

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

MÁSTER EN CIENCIAS DE LA SEXOLOGÍA



**UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA**

Experiencia de ligar en las redes sociales. Generación de los 90

Experience of flirting on social networks. Generation of the 90s

AUTOR

D. Javier Miñarro Chakir

DIRECTOR

Prof. Cayetano Fernández Sola



Facultad de
Ciencias de la Salud
Universidad de Almería

Curso Académico

2019/2020

Convocatoria

Junio

ÍNDICE

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
OBJETIVO.....	9
METODOLOGÍA.....	9
RESULTADOS:.....	14
DISCUSIÓN.....	23
CONCLUSIONES:.....	27
BIBLIOGRAFÍA:.....	28
ANEXOS.....	34

RESUMEN.

Introducción: en los últimos años las redes sociales han transformado el paradigma de ligar, cambiando profundamente el juego de la seducción. Cada vez más personas dejan de buscar relaciones en espacio físicos, utilizando estas aplicaciones para relacionarse y buscar pareja. El objetivo general del estudio ha sido conocer la experiencia de ligar en las redes sociales de jóvenes de la “Generación de los 90”.

Método: se ha seguido un enfoque cualitativo basado en la investigación fenomenológica de Heidegger. Se marcan unos criterios de inclusión y exclusión y mediante un muestreo por conveniencia se obtiene una muestra de 10 jóvenes de la “Generación de los 90” a los que se realizan entrevistas en profundidad por videollamada, siendo estas grabadas para su posterior análisis. Los datos de las entrevistas fueron transcritos a formato digital y codificados mediante la utilización de la aplicación ATLAS.ti, asegurando en todo momento la confidencialidad de dicha información.

Resultados: del análisis de los datos emergieron 3 categorías y 8 subcategorías que explican la experiencia de ligar en las redes sociales de los jóvenes nacidos en la década de 1990. Las categorías principales con sus subcategorías son: A tan solo un click: cambios en el paradigma de ligar (El factor tiempo: disponibilidad e inmediatez de las redes sociales para ligar en un mundo atareado; Facilidad de uso como clave del éxito de las redes sociales; Palabras románticas vs contador de likes en el cortejo moderno), Las ventajas de ligar detrás de la pantalla (Virtualidad y presencialidad en la conformación de nuevas amistades; Expandiendo las prácticas sexuales) y El lado oscuro de las redes sociales (Redes sociales: un inmenso escaparate de hipocresía y “postureo”; La privacidad en entredicho; Acoso y coacción virtual en las redes sociales).

Conclusiones: ligar utilizando las redes sociales está en auge y son muy valoradas como herramienta para la búsqueda de vínculos eróticos-afectivos. Estas aplicaciones han cambiado la forma de seducir radicalmente. Su éxito se debe fundamentalmente a la facilidad de uso y las abundantes ventajas para seducir que los jóvenes ven en ellas; ligar sin barreras espacio-temporales, satisfacer la necesidad de inmediatez y evitar las dificultades de la presencialidad. Es importante destacar que también presentan riesgos; como las mentiras, ciberacoso o la falta de privacidad. La educación y concienciación aparecen como las claves para mejorar la experiencia de su uso.

Palabras clave: Ligar; Redes sociales; Jóvenes; Tecnología.

ABSTRACT.

Introduction: in recent years, social networks have transformed the dating paradigm, profoundly changing the game of seduction. More and more people stop looking for relationships in physical space, using these applications to interact and find a partner. The general objective of the study has been to find out about the experience of flirting in the social networks of young people from the “Generation of the 90s”.

Method: a qualitative approach based on Heidegger's phenomenological research has been followed. Inclusion and exclusion criteria are set and by means of convenience sampling, a sample of 10 young people from the “Generation of the 90s” is obtained, who undergo in-depth interviews by video call, which are recorded for later analysis. The interview data were transcribed into digital format and encoded using the ATLAS.ti application, ensuring the confidentiality of said information at all times.

Results: 3 categories and 8 subcategories emerged from the analysis of the data that explain the experience of flirting in social networks of young people born in the 1990s. The main categories with their subcategories are: Just one click: changes in the flirting paradigm (The time factor: availability and immediacy of social networks to flirt in a busy world; Ease of use as a key to the success of social networks; Romantic words vs likes counter in the modern courtship), The advantages of flirting behind the screen (Virtuality and face-to-face in the formation of new friends; Expanding sexual practices) and The dark side of social networks (Social networks: an immense showcase of hypocrisy and "posture"; Privacy at stake; Harassment and coercion virtual on social networks).

Conclusions: flirting using social networks is booming and is highly valued as a tool for searching for erotic-affective links. These applications have radically changed the way of seducing. Their success is mainly due to their ease of use and the abundant seductive advantages that young people see in them; bind without space-time barriers, satisfy the need for immediacy and avoid the difficulties of face-to-face. It is important to highlight that they also present risks; such as lies, cyberbullying, or lack of privacy. Education and awareness appear as the keys to improving the experience of its use.

Key words: Flirting; Social networks; Young people; Technology.

INTRODUCCIÓN

Desde siempre el ser humano ha utilizado distintos recursos para enamorar a su pareja (Perliani, 2013). Gracias a la tecnología y las redes sociales, se ha transformado profundamente el juego de la seducción (Baker & Carreño, 2016), debido a que constituye un instrumento útil para la creación, mantenimiento y reforzamiento de las relaciones amorosas (Gibbs, Ellison & Lai, 2011), ayudando a eliminar la incomodidad típica de algunas situaciones presenciales (García & Felice, 2013).

En los últimos años se ha producido una revolución tecnológica gracias a la creación de Internet (Arab & Díaz, 2015), que ha permitido el progreso y crecimiento de aparatos tecnológicos (Gatter & Hodgkinson, 2016), posibilitando el auge de las redes sociales (Zuñiga, Diehl, Huber & Liu, 2017) y modificando los paradigmas de la comunicación (McKight, O'Malley, Ruzic, Horsey, Franey & Bassett, 2016; Barrios, Bejar & Cauchos 2017). Estas redes se definen como una estructura social formada por personas relacionadas entre sí, con finalidades comunes (Peña, Pérez & Rondón, 2010) y se han incorporado en la vida cotidiana de gran parte de la población, variando las interacciones personales y profesionales (Van Dijck, 2013; Lovejoy & Saxton, 2012). La red facilita el acceso e intercambio de información (Blázquez, Gómez, Frontaura, Camacho, Rodríguez & Toriz, 2018), situándose como un instrumento determinante para la implementación de cambios sociales, culturales y económicos (Gómez & Macedo, 2010).

Cada vez más personas dejan de buscar relaciones solo en espacios físicos (Gibbs et al., 2011), trasladando la tendencia a las redes sociales, un fenómeno que está cambiando la forma de relacionarse y buscar pareja (Espinár & Ocampo, 2017). En los años 90 surgieron las primeras webs exclusivas de citas como Meetic, Match, Okcupid o eDarling (Caldevila, 2014). Sin embargo, estas redes sociales no tuvieron tanto impacto como en la actualidad posee Tinder (Gatter et al., 2016). Según el Instituto Nacional de Estadística, los jóvenes nacidos en la década de los 90 se encuentran entre sus usuarios más fieles de las redes sociales (INE, 2019).

