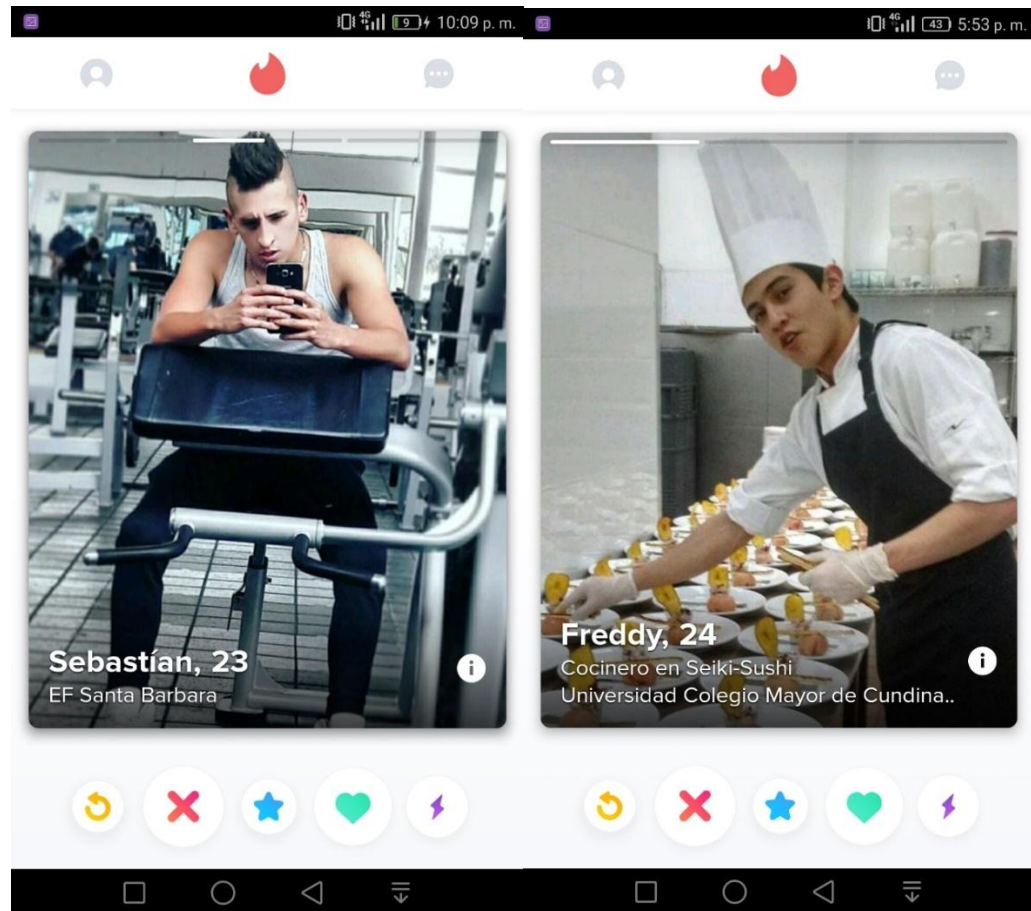
3. **Fotografia Lugar turistico:** el 90% de los hombres poseen por lo menos una fotografia en algun lugar turistico, al igual que las mujeres buscan demostrar un status, una capacidad economica que les permite visualizar a los demas que son o tiene la potencialidades de éxito y de disfrute con ellos.

Es claro, que su busca mostrar las capacidades sociales y economicas, mostrar su construccion del “Yo” como alguien interesante, con conocimientos de otras culturas fomenatndo el imaginario del hombre de mundo.