ANTECEDENTES

Los jóvenes encuentran en las redes sociales una oportunidad de relacionarse con sus iguales (Ballesteros, 2015), de visibilizarse ante los demás (López, 2015), formar parte

de una comunidad (Soria, 2013), y consolidar su identidad ante el grupo (Ballesteros, 2015; Linne & Basile, 2013). Las redes sociales facilitan la creación de vínculos afectivos (Barrios et al, 2017), al tiempo que suponen una herramienta eficiente y cómoda para relacionarse (Linne, 2014; Soria, 2013). Entre su potencialidad se incluye la posibilidad de analizar la información del perfil y la publicación de diferentes tipos de contenidos dirigidos hacia la búsqueda de relaciones sexo-afectivas (Caldevila, 2014). De ese modo una relación de pareja puede desarrollarse en las redes sociales desde los primeros encuentros hasta su disolución (Lasen & Casado, 2014).

Existen diferentes tipos de redes sociales según su utilidad, donde las “redes estrictas” son las que se centran en las relaciones interpersonales sin añadir ningún otro objetivo (Haro, 2010). Por otro lado, los “microblogging” son las redes basadas en mensajes cortos de texto, limitando los elementos de interacción personal (Dijick, 2011). Por último, destacan las “redes sociales completas” como las más útiles para establecer relaciones, ya que permiten una mayor comunicación e interacción entre individuos (Warber & Makstaller, 2013), pudiendo compartir todo tipo de objetos digitales además de texto (Weinberg & Pehlivan, 2011).

Facebook, Intagram, Twiter, WhatsApp o Tinder se sitúan como algunas de las redes sociales más conocidas (Reina, Fernández & Noguera, 2012), las cuales son usadas prácticamente a diario por millones de usuarios (García, López de Ayala & Catalina, 2013). Esto ha provocado que la generación de los jóvenes nacidos en la era de las redes sociales use un nuevo modo de construir y mantener vínculos erótico-afectivos que hace unos años era inimaginable (Gibbs et al, 2011). Los jóvenes destacan como principales ventajas para ligar, su accesibilidad, descubrir diferentes aspectos antes de conocerse en persona y que permite la desinhibición al no existir presencialidad (Linne et al, 2013). Por otro lado, como desventajas exponen las mentiras, peligrosidad y pérdida de intimidad (Cali, Coleman & Campbell, 2013). Así, teniendo en cuenta que estas aplicaciones son un medio por el cual se pueden llegar ligar (Mason, 2016), resulta pertinente entender como estos usuarios se desenvuelven en la virtualidad (García et al, 2013).

Las características en la que se fija un sujeto al momento de interesarse en otro son muy diversas (Perloff, 2014), aunque la belleza siempre es el elemento central (Persis, 2013). Existen otros atractivos como son el económico, social y cultural (Ellison, Hancock & Toma, 2011) y el capital erótico (Hakim, 2012). La representación virtual del yo en el perfil de las redes permite mostrarse ante otros usuarios (Bernete, 2010), con la intencionalidad de crear relaciones eróticas-afectivas (Lasen et al, 2014). Muchos sujetos admiten maquillar sus perfiles para que sea lo suficientemente atractivo ante otros (Ellison et al, 2011).

Marco Teórico

El marco teórico de la investigación se centra en la teoría social de Alfred Schütz y sus aportaciones a la comunicación interpersonal y la interacción social (Gros, 2017).

Schütz pone su interés en el significado que el ser humano atribuye a los fenómenos, sin importar si estos son reales, ideales o imaginarios (Moreno, 2016). El sujeto vive en un mundo social, el “mundo de la vida cotidiana”, en el que los individuos viven en una actitud natural (Pinto, Capalbo, Barbosa, Moura & Romijn, 2013). El individuo que vive en un mundo social está determinado por su biografía y por su experiencia inmediata, siendo su experiencia única e irrepetible (Ramiro, 2011). La idea de intersubjetividad de Alfred Schütz es una característica del mundo social, donde el aquí se define porque se reconoce un allí, donde está el otro (Marcelino, 2015). El sujeto puede percibir una realidad poniéndose en el lugar del otro, y esto es lo que permite al sentido común reconocer a otros como el análogo del yo (Cabrolié, 2010).

Como se ha mencionado con anterioridad, las redes sociales están en auge, creando así el mundo social donde los jóvenes de la “Generación de los 90” han desarrollado la experiencia inmediata que describe Schütz. Las demandas actuales de la juventud para participar en redes sociales de Internet se asocian a la potencialidad que tengan estas redes para cumplir con una serie de factores, que se adapten a su ritmo de vida (Ballesteros, 2015), intereses tecnológicos (Ahn, 2011), necesidad de socialización e intereses personales (Marcelino, 2015).

Justificación

Las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de los jóvenes. Las nuevas tecnologías de la comunicación han cambiado la forma de relacionarse, ocupando un espacio importante en el proceso de socialización. Estas influyen en la forma de comportarse de los jóvenes, así como en sus actitudes ante los demás (Martín, Pazos, Motilla & Romero, 2016). Como se ha mencionado anteriormente, los jóvenes de la “Generación de los 90” se encuentran entre los principales usuarios de las redes sociales y los que más tiempo dedican a su uso (INE, 2019). La aparición de las redes sociales ha abierto un nuevo horizonte en la manera de seducir (Lasen et al., 2014) y están variando la tendencia en la forma de ligar, ya que cada vez más personas dejan de buscar relaciones en espacios físicos, para hacerlo de manera virtual (Gibbs et al., 2011). Su sencillez, eficacia y facilidad de acceso parecen ser la piedra angular de su éxito (Gatter et al., 2016). Además, esta investigación surge como respuesta a las escasas investigaciones cualitativas encontradas sobre este tema. Por tanto, la experiencia de ligar en las redes sociales de la “Generación de los 90”, puede servir de ayuda para conocer más aspectos sobre el uso de estas aplicaciones para ligar.

OBJETIVO

El objetivo de este estudio es conocer la experiencia de ligar en las redes sociales de jóvenes de la “Generación de los 90”.

METODOLOGÍA

Diseño

El diseño de este estudio sigue un enfoque cualitativo basado en la investigación fenomenológica de Heidegger (Mendieta, Ramírez & Fuerte, 2015). Esta metodología enfatiza la esencia del ser en el mundo envuelto de experiencias, que permite comprender el mundo vivido por el ser a través de una precomprensión; una comprensión y una interpretación (Guerrero, Menezes & Prado, 2019). Se preocupa de las características comunes de la experiencia vivida, a partir de la comprensión y cómo el significado es creado a través de los contenidos de percepción (Mendieta et al., 2015). Se busca el entendimiento del fenómeno a partir del diálogo, comprendiendo el proceso pregunta-respuesta como la forma de obtener el conocimiento, y mediante un proceso de interpretación partiendo de la contextualización de los sujetos (Davidsen, 2013).

Participantes

El estudio se lleva a cabo en España. La selección de la muestra se realiza por conveniencia, permitiendo seleccionar los sujetos accesibles que acepten ser incluidos en el estudio (Otzen & Manterola, 2017). Finalmente, la muestra estuvo compuesta por 10 jóvenes de la “Generación de los 90”.

Los criterios de inclusión y exclusión para la selección de los participantes en el estudio pueden verse en la Tabla 1.

Tabla 1. Criterios inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Nacidos en los años comprendidos entre 1990- 1999, ambos inclusive	Estudios inferiores a bachillerato
Usuarios de redes sociales	No poseer dispositivos de acceso a redes sociales
Participar de forma voluntaria en el estudio	No estar disponible para ser entrevistado en abril 2020 por videollamada
Habla hispana	

Las variables sociodemográficas de los participantes quedan expuestas en la Tabla 2.

Tabla 2. Variables sociodemográficas y redes sociales usadas.

Participantes	Sexo (Hombre/Mujer)	Edad	Redes sociales utilizadas frecuentemente
P1	M	21	Facebook, Instagram, WhatsApp, Tinder
P2	M	28	Facebook, Instagram, WhatsApp
P3	H	27	Facebook, WhatsApp
P4	H	27	Facebook, Instagram, WhatsApp
P5	H	28	Facebook, Instagram, WhatsApp
P6	H	28	Facebook, WhatsApp

P7	M	24	Facebook, Instagram, WhatsApp, Tinder
P8	H	25	Facebook, Instagram, WhatsApp, Tinder
P9	H	26	Facebook, Instagram, WhatsApp
P10	M	28	Facebook, WhatsApp

Recolección de datos

La recogida de datos se lleva a cabo en abril 2020. Debido al estado de alarma derivado de la pandemia por COVID-19 en la que estaba inmersa España, se realizaron entrevistas en profundidad por videollamada. La duración media fue de 25 minutos, siendo esta grabada para su posterior revisión.

El investigador se puso en contacto con los sujetos que cumplían los criterios de inclusión, vía telefónica, invitándole a participar en el estudio. Tras entrevistar a 10 participantes, no surgían nuevos temas por lo que se consideró que se había alcanzado la saturación de datos, interrumpiéndose su recolección. El 100% de los sujetos invitados accedieron a participar voluntariamente en el estudio.

La entrevista presentaba un carácter semiestructurado con preguntas abiertas. El guion de preguntas utilizado se expone en el Tabla 3.

Tabla 3. Guion de preguntas de la entrevista.

1	¿Qué piensas sobre las redes sociales?
2	¿Qué uso das a las redes sociales?
3	¿Me podrías decir cómo te iniciaste en el uso de las redes sociales?
4	¿Qué opinas sobre ligar en las redes sociales?
5	¿Cuál es tu percepción sobre la seguridad de ligar en las redes sociales?
6	¿Cómo valorarías la importancia de las redes sociales para ligar?
7	¿Cuáles consideras que son las ventajas?
8	Cuénteme ahora las desventajas

9	Cuénteme una experiencia positiva ligando en las redes sociales
10	Ahora una negativa
11	Y por último su experiencia más impactante ligando en las redes sociales
12	¿Qué opinas sobre buscar pareja estable en las redes sociales?
13	¿Cómo piensas que interfieren las redes sociales en la cultura del cortejo?
14	¿Qué opinas sobre Tinder?
15	¿Cómo piensas que puede facilitar/entorpecer las redes sociales en el cortejo?
16	¿Qué opinas sobre las parejas/relaciones esporádicas creadas a partir de las redes sociales? Cuéntame tu experiencia
17	¿Deseas añadir algo más?

Para la realización de las entrevistas se favoreció un ambiente íntimo, asegurando que el investigador y el participante se encontraran solos en el momento de la realización de la entrevista, promoviendo así la confidencialidad de la información aportada por cada participante.

Análisis de datos

Una vez concluidas las entrevistas, los datos fueron transcritos a formato digital, y analizados según la investigación fenomenológica. La información fue codificada con la ayuda de la aplicación ATLAS.ti. En este modelo no es posible analizar un fenómeno social sin aceptar que está anclado en el significado que le dan quienes lo viven (Mendieta et al, 2015). Cabe destacar, que, una vez las transcripciones fueron terminadas, estas fueron enviadas por correo a los entrevistados para su aprobación y correcciones o anotaciones. Las transcripciones de las entrevistas se analizaron siguiendo el análisis fenomenológico de Colaizzi (Colaizzi, 1978; Morrow, Rodríguez & King, 2015):

1. **Familiarización:** se procedió a la lectura minuciosa de las entrevistas varias veces.
2. **Identificación de declaraciones significativas:** tras la lectura, se identificaron las declaraciones de interés relevantes al fenómeno de estudio.
3. **Aportar un significado a las declaraciones significativas:** se dotaron de significado las declaraciones significativas, reflejando las presuposiciones previas para mantener la información lo más real posible.

4. **Agrupación en categorías:** la información cosechada, se organizó en categorías temáticas que estableciesen un nexo común entre las declaraciones.
5. **Desarrollar una descripción exhaustiva:** se realizó una descripción completa del fenómeno en las categorías, incluyéndose en la misma toda la información recopilada en las declaraciones.
6. **Elaborar una estructura fundamental al fenómeno:** se sintetizó toda la información anterior en un breve resumen en el que se muestra los aspectos esenciales de cada categoría, definiendo una estructura fundamental del fenómeno.
7. **Verificar la estructura fundamental del fenómeno:** se mostró la estructura fundamental elaborada incluyendo las categorías temáticas y su descripción a una muestra de los participantes para asegurar la veracidad de lo expuesto en ellas.

Rigor

Con el objetivo de incrementar la calidad de los resultados, se empleó el método de triangulación de los investigadores, donde las categorías propuestas por el investigador principal fueron revisadas por otros investigadores del estudio, alcanzando un convenio. Este método se utilizó para aumentar la calidad y la validez de los datos, ya que permite contar con distintas perspectivas del mismo objeto de estudio, eliminándose así el sesgo de un único investigador (Noreña, Alcaraz, Rojas & Rebolledo, 2012).

Aspectos éticos

A todos los participantes se les hizo entrega de un Informe de Consentimiento Informado (Anexo 1) donde se indica que el estudio es anónimo, voluntario y no remunerado. Se indica que su libertad de abandonar el estudio en cualquier etapa, además de poder negarse a responder cualquier pregunta de la entrevista sin necesidad de justificación. Además, todos los participantes fueron informados minuciosamente del objetivo del estudio, la motivación por la cual se solicita su participación, las características de la entrevista y la posibilidad de citar fracciones de la misma.

Los beneficios de la investigación son puramente de carácter investigador. Se considera un estudio de riesgo nulo/mínimo, ya que el mayor riesgo sería la pérdida del anonimato de los participantes. Como ya se ha mencionado anteriormente existe compromiso del investigador de mantener el anonimato absoluto de los participantes, utilizando responsablemente las entrevistas.

Los datos fueron archivados conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal 15/1999, de 13 de diciembre, y permanecerán bajo la custodia de la investigadora durante un intervalo de 5 años desde la finalización de este estudio, tras los cual serán destruidos.

RESULTADOS:

Del análisis de los datos emergieron 3 categorías y 8 subcategorías (Tabla 4) que exponen la experiencia de ligar en las redes sociales de los jóvenes de la “Generación de los 90”.

Tabla 4. Principales categorías y subcategorías.

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	U. SIGNIFICADO
A tan solo un click: cambios en el paradigma de ligar	El factor tiempo: disponibilidad e inmediatez de las redes sociales para ligar en un mundo atareado	Compaginar con deberes, hablar con varios a la vez, desde el sofá, no tener que salir de fiesta, útil para encontrar pareja estable o esporádica
	Facilidad de uso como clave del éxito de las redes sociales	Algoritmos, buscarte gente, nacer con redes sociales, movimiento de dedo, frialdad
	Palabras románticas vs contador de likes en el cortejo moderno	Lo romántico es antiguo, likes para tontear, peticiones de amistad, gente que no conoces
Las ventajas de ligar detrás de la pantalla	Virtualidad y presencialidad en la conformación de nuevas amistades	Ampliación círculo amigos, amistades con vínculo erótico, beneficia tímidos, conocer intenciones
	Expandiendo las prácticas sexuales	Cibersexo, Sexting, supuesta privacidad, hacer cosas que tu círculo no aprobaría, indirectas.