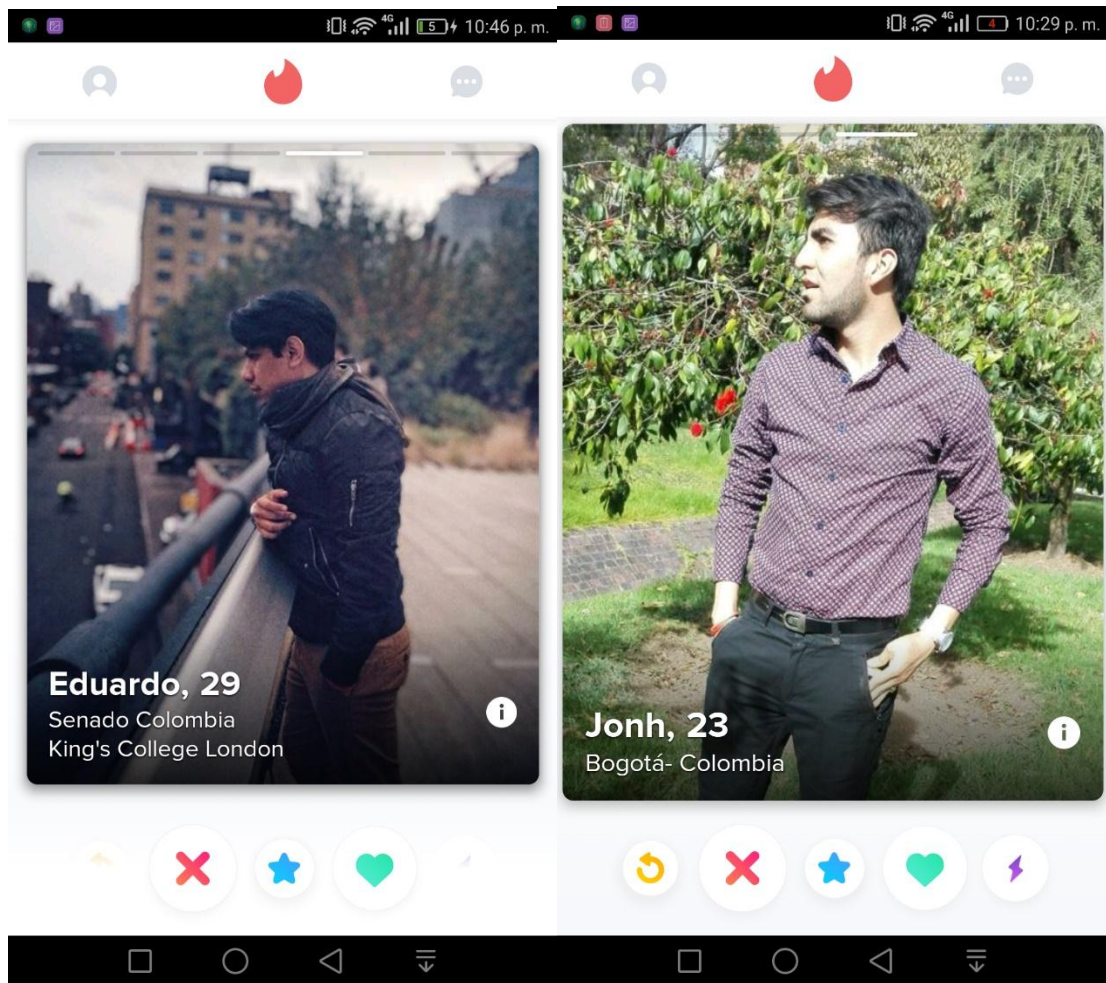
4. **Fotografia de actividad favorita:** en el 83% de las fotografías, los hombres a diferencia de las mujeres, buscan exponer sus actividades deportivas, recreativas o laborales, pero la más común son en el gimnasio o en actividades de deporte extremo. Esto en términos de Hakim, se quedan cortos en mostrar su capital erótico y pretenden mostrar a las mujeres como consiguen su capital económico o en qué lo invierten.

Pero como habla Hakim, quedan cortos con mostrar más allá de sus capacidades económicas, buscan más mostrar su trabajo o la actividad que invierten el capital que ganan, aunque los que muestran la inversión en el gimnasio, son más intencionales a mostrar su cuerpo y su interés sexual.



5. **Fotografia distraidos:** En este tipo de fotografías, el 87% de los hombres a diferencias de las mujeres, no miran directamete a la camara y tienden a ver hacia otro punto, aparecen con posee de costado o como si le hubieran tomado la foto sin que ellos fueran consienetes de la toma. En estas imágenes sale tanto la cara en el marco de la fotografia o el cuepro completo en hambientes casuales y prensas que se pueden considerar de uso diario.

De acuerdo a Hakim, la apariencia de la ropa y como se usa, tienem un sentido de demostrar capacidad economica y de status, a su vez se busca sobre salir con la apariencia de otros hombres, el din de gentes y la vitalidad se tratan de demostrar por parte de los hombres.



Es importante, resaltar que esta investigación logra exponer el interés de las personas de transportar sus cualidades “simbólicas” e intenciones por medio de sus fotografías, es decir el usuario trata de subir a un espacio virtual su propia interpretación del “yo”, como el quiere verse o como creen que lo ven, eso también va unido al momento temporal que la sociedad expone como llamativo, “bonito”, “sensual”.