El lado oscuro de ligar en las redes sociales	Redes sociales: un inmenso escaparate de hipocresía y “postureo”	Mentiras, falta de sinceridad, ocultar inseguridades, problemas al descubrir la verdad, edición de fotos, imagen ideal.
	La privacidad en entredicho	Privacidad comprometida, saber ubicación, captura de pantalla, uso de terceros.
	Acoso y coacción virtual en las redes sociales	Violencia de género, exparejas, compartir fotos o videos explícitos, anonimato cobijo perfecto.

Categoría 1. A tan solo un click: cambios en el paradigma de ligar

Esta categoría hace referencia a las principales claves por las que las redes sociales se han consolidado como una herramienta básica para ligar de la “Generación de los 90”. Según los participantes del estudio, las redes sociales han sido una pieza esencial para esta generación de jóvenes y les ha ayudado a llevar a cabo sus conquistas.

El factor tiempo: disponibilidad e inmediatez de las redes sociales para ligar en un mundo atareado

Gracias a la revolución tecnológica experimentada por la sociedad en las últimas décadas, la mayoría de la población cuenta con aparatos electrónicos con conexión a internet que permite usar las redes sociales las 24 horas del día. El smartphone parece ser su mayor exponente.

“A día de hoy, creo que es la principal manera de ligar. Es fácil, rápido, adictivo y abierto las 24h del día” P7.

Además, como citan la mayoría de los participantes, cortejar virtualmente ha facilitado a los jóvenes de los años 90 ligar. Enuncian que, al poder ligar incluso desde casa, ven ampliado el tiempo que puedes dedicar al cortejo y las personas a las que puedes llegar.

“Yo cuando llegaba del instituto, mientras hacia los deberes conectaba el Tuenti y siempre estabas hablando con dos o tres personas a la vez. Podías estar horas y horas hablando con la gente” P8.

La forma de ligar en las redes sociales ha posibilitado poder cortejar más eficaz y rápidamente, dejando a un lado el tradicional cortejo laborioso, el cual requería semanas o incluso meses para poder llegar a tener una cita. Los participantes enuncian que esto permite compaginar un ocupado ritmo de vida con el cortejo, sin necesidad de salir de casa.

“Ahora para ligar no tienes que salir de fiesta. Cómodamente desde tu sofá puedes ver quien te atrae y comenzar a totear, con un “me gusta”, empezar a hablar y ya lo que surja” P2.

Los participantes del estudio nombran Tinder como la red social estrella para satisfacer esta necesidad de inmediatez. Pese a que la mayoría, alabe sus cualidades para ligar, destacan que en esta aplicación prácticamente todos los usuarios solo buscan relaciones sexuales.

“Por eso creo que Tinder es el oasis de las ETS (Enfermedades de transmisión sexual), el lupanar del siglo XXI. Una autentica maravilla si tienes claro lo que quieres. Una obra de ingeniería sociosexual. En resumen, se podría meter dentro del grupo de apps para mantener relaciones sexuales” P6.

Ha existido controversia en torno a si las redes sociales podrían ser válidas para buscar una relación sentimental duradera más allá de una simple relación sexual que sacie la necesidad de inmediatez. Una parte de los participantes son muy críticos y rechazan profundamente la búsqueda de relaciones estables usando estas aplicaciones, defendiendo la fugacidad de estas relaciones, y en cambio, otro parte de ellos defiende que estas herramientas son equiparables a conocer a alguien presencialmente.

“Imposible. El fin último de las redes sociales es consolidar el culto de la inmediatez, intranscendencia y caducidad. La búsqueda vehemente de gustar y olvidar, tan rápido como rápido consigan sus objetivos sexuales” P6.

“Pienso que si das con la persona adecuada puede ser de utilidad ya que en las redes sociales puedes encontrar a tu media naranja.” P1.

Facilidad de uso como clave del éxito de las redes sociales

Los entrevistados destacan que las redes sociales son muy intuitivas y fáciles de usar. Gracias a sus algoritmos, estas aplicaciones muestran los perfiles más compatibles con los usuarios, amigos de amigos y además personas cercanas a nuestra ubicación.

“Ligar en las redes sociales es muy fácil, ellos mismos te buscan a alguien interesante, como en First Dates. Por ejemplo, Facebook te muestra gente que quizás te conozca, que está en los mismos grupos que tú. Las aplicaciones como Tinder, depende de la información que tú le des y la ubicación, te muestra personas que entren dentro de lo buscas” P1.

Además, los participantes reconocen que han crecido con la tecnología y que, desde el antiguo Windows Live Messenger, han estado en contacto con las redes sociales, lo que les hace expertos en su uso.

“Yo entiendo que una persona mayor siga usando los métodos tradicionales para ligar, pero nosotros hemos crecido con los ordenadores y los móviles. Todos hemos tenido Messenger, Tuenti, Facebook, Instagram, por lo que no tiene ningún misterio para nosotros” P4.

Por último, se destaca la facilidad de Tinder, ya que con un simple movimiento digital puede comenzar el cortejo de una persona, aunque la mayoría de los entrevistados se posicionan opuestamente a esta forma de ligar, que denominan demasiado fría y superficial.

“Si tienes claro lo que quieres, abres Tinder, con un simple movimiento con el dedo y un poco de suerte puedes ligar de inmediato. Pero la verdad creo que estamos perdiendo un poco la cabeza. Cada vez nos parecemos más a animales en celo” P5.

Palabras románticas vs contador de likes en el cortejo moderno

La influencia de las redes sociales a la hora de ligar parece haber conseguido despreciar el romanticismo tradicional. Las frases de amor cortas o poemas han sido sustituidos por likes y me gusta en las distintas redes sociales. Las citas se deciden a golpe de dedo, un simple gesto que suple todo un cortejo romántico, natural del ser humano.

“Lo de ser romántico y pastoso para ligar está desfasado, aunque alguien queda por ahí. Ahora le das algún me gusta o deslizas el dedo hacia la derecha en Tinder, y si es recíproco, está gran parte del trabajo hecho” P7.

Varias de las mujeres entrevistadas destacan que los hombres son generalmente los que suelen dar el primer paso y por ejemplo mandar la petición de amistad. Por otro lado, destacan que ellas no tienen el problema de dar el primer paso, pero siempre que conozcan previamente a la persona.

“Hay mucho pesado en las redes sociales. Te mandan peticiones de amistad gente que no conoces o amigos de tus amigos, con los que has coincidido alguna vez, pero nunca has hablado” P1.

“Pienso que los hombres son más lanzados en este sentido, tienen menos vergüenza detrás de la pantalla, aunque yo tampoco tengo problema en mandar una petición a alguien que me guste, pero claro, siempre que haya hablado con él al menos una vez” P7.

Categoría 2. Las ventajas de ligar detrás de la pantalla

Esta categoría pone en evidencia las múltiples ventajas a la hora de ligar de las redes sociales, lo que ha posibilitado que se conviertan en una herramienta muy apreciada por sus usuarios a la de cortejar.