En pocas palabras, si se cree que lo que se sube a la red es una extensión de la corporalidad, intereses y gustos, se hablaría que somos seres “cuánticos” que manejan diferentes espacios y tiempos “hábitus virtual”, donde la virtualidad me permite un desenvolvimiento del “Yo”, donde es posible exponer y ver otras personas, e interesarse en ellas por lo que ellas representan en la red. pero aun así estar desenvolviéndose al mismo tiempo en un espacio físico en el hábitus de la cotidianidad.

7.2. Las conversaciones.

El investigador, uso el aplicativo por un periodo de un año y logro generar ³²“Mach” con 287 personas y se entablaron 108 conversaciones de chat, en las cuales se logró evidenciar el interés de varias de ellas para proseguir a encontrarse en persona, pero se descubrió que existe un tipo de condiciones a seguir para dar el paso a conocerse. Al iniciar la conversación por chat se percibe cierta desconfianza, depende de los intereses en común que se encuentren en la conversación que se va generando una conversación más dinámica y amena, luego de que se supera esta barrera, suele pasar a volverse amigos en Facebook o seguirse mutuamente en el aplicativo Instagram, esto se entiende en varios sentidos, uno de ellos es para poder observar más sobre sus fotografías y ver otras escenas de su vida social, es decir se trata de analizar cuál es el habitus de la persona y como el capital erótico converge de las imágenes, también para verificar que la persona existe con la constancia de sus publicaciones y la cantidad de fotos que encuentre en su perfil genera más confianza e interés en continuar con el paso de verse cara a cara.

“¿Te vez como alto en tus fotos, que tal cuando me veas me veas muy bajita jajajaja cuanto mides? (mujer 1, 22 años.)

“¿Oye mejor me escribes por WhatsApp? (mujer 2. 23 años)

Este tipo de conversación, es muy frecuente, sobre todo la de poder hablar por WhatsApp, ese el siguiente paso para establecer una comunicación mucho mas ágil y constante con la persona, para ganar confianza y lograr el encuentro, otro tipo de conversaciones apuntan a este ejemplo;

Investigador- *“¿estas cerca a mi universidad?”*

Mujer 4- *“si, porque”*

Investigador- *“¿nos vemos un rato, y nos tomamos una Pola?”*

Mujer 4- *“ummm, no se, ¿a donde vas a ir?”*

(Mujer 4, 23 años)

Este tipo de preguntas, de “¿donde vas a ir?” salen mucho en la conversación y dependiendo del sitio, la respuesta es afirmativa, la mayoría de las personas de fijan en el

³² Mach: palabra usada en la aplicación cuando se generará una coincidencia, es decir, cuando se logra abrir una venta de chat para que las dos personas puedan interactuar.

tipo de bar que se planea la invitación, si el bar es reconocido y de buen gusto, por lo general la respuesta es un “sí”. Esto refleja el interés de estar en lugares bonitos o tal vez donde se sientas mas seguras.

“¿Cómo apareces en Instagram?”

(Mujer 5, 27 años)

Este tipo de preguntas, o solicitudes, pretende ver mas de las imágenes de las personas, verificar si el usuario no miente en quien es. El numero de fotografías y el tipo de imágenes que se encuentran en esta plataforma le genera confianza a las personas, es como si verificando su existencia en el mundo virtual y su actividad constante en ella, le diera paso a su existencia en el plano físico.

A su vez, agregarlos a Facebook significa que estamos almacenando a la persona en un banco de contactos, donde a si se deje de interactuar con la persona estará allí siempre que se quiera reactivar la conversación. Luego que verificaron que la persona existe con la constancia de sus publicaciones y la cantidad de fotos que encuentre en su perfil genera más confianza e interés en continuar con el paso de verse cara a cara.

Pero la mayoría de las veces, esto no se pregunta, simplemente se genera con el tiempo y el interés que se generen dentro de las conversaciones, o si ya se estableció un contacto cara a cara, se reafirma el interés añadiendo a la persona a Facebook.

7.3.El cara a cara.

En este punto de la investigación, resulto difícil no olvidar el objetivo de indagar sobre principales motivaciones por las cuales, las personas recurren a el aplicativo Tinder para entablar relaciones sociales. Se encontraron varios factores que motivan a las personas a buscar establecer relaciones sociales por medio de este aplicativo.

Una de esas razones, es que ofrece la posibilidad de conocer personas fuera de sus círculos sociales a los que ya están acostumbrados, para tratar de modificar su habitus y

tener otro tipo de experiencias que para los círculos que pertenecen son ajenos, también porque es una manera efectiva y eficiente de buscar esos intereses, debido a que en tiempos de ocio o libres pueden ver cientos de perfiles y esperar una conversación con alguien diferente sin moverse del lugar donde se encuentran.

Otro aspecto que se encontró, es que dependiendo del lugar, la actividad y el tiempo que se establezca para el desarrollo de la cita, aumenta la posibilidad o crece el interés por establecer una relación sentimental o íntima el mismo día que se presentan en persona, la capacidad adquisitiva y desenvolvimiento verbal que se tenga en el encuentro además de otros detalles que conforman el concepto de capital erótico define como puede terminar el encuentro o el interés por tener más citas con esa persona.

Por último, después de ver los 600 perfiles, se logra triangular que, la mayoría de las personas, responde a una clase social aparentemente alta o eso muestran sus perfiles, son estudiantes universitarios en su mayoría y son de universidades privadas. Es curioso que 88% de los perfiles responde a los esquemas físicos que resalta el capital erótico, es decir, son personas atractivas, con buen físico y con buenas capacidades económicas. Esto puede sugerir que esta aplicación la usa cierta clase social, pero no es concluyente esta hipótesis.

Aunque es posible pensarlo, debido a que, en los encuentros realizados, de corroboraba ese interés, de fijarse en lo físico y en las capacidades económicas. Pero también hay un gran interés de las mujeres por buscar un amor romántico, todo depende de la confianza que se valla generando entre los dos sexos, pero se resalta un gran interés por lograrlo.

Con las personas que se contactó, se estableció que habían tenido algunas dificultades con sus parejas anteriores y habían optado con “probar suerte” con la aplicación, debido a que como no hacían parte de su cotidianidad, si salía algo mal, sabían que la posibilidad de volver a verse sería reducida, y podrían continuar con otra persona sin ningún temor.

8. Conclusiones.

La investigación, logro encontrar que las personas al momento de buscar una relación social mediada por el aplicativo Tinder, juzgan cada aspecto de su apariencia de su viable pareja, para ver potencialidades y oportunidades donde logren involucrarse con sujetos

que cambien aspectos de su habitus. Al igual de los aspectos básico del interés físico y los diferentes tipos de belleza, es decir, por los aspectos netamente del interés de buscar alguien para entablar una relación sexual, se identifica que el concepto transversal de Hakim del capital erótico, reúne todos los capitales en términos de Bourdieu en la persona, y se lee que, por su forma de actuar, el tono de voz, la elocuencia de sus conversaciones, el carisma, la ropa que usa, sus accesorias, sus gusto e intereses son determinante al momento de escoger o ser escogido para entablar una relación social y posteriormente sexual.

Aunque en otros países, como Europa, donde este aplicativo es líder para buscar relaciones sexuales de una sola noche, se logró evidencia que en las dinámicas son diferentes, en este caso en Bogotá lugar donde se realizó el estudio, donde tal vez por motivos culturales, se maneja como una opción para buscar una pareja sentimental, se encuentra que existe en las conversaciones el coqueteo y la conquista de la personas, en la gran mayoría de los casos, no se pide directamente una relación sexual, se establece citas y encuentros donde las personas se logren conocer más y puedan compartir experiencias. Pero esto no cierra la posibilidad de que no se encuentren personas con el único interés de tener sexo.

Dentro de la bibliografía, que se utilizó para realizar esta monografía, se encontró una gran división de posturas referentes tanto a las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como a las posibilidades e intereses de la sociología por entender los fenómenos que permean las redes sociales o aplicativos de citas. Se identificaron dos grandes posturas; una donde los autores hacen fuertes críticos del cómo ha invadido la vida social de las personas, como estos abren la brecha al contacto humano y las relaciones sociales y como ha afectado la formación de individuos entre otras cosas... – otra donde; los autores se llenan en alabanzas por los cambios que han realizado y como han minimizado el mundo al poder conectar a las personas independientemente de la distancia donde se encuentren, como han aportado al desarrollo de diferentes escenarios de la vida social de las personas y en términos globales. Pero no se encontró, una postura donde entablara una discusión entre las diferencias, o que nombrara esos polos de una manera neutral, donde se logre identificar los pros y las contras de un concepto.

Se encontraron dificultades documentales, debido a que lo poco que se ha escrito sobre el tema son solo experiencias enviúdales de una persona con sus parejas, es un tema actual que no se e ha dado un verdadero interés por seguir explorando estos aplicativos, se han realizado estudios a redes sociales, pero este tipo de ramificación le dan otro sentido a estas investigaciones y cada aplicativo que se genera abre la puerta a nuevas preguntas, debido a que de un gusto particular del cual se generan, con el tiempo se vuelven de gusto generales y si continua cíclicamente.