Virtualidad y presencialidad en la conformación de nuevas amistades

Las redes sociales se han convertido en un arma socializante muy importante. Esto ha posibilitado ampliar el círculo de conocidos de sus usuarios. Parte de estas amistades pueden llegar a crear un vínculo más erótico, como destacan los entrevistados.

“Yo conozco a amigas, que gracias a las redes sociales han conocido a alguien, que inicialmente fue su amigo. Y después de algún tiempo llegaron a ser pareja y ahí siguen. Creo que es bastante común” P10.

Antes de la llegada de Internet y las redes sociales, la forma tradicional de conocer gente, ya fuera con intencionalidad de una amistad o una relación sentimental, eran los lugares donde estaban las personas de manera presencial, como un bar, discoteca o gimnasio. Las redes sociales han abierto una nueva ventana de posibilidades para conocer personas. En las entrevistas realizadas, se enfatiza que esta nueva forma de ligar beneficia enormemente a las personas más tímidas.

“Como ventajas te podría decir que ayuda a vencer la timidez de conocer gente de manera presencial. Te permite soltarte y entablar conversaciones más abiertas” P9.

Por otro lado, emana de las entrevistas que, el contacto virtual previo, permite conocer un poco más a la otra persona, así como intentar descubrir las intenciones del otro usuario antes del contacto cara a cara. Se destaca hay que ser precavido con la información recibida virtualmente.

“Está bastante bien, con las redes sociales puedes conocer lo básico de alguien antes de quedar. Pero hay que tener mucho cuidado, hay demasiado listo por ahí que te cuenta lo que quieres escuchar, a todos los ha pasado” P1.

Expandiendo las prácticas sexuales

Ligar por las redes sociales puede incitar a realizar cibersexo, sexting u otras prácticas erótico-virtuales según los entrevistados. Varios de los entrevistados afirman haber practicado o conocer a alguien que utiliza estas redes sociales para realizar este tipo de ejercicios generalmente tabú.

“Lo bueno de las redes es que puedes conocer gente que no te vas a cruzar por la calle en la vida y si te da el calentón puedes hacer algo, aunque por supuesto no es lo mismo que en persona” P2.

Además, se expone que las redes sociales permiten expandir las prácticas sexuales gracias en parte a la supuesta privacidad de la que gozan estas aplicaciones. Permiten hacer cosas que quizás su círculo no aprobaría, como por ejemplo el sexting.

“La gente se suelta bastante, a mí me han llegado a enviar fotos bastante explícitas. Se confían al ver que nadie los ve, solo el que está en la otra pantalla. Se calientan, se envían de todo, pero claro, luego vienen los madremias” P7.

Por otro lado, los participantes destacan como que el principal problema de las amistades en las redes sociales se produce cuando uno de los piensa que el afecto inicial puede conducir a un vínculo erótico-afectivo y no es correspondido.

“El problema viene cuando uno de los dos comienza a confundir la amistad. No es la primera vez que alguien deja de hablar con el otro, porque le ha soltado una indirecta. Al ser un simple texto es muy fácil malinterpretar lo que se dice” P4.

Categoría 3. El lado oscuro de ligar en redes sociales.

Esta categoría hace alusión a los principales peligros de usar las redes sociales para ligar. Las mentiras son uno de los principales problemas señalados por los participantes del estudio. Por otro lado, se aprecia recelo sobre privacidad que aportan las redes sociales, pese a que estas aplicaciones adviertan insistentemente que la privacidad es respetada.

Redes sociales: un inmenso escaparate de hipocresía y “postureo”

Las mentiras en estas plataformas parecen ser muy comunes según citan los participantes del estudio. Esta falta de sinceridad es respaldada por la seguridad que da estar detrás de una pantalla, y según enuncian los entrevistados permite ocultar inseguridades e incluso aumentar las posibilidades de éxito. El principal problema ocurre cuando la verdad es descubierta.

“En cuanto a la identidad de la persona con la que hablas, tienes muy poca seguridad de saber si la persona con la que estás hablando, verdaderamente es dicha persona y no es otra pasándose por ella. Incluso hay ocasiones en las que muestra una identidad, perfil o forma de ser, distinta a la que de verdad es” P5.

Las redes sociales son un inmenso escaparate, donde los usuarios se exponen a ser vistos y juzgados por un gran número de personas a cada instante. Según los entrevistados esto ha derivado al aumento del uso de programas de edición de fotografías, los cuales están incluidos en las mismas redes sociales.

“El otro día leí un artículo que decía que un porcentaje altísimo de fotos en las redes sociales estaban retocadas. Todo el mundo quiere estar guapísimo para gustar. Luego vienen las risas” P4.

Siguiendo con la línea anterior, según exponen los entrevistados, gran parte del éxito de las redes sociales se encuentra en la posibilidad que estas ofrecen para crear una imagen ideal. Este fenómeno se denomina coloquialmente “postureo”. Es sustentado por una actitud de aparentar una imagen o ser alguien que realmente no se es. Parece estar motivado por inseguridades y falta de autoestima, además de búsqueda de reconocimiento social.

“Yo pienso que la gente posturea demasiado. El otro día estaba comiendo con mis padres y daba vergüenza ajena ver a dos echándose fotos al lado de un florero que había. Se tiraron media hora peinándose y poniéndose guapas” P3.

La privacidad en entredicho

La amenaza para los usuarios comienza en el mismo momento de la instalación de la aplicación ya que su privacidad se ve comprometida. Al aceptar los términos y condiciones de uso, se les permite a las redes sociales lo conocer todo sobre sus usuarios: datos, fotos e incluso ubicación.

“Al firmar esa casilla que nadie se lee, vendemos toda nuestra privacidad. Tienen acceso a todo lo que hagamos por ahí, incluso a saber dónde estamos. Y si no tenemos cuidado, y le ponemos la privacidad máxima, los cotillas tendrán rienda suelta” P7.

Prácticamente todos los participantes están de acuerdo con que las redes sociales presentan un gran problema de privacidad por el uso de terceros. Citan como un problema muy importante cuando se comparten videos, fotos o incluso conversaciones privadas.

“A penas hay seguridad. Me explico, en relación a la confidencialidad, se ha perdido el respeto y fidelidad de no contar lo que se habla entre 2 personas. Toda conversación queda registrada y es susceptible de hacer una captura para pasársela a otros” P5.

Por último, los participantes exponen que cada usuario es responsable de la cantidad de imágenes, conversaciones o videos que expone en las redes sociales o envía a sus contactos. Además, se añade, en ocasiones no se es consecuente de la relevancia de la exposición de estas imágenes.

“Aunque nos prometan privacidad, nos están mintiendo. Cualquiera puede acceder a nuestras fotos o datos, o ubicación si me apuras. Así el grado de privacidad lo ponemos nosotros. Hay que ir con mucho cuidado” P1.

Acoso y coacción virtual en las redes sociales

Respecto a los distintos tipos de violencia que se viven en estas aplicaciones, los participantes han destacado que las redes sociales pueden ser un detonante de violencia

de género entre sus usuarios. Algunos entrevistados exponen que han exponen que se han sentido acosados por sus exparejas.

“A mí me ha pasado. Uno de mis exnovios me tenía el WhatsApp saturado, cada poco me mandaba mensajes e incluso me reprochaba que lo hubiera dejado. Cuando empecé con mi actual novio me pidió que volviera con el insistentemente. Hasta que paro, me sentí acosada” P10.

Siguiendo en esta línea, los participantes exponen que distribuir fotos de otras personas que las comparten de forma íntima es un grave y común problema.

“Hay grupos de gentuza, como los de la famosa “Manada de los San Fermín”, que se dedican a compartir sus relaciones con los amigos. Es repugnante, pero no es un caso aislado” P1.

El anonimato que ofrece Internet, da el cobijo perfecto a depredadores sexuales como pedófilos. Según nuestros entrevistados, estos pueden hacerse perfiles falsos para conseguir conquistar a jóvenes y así conseguir imágenes o videos comprometidos, los cuales suelen utilizar para coaccionarlos.

“Los pedófilos se escudan en perfiles falsos para engañar a los jóvenes. Esto es muy peligroso porque son muy vulnerables. Por desgracia está en las noticias casi a diario” P8.

DISCUSIÓN

El objetivo de este estudio era conocer la experiencia de ligar en las redes sociales de los jóvenes de la “Generación de los 90”. Adoptar el marco teórico de Alfred Schütz (Gros, 2017), nos ha permitido explorar el mundo social donde esta generación ha desarrollado la experiencia inmediata que describe Schütz. Centrarnos en estos jóvenes nacidos en la década de los años 90, nos ha permitido abordar el fenómeno desde en una generación poco estudiada en la literatura.

De la experiencia de los participantes emerge que las redes sociales han supuesto un enorme cambio en el paradigma de ligar y esto ha acompañado a la “Generación de jóvenes de los años 90” en sus conquistas. Encontrarse disponibles las 24 horas al día permite a sus usuarios eliminar cualquier barrera espacio-temporal y poder dedicar más tiempo a ligar, lo que parece ser un factor clave para encontrar pareja, concordando con lo expuesto por Cornejo y Tapia (2011), que afirman que las interacciones digitales están creando una nueva forma de ligar, ya que, su disponibilidad sin horarios permite una percepción distinta del espacio y tiempo y es acompañada de una aceleración de los procesos de cortejo. De los resultados surge que la necesidad de inmediatez se ha visto resuelta por las redes sociales, siendo esto consistente con lo citado por Bonavitta (2015), que alude que estas aplicaciones han llegado al mundo para establecerse como un instrumento fugaz, donde la inmediatez se vuelve urgente y las emociones pasan a segundo plano. Además, David y Cambre (2016), exponen que esta incesante y apresurada búsqueda de relaciones las ha convertido en una forma fría y volátil de conocer gente.

A lo largo del estudio se ha mencionado que las aplicaciones para ligar en Internet se han convertido hoy en día en la forma más popularizada para conocer gente en parte debido a su facilidad de uso. Esto es consistente con el estudio de Hand, Thomas, Buboltz, Deemer y Buyanjargal (2013), donde se expone que las redes sociales gracias a que son muy intuitivas y sus algoritmos para buscar gente afín, han revolucionado el mundo de las citas, sobre todo entre los más jóvenes. Por otro lado, los resultados del estudio armonizan con Feixa, Fernández y Figueras (2016), que concluyen que los nacidos en la última década del Siglo XX, a los que denominan “Generación Hashtag” han nacido y crecido en la era digital, por lo que se consideran expertos en el uso de las tecnologías de la comunicación, habiendo desarrollado sus relaciones interpersonales haciendo uso de las redes sociales.

Los discursos románticos tradicionales se encuentran caducos como se ha podido observar a lo largo del estudio. En la misma línea de Rincón (2014), plantea que los jóvenes de esta generación, exponen que el cortejo tradicional ha dado paso a una estrategia muy estudiada a base de me gusta en Facebook, corazones en Instagram o hacer

un match en Tinder entre otros. La seducción en las redes sociales dista de la realizada presencialmente, ya que es una manera de crear vínculos erótico-afectivos de índole informal, que se manifiesta con mayor espontaneidad, menor nivel de reflexión y que no implica compromiso (Sumter, Vandenkoek & Ligtenberg, 2017; Linne & Basile, 2013).

De los resultados del estudio emana que las redes sociales presentan grandes beneficios a la hora de ligar y conformar nuevas amistades. Gracias a seducir detrás de una pantalla se evitan las incómodas situaciones que surgen de forma presencial, lo cual beneficia a los tímidos. Esto concuerda con el estudio realizado por Lozano, Antón, Escamilla y Barajas (2019), donde reflejan que las redes sociales han incrementado la posibilidad de que individuos tímidos, aislados y socialmente interactúen con mayor facilidad con los demás. Además, Sherrel y Lambie (2016) añaden que dada la libertad que estas aplicaciones proporcionan a los usuarios de mostrarse a los demás, se ve aumentada la autoestima y seguridad acerca de sí mismos al seducir a nuevas personas.

El anonimato se presenta como una de las ventajas que ofrecen las redes sociales a la hora de ampliar las prácticas sexuales. Tal como se indica en los resultados, ligar en las redes sociales propicia la práctica del sexting. Este resultado se asemeja al obtenido por Almansa, Fonseca y Castillo (2013) y Dir, Cyders y Coskunpinar (2013), donde además se añade que a pesar de conocer los diversos riesgos y peligros de compartir imágenes de sí mismos en las redes sociales, los usuarios consideran que se encuentran inmunes a las consecuencias. Por otro lado, tal y como se expone en los resultados, esta práctica puede generar problemas cuando uno de los usuarios confunde una amistad, con un vínculo erótico afectivo y comienza a enviar imágenes pudiendo desencadenar en acoso (Mercado, Pedraza & Martínez, 2016).

Las redes sociales se han consolidado como la cuna de la hipocresía, mentiras y “postureo”. Estudios recientes, como el de Villena y Molina (2011), han obtenido resultados similares, ya que, según concluyen, la falsedad y la mentira es una constante a la hora de ligar en las redes sociales, sobre todo en los usuarios más jóvenes. Además, los resultados de Moreno (2019) confirman esta dinámica, ya que, concluyó que, en estos

medios digitales, se construye una identidad personal idealizada, manipulando imágenes y creando un rol social soñado. Coincidiendo con Martín (2018), el fenómeno “postureo” está muy presente en estas aplicaciones, mostrando una realidad inventada, idílica, que tiende a interpretarse como real. Esto enlaza con el marco teórico de Schütz, ya que la realidad para el individuo depende del significado que estos atribuyen a los fenómenos, sin importar si son reales, ideales o imaginarios (Pinto et al, 2013).

La privacidad ha resultado como uno de los principales riesgos de las redes sociales a la hora de ligar. Esto coincide con Oliva (2012), que describe a los jóvenes como expertos usuarios de las redes sociales ya que han crecido con ellas, pero se muestran descuidados a la hora de salvaguardar su propia intimidad. El estudio de Argente, Vivancos, Alemane, y García-Fornes (2017) añade que, son los propios usuarios los que, al firmar la Política de Privacidad, permiten que las aplicaciones compartan datos tan importantes como son sus imágenes, e incluso ubicación a tiempo real. El uso de terceros ha aparecido como otro de los peligros de pérdida de intimidad, donde Coz, Fojón, Heradio, y Cerrada (2012) afirman que es una práctica común de las redes sociales y que compartir imágenes o vídeos a través de estas aplicaciones puede llegar a convertirse en un acto delictivo.