La aplicación, abre las puertas a potencializar los tiempos y espacios para conocer una pareja fija o esporádica. Se podría decir que entre tantas opciones se tiene la posibilidad de tener una pareja fija o varias esporádicas, es decir, siempre se puede intentar una vez mas, es claro que no es fácil encontrar una posible pareja que tenga todas las cualidades de una relación sentimental con todos los factores del romanticismo, pero con los miles y miles de perfiles que circulan este aplicativo, aumentan las posibilidades de encontrarlo. No hay garantías pero tampoco fronteras.

Sobre el capital erótico presente en la aplicación, se concluye que las mujeres están muy por delante de los hombres. Así como en la presentación de las imágenes y conversaciones con “insinuaciones” de amor romántico. Pero si se establece un cruce de lo que se hace en la realidad y lo virtual, son las mismas interacciones y se pretende mostrar lo mismo que muestran las imágenes, unas capacidades eróticas de llamar la atención del sexo opuesto, un primer interés de hablar con alguien atractivo/a, donde la mujer es la que seduce, pero en Tinder estas reglas son iguales para los dos, se busca una seducción mutua en un espacio virtual, cuántico y donde la construcción del “yo” se corrobora en la realidad.

En una futura investigación, seria importante aclarar porque hay esta diferenciación. Porque el déficit masculino en el capital erótico en relación a las mujeres ya existía fuera de la red y se está reproduciendo en el ambiente virtual el mismo comportamiento estándar.

Durante toda la investigación, se encontró que la aplicación tuvo cambios, tanto pasajeros como algunas actualizaciones que se mantuvieron o abrieron las puertas a que se pagara por recibir mas. Durante un tiempo, la aplicación podía realizar grupos de

amigos, que pretendían salir, y buscar otros para complementar una salida o un viaje, es decir, ya no era una sola persona buscado otra, sino varias personas conectados a un perfil buscado otros grupos para conocerse, pero esta posibilidad duro unos cuantos meses.

También abrió la posibilidad de darle una “estrella azul” esta resaltaba el interés por una persona, cuando la otra persona se encontraba con la fotografía de aquel usuario que le dio la “estrella azul” aparecía el símbolo de que esa persona ya le había dado “like” a el perfil de la persona, evidenciaba su interés directamente y no anónimamente como normalmente muestra la aplicación. También apareció un botón de regresar los perfiles que ya se habían ignorado, pero ahora se debía pagar para volverlos a ver.

Tinder, entro tanto al mundo del mercado la aplicación, que en su ultima actualización, solo se puede darle “Like” (x) numero de veces al día, si se quieren mas de debe pagar una cota mensual, semestral o anual. También abrió la posibilidad con este pago, que se aparezca de manera privilegiada en la aplicación, que se muestre de primeras y varias veces al día.

Esto demuestra, que las relaciones en medio virtual, entran en las dinámicas del consumo. Y abre mas preguntas si las relaciones se verán enfocadas en un futuro netamente al consumo, el que posea las capacidades económicas tendrá mas posibilidades de tener pareja o de salir con mas personas.

Esta monografía, también deja preguntas abiertas a seguir explorando fenómenos sociales que generan este tipo de aplicativos móviles, alrededor de la sexualidad, genero, del territorio, de la prostitución, de comunidades LGTB, de la cultura entre otras...

También deja esta monografía una reflexión, a la postura de Catherine Hakim, y su concepto de “capital erótico”, es la muestra a una inclinación social, de darle oportunidades o facilitar la vida de aquellas personas que responden al esquema de belleza. O simplemente estamos entrando a una era donde lo superficial es lo que cuenta como herramienta de éxito. Si bien leyendo el trabajo de Hakim, abre dudas sobre su postura algo sexista, ella defiende su esquema de que la sociedad lo exige, por lo tanto, se debe manipular y configurar para no quedar atrás en los estándares de éxito. Seria prudente también, ver esta postura de la socióloga Hakim, con los discursos feministas actuales.

Como recomendación personal, se considera, que la academia, dentro de la formación de los sociólogos/as se expusiera estos temas tan actuales y relevantes para comprensión de la sociedad actual, que a consideración del investigador resultan de vital importancia comprenderlos, al ver que se tratan ejes centrales del fin del ser sociólogo/a, que son dar explicación a los fenómenos y las relaciones sociales. Se puede considerar dentro la investigación un enorme auge para que la sociología expanda sus campos de estudio y ayudar a la sociedad a tener un mejor aprovechamiento eficiente y lógico de las herramientas tecnológicas que nos rodean en la era actual.

Bibliografía

- Anthony, Giddens, La transformación de la intimidad, sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas, Madrid, ediciones 2014 Pg 192
- AIBAR, E. (1996): “La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales en la sociología de la tecnología” en Revista Española de Investigaciones Sociológicas –Reis-, Nº 76, Octubre-Diciembre (pág. 141-170), Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Bauman, Z. (2006), Amor Líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- BOURDIEU, P. (1997): Razones Prácticas Sobre la teoría de la acción, Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, P. (1988) : La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, Madrid, Taurus.
- Broncano, Fernando. (2000) Mundos Artificiales. Filosofía del Cambio Tecnológico. Ed. Paidós.(pdf)
- Castells, M. (2010). Comunicación y poder. N.p.: Alianza Editorial
- Coran Berkin, S. y Z. Rodríguez Morales (2000), —El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficas, Espiral, Estudio sobre Estado y Sociedad VI (17), pp. 49-70.
- Sociología y redes sociales, terminología entorno al fenómeno, 22/08/2015 2.00 pm .(<http://sociologiayredessociales.com/2011/05/las-redes-sociles-terminologia-entorno-al-fenomeno/>)
- Yuval noah, harari (2015)de animales a dioses, breve historia de la humanidad. (pg.435-454)
- GARCÍA GARCÍA, F., & ROSADO MILLÁN, M. J. (2012). Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0. Comunicación Y Sociedad, 25(1), 15-38.http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/18261_58406.pdf

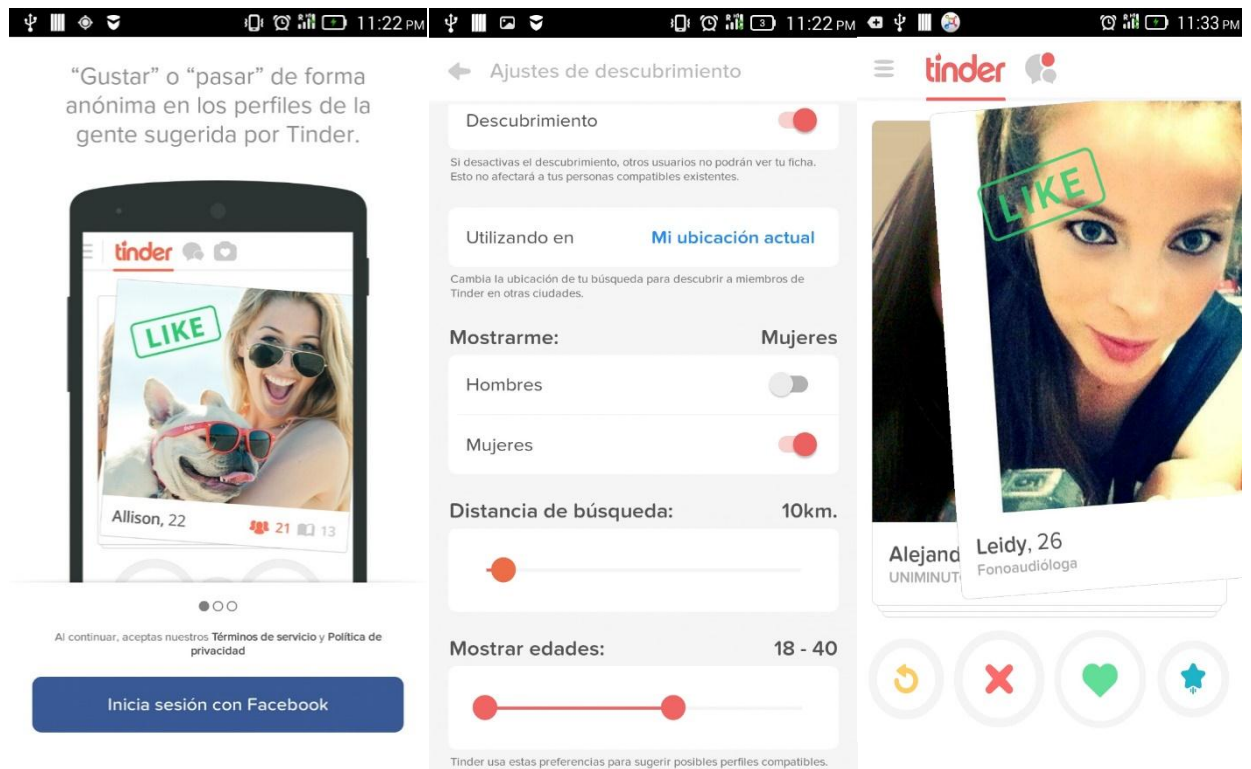
- Broncano, Fernando. (2000) Mundos Artificiales. Filosofía del Cambio Tecnológico. Ed. Paidós.(pdf)
- Castells, M. (2010). Comunicación y poder. N.p.: Alianza Editorial
- Coran Berkin, S. y Z. Rodríguez Morales (2000), —El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficas, Espiral, Estudio sobre Estado y Sociedad VI (17), pp. 49-70.
- Echeverría Ezponda, Javier (1998) 21 tesis sobre el Tercer Entorno, Telépolis y la vida cotidiana. Instituto de Filosofía CSIC Madrid. Disponible en : <http://suse00.su.ehu.es/liburutegia/liburuak/congresos/014/14007011.pdf>.
- Ellul, Jaques (2003) La Edad de la Técnica. Ediciones Octaedro. Barcelona (pdf)
- Giddens, A. (1999), —Experimentos cotidianos, relaciones, sexualidad, en La Transformación de la Intimidad, Madrid, Cátedra.
- Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. y Gil, E. (2003): ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital [en línea], UOC, consulta realizada 11/11/2015, artículo disponible en [http:// www.uoc.edu/dt/20347/index.html](http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html)
- H. S. Perry y M. L. Gawel, 1953, repr. 1968) *Interpersonal Theory of Psychiatry*
- Hakim, C. (2012). Capital erótico: El poder de fascinar a los demás. https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/14904/71248_Bergua%20Rayo%2C%20Angela.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jeffrey C. Alexander. What We Learn from the Humanities -, Yale University (Submitted by CultureAdmin on Fri, 05/15/2009 - 15:52) (Conference in honor of Professor Ruth Katz, The Hebrew University of Jerusalem, December 2008.)
- KREIMER, P. y THOMAS, H. (2004): “Un poco de reflexividad o ¿de dónde venimos? Estudios sociales de la ciencia y la tecnología en América Latina”, en Producción y uso social de conocimientos. Estudios Sociales de la ciencia y la tecnología en América Latina, Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes

- MARX, K. (1970): Contribución a la crítica de la economía política, Madrid, Ed. Alberto Corazón.
- MARX, K. (1974): La ideología alemana, Barcelona, Grijalbo.
- MCKINNEY, FITZGERALD, STROMMEN. Psicología del Desarrollo (Edad Adolescente); Cap. 6 – Relaciones entre Compañeros
- Naval, C., Sábada, Ch., Bringué, X.(2003): Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las relaciones Sociales de los Jóvenes Navarros, Navarra, Gobierno de Navarra.
- - SANTOS, M. (2000): La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo, razón y emoción, Barcelona: Ariel.
- SANTOS, M. (2004): Por otra globalización. Del pensamiento unico a la conciencia universal, Bogotá: Concenio Andrés Bello
- Staudenmaier, John. M. (1994) “Rationality versus Contingency in the History of Technology”, en Smith, M.R. y Marx, Leo (eds.) Does Techonology Drive History? The Dilemma of Tecnological Determinism, MIT Press, Cambrige MA and London UK. <http://www.virtualknowledgestudio.nl/documents/handbook-chaptersally.pdf>
- Tinder, la aplicación de moda para encontrar amor.15/08/2015. 6.40 pm [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131126 tecnologia app flirtear ti nder amor ap](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131126_tecnologia_app_flirtear_tinder_amor_ap)
- Todorov. Tzveti. (1987) “la conquista de America”
- Weber, Max, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1969. Tomo I, Sección 2, Capítulo 1: "*El concepto de acción social*", págs. 18 a 23.
-
- Amor digital. 16/08/2015. 3.29 pm. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/18261_58406.pdf
- Espinoza Rojas, Johana. Reconfigurando el amor: mediación tecnológica y relaciones afectivas. 19/08/2015. 5.00 pm <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2361/2098>

- Sociología y redes sociales, terminología entorno al fenómeno, 22/08/2015 2.00 pm .(<http://sociologiayredessociales.com/2011/05/las-redes-sociales-terminologia-en-torno-al-fenomeno/>)
- Yuval noah, harari (2015) de animales a dioses, breve historia de la humanidad. (pg.435-454).

Anexo 1

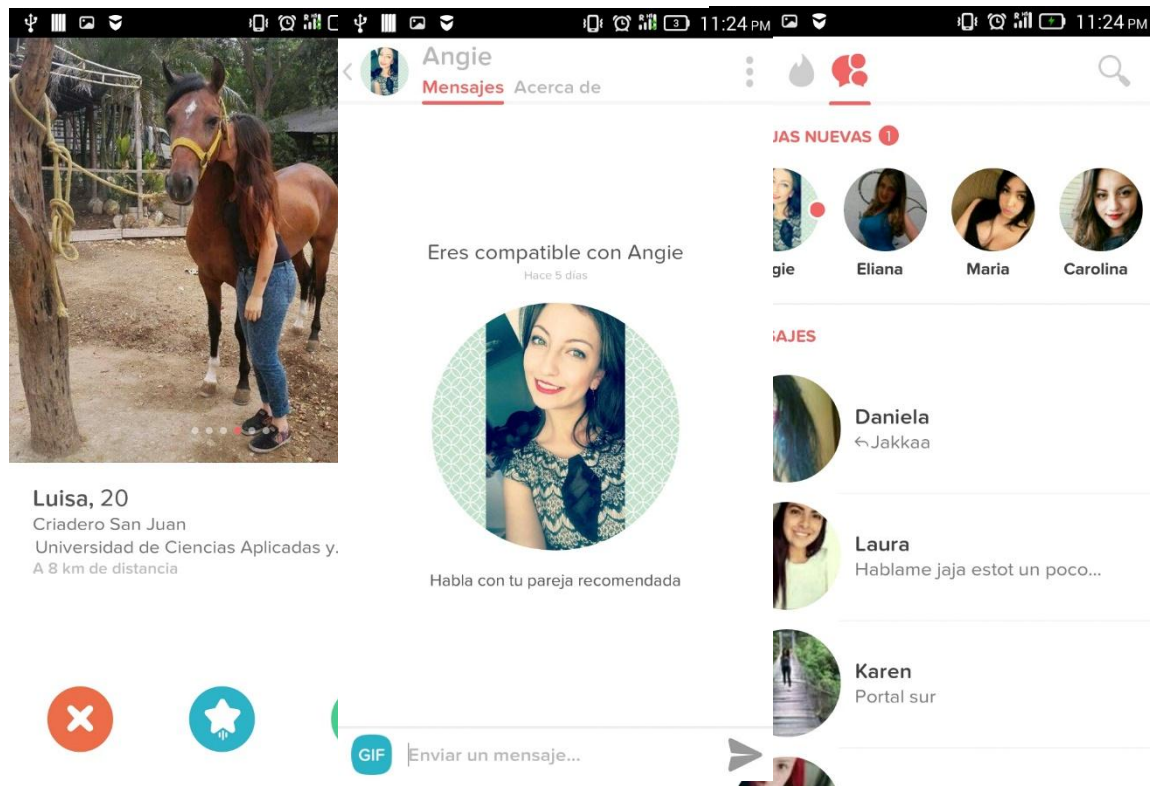
Como funciona Tinder



Tinder, es un aplicativo para teléfonos móviles, que permite encontrar otras personas que la usan. Donde se puede configurar la distancia, la edad y el interés por conocer hombres o mujeres, tan solo pasando el dedo por la pantalla de puede descartar o indicar el interés por una persona. Se pueden ver numerosos perfiles anónimamente, o con la estrella azul se generará una alerta a la otra persona, donde la persona al encontrar el perfil del que genero la alerta, será señalada que esa misma se encuentra interesado en conocerle.

De entrada, los perfiles muestran una foto principal y la edad del usuario. Hace algunos meses el aplicativo se actualizo mostrando ahora, el lugar de estudios y nombre la compañía a la cual trabajan, estos datos son agregados automáticamente de la información expuesta de Facebook, debido que el aplicativo exige hacer un vínculo con esta red social, para verificar información, pero no se genera ninguna notificación de uso es la red social, debido a que este aplicativo trata de proteger la “privacidad” del usuario en todo momento.

Anexo 2



Al escoger, un perfil que llame la atención del usuario, se pueden observar distintas fotografías en cada perfil, la persona misma selecciona las fotos que desea mostrar a los otros usuarios, pero permite mostrar tan solo 6 fotografías, se puede ver a cuantos kilómetros aproximadamente de encuentra, y una sección libre para escribir algún interés, mensaje, saludo o condiciones de la persona.

Cuando dos personas se dan “like” (me gusta) mutuamente, se genera un “mach” que significa que son “compatibles” y el aplicativo abre una ventana de chat, donde las dos personas pueden comenzar a interactuar, es la única manera que la aplicación genera la posibilidad de hablar con otras personas. Se puede ver siempre los perfiles de las personas con las cuales son compatibles, y se puede generar múltiples conversaciones, todo depende de con cuantas personas se logre el “mach”.