Los ataques y el acoso son una constante diaria en las redes sociales. La investigación de Lucio (2017) pone de manifiesto este problema, ya que reveló que un 25,2% de sus entrevistados han sido maltratados por su expareja por subir alguna foto a las redes sociales, y además un 62,6% expresó que su exnovio se puso celoso por el mismo hecho. Armonizando con los resultados de Mejía (2014), la difusión por redes de fotos o videos de contenido sexual es instantánea y tiene consecuencias dramáticas para las personas involucradas, además, la autora cita que este fenómeno parece estar en aumento, especialmente en jóvenes de clases medias o altas. Por último, Bonavitta, Hernández y Becerra (2015) armonizan con los resultados de este estudio, al exponer que la pornografía infantil y las redes de pedófila en Internet se ven favorecidas por las redes sociales, ya que se han establecido como un espacio de intercambio de recursos de manera recíproca en el ciberespacio.

Limitaciones del estudio

Puede estar presente el sesgo información conocido como “Efecto Hawthorne”, ya que los participantes podrían haberse comportado de diferente forma a como lo harían en realidad por conocer el motivo del estudio.

Además, cabe destacar la dificultad encontrada en la búsqueda bibliográfica directamente relacionada con estudios cualitativos sobre la experiencia de ligar en las redes sociales de los nacidos en la década de los 90, pues, aunque hay infinidad de trabajos publicados sobre ligar en las redes sociales, no son específicos de este rango de edad.

CONCLUSIONES:

Para los participantes las redes sociales han cambiado la forma de seducir radicalmente. Su facilidad de uso parece ser la clave de su éxito. Además, posibilitan ligar sin barreras espacio-temporales, permitiendo satisfacer la necesidad de inmediatez. El romanticismo ha sido relegado por likes, peticiones de amistad y “matches”.

Las redes sociales han sufrido un ascenso meteórico debido a las grandes facilidades que presenta a la hora de ligar. Los jóvenes nacidos en la década de los 90, han sabido exprimir estas ventajas para seducir a sus conquistas. Las personas tímidas son las que más se benefician de poder cortejar tras una pantalla, ya que evaden los problemas de la presencialidad. La anonimidad de la que gozan los usuarios al esconderse tras un perfil virtual permite la expansión de prácticas sexuales, como el sexting o cibersexo.

Por otro lado, también han de tenerse en cuenta los riesgos. Las mentiras, la hipocresía, el ciberacoso, la falta de privacidad se sitúan como los principales peligros. Los jóvenes pese a haber crecido en un mundo tecnológico se sitúan como el segmento más vulnerable ante estos riesgos. La educación y la concienciación se presentan como el punto de partida para paliar estos riesgos.

BIBLIOGRAFÍA:

- Ahn, J. (2011). Digital divides and social network sites: witch students participate in social media? *Journal of Educational Computing Research*, 45(2), 147-163.
- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación*, 20(40), 127-135.
- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Condes*, 26(1), 7-13.
- Argente, E., Vivancos, E., Alemany, J., & García, A., (2017). Educando en privacidad en el uso de las redes sociales. *Education in the Knowledge Society*. 18(2), 107-126.
- Baker, C., & Carreño, P. (2016). Understanding the tole of technology in adolescent dating and dating violence. *Journal of Child and Family Studies*, 25(1), 308-320.
- Ballesteros, G., & Mejías, Q. (2015). *Jóvenes en red: un selfie*. Madrid, España: Editorial FAD.
- Barrios, D.A., Bejar, V.A., & Cauchos, V.S. (2017). Uso excesivo de Smartphones/teléfonos celulares: Phubbing y Nomofóbia. *Revista Chilena Neuro-Psiquiatria*, 55(3), 205-206.
- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 88(1), 97-114.
- Blázquez, M., Gómez, D., Frontaura, I., Camacho, A., Rodríguez, M., & Toriz, H. (2018). Uso de Internet por los adolescentes en la búsqueda de información sanitaria. *Atención Primaria*, 50(9), 547-552.
- Bonavitta, P. (2015). El amor en los tiempos de Tinder. *Cultura y representaciones sociales*, 10(19), 197-210.
- Bonavitta, P., Hernández, J., & Becerra, J.E. (2015). Mujeres, feminismos y redes sociales: acceso, censura y potencialización. *QUESTION*, 1(48), 33-44.
- Cabrolí, M. (2010). La intersubjetividad como sintonía en las relaciones sociales, redescubriendo a Alfred Schütz. *POLIS*, 27(1), 1-9.

- Caldevila, D. (2014). Impacto de las TIC y el 2.0: consecuencias para el sector de la comunicación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 35 (1), 106-127.
- Cali, B. E., Coleman, J.M., & Campbell, C. (2013). Stranger danger? Women's self-protection intent and the continuing stigma of online dating. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(12), 853-857.
- Colaizzi, P. F. (1978). *Existential Phenomenological Alternatives for Psychology*. New York: Oxford University Press.
- Coz, J.R., Fojón, E., Heradio, R., & Cerrada, J.A. (2012). Evaluación de la privacidad en una red social virtual. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, 9(1), 59-72.
- David, G., & Cambre, C. (2016). Screened intimacies: Tinder and the swipe logic. *Social Media and Society*, 2(2), 1-11.
- Davidson, A. (2013). Phenomenological approaches in psychology and health sciences. *Qualitative Research in Psychology*, 10(3), 318-339.
- Dir, A., Cyders, M.A., & Coskunpinar, A. (2013). From the bar to the bed via mobile phone: A first test of the role of problematic alcohol use, sexting, and impulsivity-related traits in sexual hookups. *Computer in Human Behavior*, 29(4), 1664-1670.
- Ellison, N., Hancock, J., & Toma, C. (2011). Profile as promise: a framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations. *New Media & Society*, 14(1), 45-62.
- Espinar, E., & Ocampo, I. (2017). Ways of masculinity in online dating profiles: the cases of Meetic.es and AdoptaUntio.es. *Masculinities and Social Change*, 6(3), 196-216.
- Fox, J., Warber, K. M., & Makstaller. (2013). The role of Facebook in romantic relationship development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(6), 711-794.
- García, A., López de Ayala, M.C., & Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41(23), 195-204.

- García, V., & Felice, M. (2013). Sociabilidad virtual en Facebook: Los usos y la construcción de relaciones entre los jóvenes de Buenos Aires. *Question, 1*(39), 29-38.
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Congent Psychology, 3*(1), 1-12.
- Gibbs, J., Ellison, N., & Lai, C. (2011). First comes love, then comes Google: an investigation of uncertainty reduction strategies and self-disclosure in online dating. *Communication Research, 38*(1), 70-100.
- Gómez, L.M., & Macedo, J.C. (2010). Importancia de las TIC en la educación básica regular. *Investigación Educativa, 14*(25), 209-224.
- Gros, A. (2017). Alfred Schütz on phenomenological psychology and transcendental phenomenology. *Journal of Phenomenological Psychology, 48*(2), 214-239.
- Guerrero, R.F., Menezes, T.M., & Prado, M. L. (2019). La fenomenología en investigación de enfermería: reflexión en la hermenéutica de Heidegger. *Escola Anna Nery, 23*(4), 1-7.
- Hakim, C. (2012). *El poder de fascinar a los demás*. Barcelona, España: Editorial Debate.
- Hand, M., Thomas, D., Buboltz, W.C., Deemer, E.D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior and Social networking, 16*(1), 8-13.
- Haro, J.J. (2010). Las redes sociales en la Educación Primaria: conocimiento y uso por parte de maestros participantes en un entorno formativo. *CEF, 1*(1), 77-83.
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, características demográficas, usuarios de internet en los últimos 3 meses, servicios de comunicación y acceso a la información: participar en redes sociales. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- Lasén, A., & Casado, E. (2015). Mediaciones tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades. *Política y Sociedad, 52*(2), 581-585.

- Linne, J. (2014). Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicar*, 22(43), 189-197.
- Linne, J., & Basile, D. (2013). La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de Facebook. *Razón y Palabra*, 85(1), 1-26.
- López, T. (2015). La identidad asexual: de la masculinización social a las redes sociales virtuales. *EMPIRIA*, 32(1), 129-168.
- Lovejoy K., & Saxton, G. (2012). Information, community and action. How non-profit organizations use social media. *Journal of Computer Mediated Communication*, 17(3), 337-353.
- Lozano, C., Antón, S., Escamilla, V., & Barajas, M.W. (2019). Problemas de pareja causados por las redes sociales en universitarios de la ciudad de México. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 1(3), 294-306.
- Lucio, L.A. (2017). Los like y la fotografía de la ex pareja en el álbum de Facebook como detonante de cibercelos. *Del Verbo al Bit*, 2(1), 154-177.
- Marcelino, G.V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *ICONO 14*, 13(2), 48-72.
- Martín, A., Pazos, M., Motilla, M., & Romero, C. (2016). Una modalidad actual de violencia de género en parejas jóvenes: las redes sociales. *Educación XXI*, 19(2), 405-429.
- Martín, A.M. (2018). Una nueva mirada a la fotografía pictorialista mediante el uso de Apps de edición fotográfica para dispositivos móviles. *EGREGIUS*, 1(1), 49-63.
- Mason, C.L. (2016). Tinder and humanitarian hook-ups: the erotic of social media racism. *Feminist Media Studies*, 16(5), 822-837.
- McKnight, K., O'Malley, K., Ruzic, R., Horsley M.K., Franey, J., & Basset, K. (2016). Teaching in digital Age: How educators use tecnhnology improve student learning. *Journal of Research on Technology in Education*, 48(3), 194-211.
- Mejía, G. (2014). Sexting: una modalidad cada vez más extendida de violencia sexual entre jóvenes. *Perinatología y Reproducción Humana*. 28, (4), 217-221.

- Mendieta, G., Ramírez, J.C., & Fuerte, J.A. (2015). La fenomenología desde la perspectiva hermenéutica de Heidegger: una propuesta metodológica para la salud pública. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 33(3), 435-443.
- Mercado, C. T., Pedraza, F. J., & Martínez, K.I. (2016). Sexting: su definición, factores de riesgo y consecuencias. *Revista Sobre Infancia y Adolescencia*, 10(1), 1-18.
- Moreno, R. (2016). De la ciencia deductiva de Sherlock Holmes al mundo de la cotidianidad de Alfred Schütz: una reflexión en torno a la relación sujeto-objeto. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 16(31), 177-190.
- Moreno, S. (2019). La estilización del yo en las redes sociales: la proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico. *Ciberculturas*, 1(1), 77-89.
- Morrow, R., Rodríguez, A., & King, N. (2015). Colaizzi's descriptive phenomenological method. *The Psychologist*, 28(8), 643-644.
- Noreña, A.L., Alzaraz, N., Rojas, J.G., & Rebolledo, D. (2012). Aplicación de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3), 263-274.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal Morphology*, 35(1), 227-232.
- Peña, M., Pérez, M., & Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 16(1), 173-205.
- Perliani, E.G. (2013). El juego de la seducción. *EIKASIA*, 1(1), 223-236.
- Perloff, R. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11), 363-377
- Persis, D. (2013). Branding "Real" social change in Dove's campaign for real beauty. *Feminist Media Studies*, 13(1), 83-101.
- Pinto, M.C., Capalbo, C. Barbosa, M.A., Moura, D., & Romijn, F. (2013). The social phenomenology of Alfred Schütz and its contribution for the nursing. *Revista da Escola de Enfermagem*, 47(3), 728-33.

- Ramiro, R. (2011). La estructura temporal de la intervención en el trabajo social. Un enfoque desde la fenomenología de Alfred Schütz. *Tabula Rasa*, 14(1), 311-322.
- Reina, J., Fernández, I., & Noguer, A. (2012). El uso de las redes sociales en las universidades andaluzas: el caso de Facebook y Twitter. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 4(2), 122-144.
- Rincón, G.J. (2014). Estudio de los roles de seducción según género en jóvenes universitarios entre los 17 y 28 años en Bogotá. *MORA*, 20(1), 67-85.
- Sherrell, R., & Lambie, G. (2016). A qualitative investigation of college students' Facebook usage and romantic relationships: implications for college counsellors. *Journal of College Counseling*, 19(2), 138-153.
- Soria, M.M. (2013). Influencia del uso de las redes sociales en estudiantes hispanohablantes en el tiempo de ocio y estudio. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 31(1), 34-51.
- Sumter, S. R., Vandencosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- Van Dijck, J. (2011). Tracing Twitter: The rise of a microblogging platform. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 7(3), 333-348.
- Villena, J.L., & Molina, E. (2011). ¿Por qué amo las redes sociales? Vida social de jóvenes en red. *Revista Interuniversitaria de Formación de Profesorado*, 25(2), 159-173.
- Weinberg, B.D., & Pehlivan, E. (2011). Social spending: Managing the social media mix. *Business Horizon*, 54(3), 275-282.
- Zuñiga, H., Diehl, T., Huber, B., & Liu, J. (2017). Personality traits and social media use in 20 Countries: How personality relates to frequency of social media use, social media news use and social media use. *Cyberpsychology*, 20(9), 540-552.

ANEXOS

Anexo 1. Hoja informativa y Consentimiento Informado

Estimado/a participante, mi nombre es Javier Miñarro Chakir y soy alumno del Máster en Ciencias de la Sexología de la Universidad de Almería.

Me remito a usted con la intención de invitarle a participar en el estudio que estoy realizando con motivo de mi Trabajo Fin de Máster, cuyo objetivo del estudio es conocer la experiencia de ligar en las redes sociales de jóvenes de la “Generación de los 90”.

Sería de gran interés para mí poder realizarle una entrevista individualizada en profundidad para así conocer su opinión.

El carácter de la entrevista es totalmente voluntario y anónimo, según la Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la autonomía del paciente y de derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica, y la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal 15/1999, de 13 de diciembre. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro tipo de propósito fuera de los de esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto puede solicitar más información. Igualmente podrá retirar su consentimiento en cualquier momento sin que eso le perjudique de ninguna forma.

Las características de la entrevista se recogen a continuación:

- Se realizará de forma presencial con una duración aproximada de 25-35 minutos, manteniéndose en todo momento el anonimato.
- La entrevista será grabada en formato audio para facilitar que el investigador pueda transcribir posteriormente las ideas expresadas. Por otro lado, tenga en cuenta que los fragmentos de la misma podrían ser reproducidos total o parcialmente en el estudio final.

- Una vez finalizado el estudio, los archivos de las entrevistas, permanecerán bajo custodia y supervisión del investigador. Tras un periodo de 5 años posterior al mismo, se procederá a su eliminación.
- Los beneficios de este estudio son principalmente de carácter de investigación, abriendo pasos a posibles y futuras investigaciones. No presenta riesgos ni contraindicaciones para el participante.

Le agradezco sinceramente su participación.

Atentamente
Javier Miñarro Chakir

Su firma en este formulario significa que usted entiende la información provista y que quiere participar voluntariamente en el estudio.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha