

# **Las relaciones de pareja y la era digital: un análisis a través de Tinder**

Laura García Luis

Paula García Perez

Lara Izquierdo Izquierdo

Trabajo de Fin de Grado de Psicología

Universidad de La Laguna

Tutorizado por:

Livia García Pérez

Ignacio Ibáñez Fernández

Facultad de Psicología y Logopedia

Curso académico 2023-2024

## Resumen

Las relaciones de pareja son cruciales para las personas, ya que influyen en su bienestar y desarrollo personal, además de estar asociadas con la procreación. En esta revisión se observa cómo las redes sociales han transformado las interacciones personales y la búsqueda de pareja. Los resultados muestran cómo el uso de las redes lleva a una disminución de la intimidad, el compromiso y la pasión en las parejas. Tinder se posiciona como una de las plataformas más utilizadas, lo que motiva un análisis detallado de su impacto. Se explora la relación entre el uso de Tinder y variables psicológicas como el autoconcepto y la autoestima, con resultados opuestos y afectando de modo distinto a hombres y mujeres en sus relaciones de pareja. Además, se abordan las implicaciones que tienen para la pareja, el que estas apps faciliten interacciones superficiales y el potencial que tienen para generar incertidumbre y soledad. Se concluye que las aplicaciones de citas han introducido nuevas formas de interactuar y nuevos retos en las relaciones de pareja, reflejando la complejidad de las conexiones románticas en el mundo digital actual.

**Palabras clave:** Relación de pareja, Redes Sociales, Tinder, autoestima, personalidad.

## **Abstract**

Relationships are crucial for people, since they influence their well-being and personal development, in addition to being associated with procreation. This review shows how social networks have transformed personal interactions and the search for a partner. The results show how the use of networks leads to a decrease of the intimacy, commitment and passion in couples. Tinder is positioned as one of the most used platforms, which motivates a detailed analysis of its impact. The relationship between the use of Tinder and psychological variables such as self-concept and self-esteem is explored, with opposite results and affecting men and women differently in their relationships. Additionally, the implications for the couple, the fact that these apps facilitate superficial interactions and the potential they have to generate uncertainty and loneliness are addressed. It is concluded that dating applications have introduced new ways of interacting and new challenges in relationships, reflecting the complexity of romantic connections in today's digital world.

**Key words:** Relationship, Social Media, Tinder, self-esteem, personality.

## Introducción

Uno de los aspectos esenciales en la vida del ser humano, son las relaciones con los demás (Ruiz, 2001). A lo largo de la historia, una de sus motivaciones básicas ha sido la necesidad de pertenencia, es decir, la necesidad de sentirnos conectados con otros, siendo la relación romántica la más significativa en la vida de la persona. Según este estudio, entre un 70-80% de las personas consideran que este es un aspecto de gran importancia en sus vidas.

Las relaciones románticas generalmente son entendidas como una interacción voluntaria entre dos personas, con la presencia de una intensidad más elevada y en ocasiones, con relaciones sexuales (Collins, 2003).

Este tipo de relaciones, no sólo son importantes por su tradicional vinculación con la felicidad, sino que también lo son por cómo influyen en la persona. Según Kiecolt y Wilson (2017), estas relaciones llevan a que los miembros de la pareja se influyan mutuamente en los comportamientos de salud, en el estrés y en la depresión.

Por otra parte, en las relaciones existen decisiones que deben tomarse de forma activa, como el hecho de vivir juntos, tener hijos o casarse. El no compartir estas decisiones puede generar estrés y menor calidad de la relación (Fincham y Vennum, 2011).

La concepción y la formación de las relaciones románticas ha ido cambiando en función de distintos factores. Uno de gran importancia es el desarrollo de nuevas tecnologías tales como la aparición del teléfono móvil hacia finales del siglo XX. Poco a poco, ha disminuido el contacto cara a cara para dejar hueco a las interacciones virtuales, modificando así las maneras tradicionales del cortejo.

En sus inicios, el cortejo se daba de forma privada, donde se hacía partícipes a los padres de ambos miembros de la pareja, siendo su objetivo final el matrimonio. A partir del empleo femenino entre 1947 y 1970, se abrió una nueva vía para el cortejo, ya no supervisada por los padres, permitiendo que se desarrollaran nuevas

formas de socialización. Ya en el siglo XX, se podían distinguir tres fases del cortejo, entre las que se encuentra el flirteo, el festejo de las etapas iniciales y el noviazgo (Carbonell y Henke, 2023). Con el desarrollo de la tecnología y del Internet, el cortejo sufrió un cambio importante, a través del cual las personas se conocen y mantienen conversaciones en las que emplean un lenguaje distinto, *gifs*, *emojis*, fotografías y audios. Aunque no hay que olvidar que en muchas ocasiones evoluciona el cortejo virtual pasando a encuentros presenciales.

Hoy en día las tecnologías, y sobre todo el Internet, se han convertido en un elemento básico en la vida de las personas. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023) en España el 95,3% de la población entre los 14 y los 74 años ha utilizado Internet en los últimos meses, aumentando al 99% si nos centramos en personas entre 16 y 24 años. Estos datos apoyan la importancia del estudio de las redes sociales en un campo tan importante como es el de las relaciones personales.

Otro aspecto a destacar en el uso de las redes, son sus efectos sobre los procesos psicológicos de los usuarios. Aunque el estudio de Stephen y Wilcox (2012), señala que su uso aumenta la autoestima, podría tener efectos perjudiciales en el autocontrol relacionado con la salud y en el gasto económico. Este aumento está relacionado con la autopresentación en las redes sociales, y se produce en individuos centrados en relaciones emocionales fuertes mientras navegan por *Facebook*.

Goodarzi et al. (2015), analizaron la relación de los Cinco Grandes factores de la personalidad con el uso de las redes sociales. Se encontró que el neuroticismo no influye en el tiempo de su uso. A diferencia de esto, encontraron que las personas flexibles utilizaron más las redes por razones negativas, y las extravertidas por razones positivas. En cuanto al comportamiento, encontraron que las personas que puntuaron alto en neuroticismo y cordialidad, y bajo en responsabilidad, hicieron uso de estas redes más por aspectos sociales, teniendo un impacto negativo mayor sobre ellas.

En general, podemos ver que los factores psicológicos y de personalidad están presentes en las relaciones personales, tanto cara a cara, como en las redes sociales. Entre estas redes, y si hacemos referencia a las relaciones de pareja, podríamos subrayar la importancia de las *apps* de citas.

Con el desarrollo tecnológico, determinadas *apps* se han convertido en una forma de buscar relaciones de pareja y prácticas eróticas. Estas se comenzaron a desarrollar a finales de 1990, con cuestionarios exhaustivos que a través de algoritmos, te recomendaban personas que tuvieran un perfil similar. Hasta dar lugar a lo que conocemos como aplicaciones de citas, fáciles y accesibles en todo momento (Fernández, 2017).

Hoy en día, una de las más utilizadas es Tinder, con 80 millones de usuarios en 2024, frente a otras como Bumble con 50 millones (Bailey, 2024). Este uso tan extendido de Tinder nos ha llevado a indagar de forma más extensa en la influencia de esta red en las relaciones de pareja.

De acuerdo con todo lo expuesto, el objetivo general que nos planteamos con este trabajo es profundizar en el análisis de las relaciones existentes entre la búsqueda de pareja y el uso de las redes sociales como instrumento para alcanzar tal fin. Y de forma más específica el papel que tiene la red Tinder y su uso en las relaciones de pareja.

## **La relación de pareja**

Las relaciones de pareja son un aspecto fundamental en la vida de las personas, no sólo porque culturalmente están asociadas a la procreación, al bienestar personal y felicidad, sino también por su influencia en la trayectoria y el desarrollo personal.

Las parejas se influyen mutuamente en aspectos como el sueño, el ejercicio y la calidad de la dieta, tanto positivamente como hacia comportamientos de riesgo (Jackson et al., 2015). La calidad de la relación, resulta un factor mediador de estos aspectos (Kiecolt y Wilson, 2017).

En general, las personas que están en pareja, muestran una mayor satisfacción con su vida y una mayor felicidad que los individuos sin pareja (Campbell et al., 2015). Otros estudios señalan que las relaciones de pareja de larga duración influyen de forma positiva, protegiendo frente a la aparición de posibles trastornos mentales y al consumo de sustancias (Fergusson et al., 2011).

La búsqueda de pareja es una conducta desarrollada por gran parte de la población. Alcanzar este objetivo puede resultar complicado en la vida actual, en la que una de las características esenciales es la falta de tiempo para las relaciones interpersonales. Esto lleva a las personas al empleo de estrategias diferentes, siendo una muy frecuente el uso de las redes sociales para la búsqueda de pareja.

### **El amor y su evolución a través del tiempo**

Para muchas personas el amor es algo básico que buscan experimentar alguna vez en la vida, siendo este una experiencia universal (Buss, 2018). Sternberg (1986) lo define como un sentimiento humano de encuentro y unión con otro ser, siendo la emoción más intensa y deseable.

El concepto de amor ha estado en constante cambio y evolución a lo largo de la historia. Las percepciones, creencias y conocimientos de las personas sobre el amor siempre han estado estrechamente relacionados con el contexto histórico y cultural en el que se vive, teniendo en cuenta factores sociales, políticos o económicos (Cuetos, 2016).

Actualmente, las parejas tienden a formarse sobre una base sólida de entendimiento mutuo y afinidad. Lo que permite que las parejas y los matrimonios se separen cuando el amor deja de estar presente (Cuetos, 2016).

En los últimos años, en las sociedades modernas occidentales, se ha desarrollado el amor líquido (Bauman, 2003). Dicho término recoge la fluidez con la que se forman las parejas y la facilidad para cambiar de una pareja a otra.

Estos cambios se deben, en gran medida, a la aparición de las tecnologías, que llevan a las personas a tener infinitas opciones de pareja, generando así una sensación de incertidumbre (Moosavand et al., 2024). Esta nueva forma de conexión es, en muchos casos, superficial y sustituye a las relaciones interpersonales genuinas, fomentando sentimientos de soledad y depresión (Heidari et al., 2020).

## **Las Redes Sociales**

Las redes sociales son plataformas en las que las personas se relacionan entre ellas, comparten información e intereses (Niemeyer, 2015). Hoy en día son cruciales en las relaciones (Couldry y Hepp, 2018).

Su importancia radica en la diversidad de funciones como el entretenimiento, la búsqueda de información, y cuestiones laborales (Carbonell y Henke, 2023). La principal razón de su uso es la búsqueda de interacciones sociales nuevas, mantener el contacto con amigos y la búsqueda de socialización (Brandtzæg y Heim, 2009).

Para los adolescentes, considerados “nativos digitales” (Prensky, 2001), las redes han supuesto un espacio en el que desarrollar sus relaciones e identidad. Pues consideran que pueden mostrarse como son y comunicarse libremente (Morduchowicz, 2021).

Según La Escuela Tecnológica de Negocios Inesdi (INESDI), las redes sociales más usadas en 2023 en España, fueron *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok* y *Tinder*. Esta última es una de las principales promotoras del cortejo, coordinando una media de 1.5 millones de citas semanales a nivel mundial (Boczkowski y Mitchelstein, 2022).

El uso excesivo de redes puede causar problemas sociales, físicos y psicológicos como obsesión, depresión, ansiedad, insomnio, baja autoestima y estrés (Armaza, 2023).

La ansiedad derivada de la adicción a las redes sociales disminuye a medida que aumenta la edad de la persona (Latorre et al., 2020). Además, surgen ansiedad, depresión y estrés al perder el teléfono o un perfil en redes sociales (Alarcón y Salas, 2022).

### *Variables psicológicas que influyen en el uso de las redes sociales*

Son muchas las variables que influyen en el uso de las nuevas tecnologías, existiendo distintos aspectos que condicionan la vida de las personas y por tanto son importantes o determinantes por cómo afectan la relación de pareja.

Entre las variables psicológicas más importantes se encuentran el autoconcepto, la autoestima y variables de personalidad.

#### *Autoconcepto*

Actualmente, el autoconcepto es un término difícil de definir debido a la gran cantidad de definiciones que existen. Es la representación mental que las personas se crean de sí mismos a partir de la retroalimentación que obtienen en su vida cotidiana (Coveñas y Palacios, 2019). Dicha representación se confirma y cambia de manera continua.

Este juega un papel importante y decisivo en el desarrollo de la personalidad, puesto que un autoconcepto positivo es la base del funcionamiento personal, social y profesional. Además, depende de él la satisfacción personal (Esnaola et al., 2008).

Las redes sociales son un ámbito de interacción social donde entra en juego el autoconcepto. Estos dos términos se relacionan hasta tal punto que, por ejemplo, un feedback positivo en una red social contribuye al desarrollo de un autoconcepto positivo (Peter et al., 2006). Por otra parte, las personas con un autoconcepto negativo y escasas habilidades sociales, son más fácilmente influenciadas por las redes sociales (De Corral y Echeburúa, 2010). Esto les lleva a generar adicción a las mismas, ya que es muy fácil que su autoconcepto se vea reforzado (Díaz, 2019).

Esto concuerda con lo encontrado por González-Cabrera et al. (2022), que observan en personas con adicción a las redes, un menor autoconcepto emocional.

El autoconcepto puede verse afectado por las redes especialmente cuando se dan discrepancias entre el autoconcepto de la vida real y el de las redes sociales (Felipe y Morán, 2021).

Nuestro autoconcepto y el valor que le damos, se ve influido por las propias relaciones de pareja (Lewandowski et al., 2010). Asimismo, actúa sobre distintos aspectos de la pareja, como en las relaciones sexuales (Benavides et al., 2015).

### *Autoestima*

Al igual que en el autoconcepto, la autoestima ha sido un término que ha contado con diversas definiciones a lo largo de los años. Para Baldwin y Sinclair (1996), la autoestima es la evaluación que realizamos de nosotros mismos a través de la información que nos dan los otros y la comparación con los significantes.

El uso excesivo de las redes sociales en estudiantes, tiene efectos negativos en la autoestima (Alarcón y Salas, 2022), algo que podemos ver con conductas como la constante comparación con los otros (Alfasi, 2019). Debido a esto, las personas utilizan las redes sociales para compensar esta disminución, de tal manera que suben una publicación con el fin de tener muchos "me gusta", consiguiendo así la aceptación de los demás (Kowalczyk et al., 2016).

La autoestima es un aspecto importante en las relaciones de pareja, debido a que esta modula la satisfacción que tiene una persona de su relación y de su pareja (Erol y Orth, 2013).

### *Personalidad*

La personalidad es un predictor importante de la motivación para el uso de aplicaciones de citas (Branson y March, 2021; Correa et al., 2010).

En un estudio de Branson y March (2021) se encontró que, tanto los celos como el narcisismo vulnerable, son predictores significativos del uso excesivo de citas en línea.

Otros estudios como el de Bhogal y Deans (2019), apoyan la relación entre los celos y el uso excesivo de esas citas. Aunque, hay datos en ocasiones contradictorios, lo que puede reflejar las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de afrontar esos celos. Los hombres con actos de agresión directa y las mujeres más emocionales e indirectas.

No se observa relación entre la hostilidad y el uso excesivo de citas. También se ha encontrado relación entre narcisismo, autoestima baja y mayor tiempo de uso (Mehdizadeh, 2010).

La relación entre personalidad y las redes sociales se ha estudiado, igualmente, a partir del modelo de los Cinco Factores (Costa y McCrae, 1997): extraversión, neuroticismo, apertura a la experiencia, cordialidad y responsabilidad.

En estudios posteriores, (Arseneault et al., 2009), se encontró que los tres factores que tienen más relación con el uso de las redes sociales son extraversión, neuroticismo y apertura a la experiencia. En personas mayores, este último factor se vincula con el mayor uso de las redes, mientras que en jóvenes esto no se da (Correa, et al., 2010).

Hay aspectos personales que influyen en la relación de pareja, influyendo en la propia calidad de vida de esta (Holland y Roisman, 2008). Entre ellos está el neuroticismo que se asocia a una menor satisfacción e intimidad, la extraversión, la amabilidad y la escrupulosidad, que se asocian con un aumento de estas variables (Hendrick, et al., 2004).

## **Influencia de las redes sociales en las relaciones de pareja**

Las redes sociales se han convertido en un medio que influye en la forma en la que nos relacionamos y, por tanto, en la forma romántica de relación.

Varios estudios subrayan la influencia de las redes sociales en distintos aspectos de las relaciones de pareja. Entre ellos están la satisfacción y la confianza (Baptist y Norton, 2014), así como las estrategias de reducción de incertidumbre (Anderegg y Fox, 2014).

Otros aspectos en los que su influencia ha sido relevante son los propuestos por la Teoría Triangular del amor de Sternberg (1986). Sternberg sugiere que el amor se compone de tres elementos: intimidad, pasión y compromiso.

Respecto a la intimidad, incluye sentimientos de conexión, cercanía, el vínculo entre los miembros de la pareja, e incluso alivio del dolor (Sternberg, 1986; Reguera, 2020). La intimidad a través de aplicaciones de citas, conduce al coqueteo, cortejo y la búsqueda continua del amor (Gerber, 2017), mostrando nuestra faceta más atractiva (Sumter et al., 2017).

Cada vez son más las personas que exponen su vida privada en redes, desafiando el concepto tradicional de intimidad (De Miguel, 2012). Sin embargo, un objetivo de la mayoría de usuarios de estas *apps* es llegar a las citas e intimidad fuera de las pantallas (Gerber, 2017).

El compromiso hace referencia a la decisión de amar al otro y al mantenimiento de la relación (Sternberg, 1986), llegando a aportar estabilidad a la misma (Reguera, 2020).

Hay una tendencia al “no compromiso” debido a que las aplicaciones, seguidores y “likes” aportan a los usuarios la confianza de tener distintas posibilidades (Alvídrez y Rojas, 2017). Estos factores llevan a considerar que con un solo click, podrían encontrar a “alguien mejor”. Cabe añadir, la facilidad para agregar y eliminar a personas de algunas páginas (Vargas, 2021).

Por último, la pasión se refiere a las ganas de estar con la persona que quieres, acompañada de una sensación intensa de disfrute, incluyendo en ocasiones el deseo sexual (Reguera, 2020).

A pesar de ser el componente más importante en las primeras fases de la relación romántica (Sternberg, 1986), a través de las redes podría llevar a conductas negativas como la vigilancia de la pareja (Bejanyan et. al 2012).

De acuerdo con lo visto, las redes sociales interfieren en cómo nos relacionamos con las personas con las que tenemos vínculos amorosos.

Hoy en día se tiene un contacto directo y presente debido a esta mensajería instantánea. Pastor y Vázquez (2019) observaron que el tiempo diario dedicado a hablar con la pareja tanto en persona como por redes, se relaciona positivamente con el abuso emocional tanto ejercido como sufrido.

### **Tinder y la búsqueda de pareja**

Tinder es posiblemente la aplicación de citas en línea más utilizada, diseñada para conectar con personas que se encuentran dentro del mismo rango de cercanía, mostrando perfiles y brindando la oportunidad de evaluarlos. Lo que lleva, si el resultado es positivo, al coqueteo y, de ahí, a un final u otro en función de distintas variables como la motivación, expectativas y reciprocidad.

Actualmente, esta *app* está disponible en 190 países y cuenta con aproximadamente ochenta millones de usuarios, siendo la aplicación para ligar más descargada del mundo.

El primer paso consiste en crear un perfil en la aplicación, con lo que comienza la búsqueda de pareja. Al usuario que se le presentan los distintos perfiles debe tomar una decisión de entre estas tres: deslizar hacia la derecha si le gusta el perfil, lo cual significa “*Like*”, deslizar a la izquierda si no le gusta, “*Dislike*”, o como última opción, deslizar hacia arriba “*Superlike*”, empleando esta opción cuando gusta mucho el perfil del usuario.

Su funcionamiento es sencillo, lo que en parte, explica el éxito de la aplicación. Se basa en un algoritmo bidireccional, en el que cuando un “Like” es mutuo, se produce un “Match”. A partir de este momento, ambas partes tienen la oportunidad de iniciar una conversación que podría conducir a diversas posibilidades, según sus intereses y motivaciones personales.

### *Qué lleva al uso de Tinder*

Las razones y motivaciones con las que se utiliza Tinder son muy diversas.

Según el estudio de Quijano (2021), el motivo principal detrás de su uso es el aburrimiento. Estos autores, junto con otros (Böthe et al. 2016) consideran que el uso de la aplicación podría volverse adictivo, llegando incluso a pasar horas mirando perfiles sin darse cuenta.

Otras motivaciones para su uso serían la acumulación de experiencias cognitivas y afectivas en el individuo, conocer a otra persona, pasar el rato, compartir intereses, e incluso validar la propia identidad, con el fin de establecer relaciones románticas o amistosas y adquirir experiencia sexual mediante la interacción con el otro (Arreola y Sánchez, 2022).

Aunque hombres y mujeres comparten comportamientos y actitudes, encontramos diferencias en el uso de Tinder. Los hombres muestran más interés en la búsqueda de relaciones sexuales (Arreola y Sánchez, 2022), llevando a cabo más conductas de riesgo. Mientras que las mujeres tienen más expectativas de encontrar pareja, pensando que lo que se van a encontrar son relaciones casuales (González et al., 2018). Por esto mismo, se muestran más prudentes, dada la incertidumbre (Moosavand et al., 2024) que causa no conocer a las personas con quienes se interactúa.

Un elemento importante a la hora de usar Tinder son las expectativas de lo que podremos lograr con el uso de esta *app*.

Escobar (2019) señala que ambos géneros esperan obtener control sobre la interacción online, poder elegir lo que les gusta entre diversos perfiles, disfrutar del ocio y obtener consuelo tras una ruptura.

A pesar de que la mayoría tiene esperanza de que los vínculos trasciendan al contexto físico, existen expectativas negativas acerca del encuentro basadas en no cumplir las expectativas del otro, provocando que la cita salga mal (Fernández, 2017).

En ocasiones, cuando no se acaba produciendo la cita, las expectativas sobre la experiencia que iban a tener en Tinder siguen siendo satisfactorias, debido a que obtienen *matches* de otras personas. Por el contrario, el no lograr *matches* se podría convertir en razón suficiente para borrar la *app*, dado que no se cumple con la expectativa inicial de obtener reconocimiento (González et al., 2018).

### **Consecuencias del uso de Tinder**

Por un lado, entre las consecuencias positivas del uso de Tinder encontramos el conocer con mayor facilidad a diferentes personas, tener relaciones sexuales consentidas (Ciocca et al. 2020) y aumentar la extraversión (Both y Fowler, 2020), factor relacionado con aspectos positivos de las relaciones de pareja (Hendrick et al., 2004).

Un aspecto negativo tiene que ver con la manera en la que se reflejan los estereotipos de género afectando al autoconcepto. Las mujeres destacan sus aspectos faciales como algo positivo y su cuerpo como algo negativo. Por el contrario, los hombres perciben la altura o corporalidad como algo positivo y sus aspectos faciales y algunos de su cuerpo como negativos (Condesa, 2020).

Además, cabe mencionar la incertidumbre que genera el desconocimiento de las personas que se conocen a través de Tinder. Debido a que puedan ocultar su verdadera identidad o intenciones. Incluso, en la investigación de *Apps* sin violencia, llevado a cabo por la Federación de Mujeres Jóvenes en España, se encontró que el

50% de las mujeres usuarias de Tinder se han sentido presionadas para mantener relaciones y el 33,8% han sido presionadas para seguir tras negarse (Otero, 2022).

La relación entre el uso de Tinder y su efecto en la autoestima no queda del todo clara. Existen estudios en los que se encuentra una relación positiva (Bóthe et al. 2016), negativa (Petrie y Strubel, 2017), o directamente, no se ha encontrado (Tovar y Vásquez, 2018).

## **Conclusiones y discusión**

Las relaciones de pareja representan un aspecto fundamental en la vida de los seres humanos. De ahí que uno de los objetivos fundamentales que se plantean las personas es el logro de una relación satisfactoria.

En muchos casos, se entiende que el amor romántico resulta un prerequisite imprescindible para la consolidación y mantenimiento de la relación de pareja. En cambio, cuando no se da, puede llevar a sentimientos de insatisfacción, soledad e incluso de abandono de la pareja y la búsqueda de una nueva.

Esto lleva a poner el foco en la elección de pareja, que ha demostrado no ser un proceso estático. Los métodos de elección en las últimas décadas han tenido cambios especialmente importantes. En estos han influido la aparición de las redes sociales y, con ellas, las aplicaciones de citas. Dentro de esas aplicaciones, una de las más usadas es Tinder.

El análisis de la bibliografía existente sobre el uso de las redes para el logro de pareja ha dado distintos resultados. Por una parte, puede aportar beneficios, dando nuevas posibilidades para conseguir pareja y favoreciendo algunos aspectos personales como, la autoestima, mantener conexiones entre personas, apoyo emocional y compartir experiencias.

Por otra parte, las investigaciones han señalado que el uso de las redes tiene consecuencias negativas. Entre ellas, generar conexiones superficiales, llevando a sentimientos negativos, como la soledad. Otros estudios hablan del papel de la

incertidumbre que genera, e incluso de depresión, ansiedad, insomnio o problemas obsesivos.

Algunos trabajos señalan la importancia de la autoimagen y de un aspecto importante relacionado con ella, el autoconcepto físico (Gracia et al., 2019). En otros, se indica la relación entre el autoconcepto y las relaciones sexuales (Benavides et al., 2015).

Sobre los elementos básicos del amor de Sternberg y el uso de las redes sociales, se encontró que, en general, la intimidad, el compromiso y la pasión, se reducen debido a su uso. En el caso de la pasión, podría incluso llevar a la vigilancia de la pareja, alejándose del concepto romántico dado en las relaciones amorosas.

En cuanto a variables de personalidad, los resultados analizados señalan que, las personas extravertidas y con altas puntuaciones en neuroticismo son las que usan más las redes sociales (Correa et al., 2010). Es posible que esto se pueda deber a que, al no tener contacto directo, les resulta más cómodo interactuar con los demás, pudiendo medir mejor sus palabras y evitando así decir algo de lo que luego se puedan arrepentir.

Dentro de los aspectos negativos sobresalen las adicciones a las redes, que llevan a un autoconcepto emocional más bajo (González-Cabrera et al., 2022). También se plantea el efecto negativo de las adicciones sobre la autoestima, lo que afecta la satisfacción con la relación.

Es frecuente señalar que el uso excesivo de citas aparece relacionado con los celos. La pareja comparte información personal, y se puede llegar a pensar en la infidelidad. En cambio, no hay acuerdo entre los autores con los resultados de la hostilidad. Se plantea como posible causa el tamaño muestral (Bhogal y Deans, 2019).

En algunos estudios se diferencia entre cómo afecta el uso de las redes a hombres y mujeres. Con efectos en el autoconcepto emocional en las mujeres y en el social en hombres. En cuanto a los celos y el abuso en el uso de las redes, la

literatura ha encontrado datos poco claros. Es posible que se deba a que los hombres participan en actos de agresión más directos y las mujeres, más indirectos.

Los estudios que se centran en la red Tinder, señalan diferencias entre hombres y mujeres. Los hombres se centran más en la búsqueda de relaciones sexuales, mientras que las mujeres dan más importancia a aspectos relacionados con la imagen personal, la autoestima y a la búsqueda de pareja.

Aunque, en general se relaciona el uso de redes con la adicción, e incluso con una reducción de la autoestima, en el caso de Tinder, los estudios no señalan esto. La relación entre Tinder y su efecto en la autoestima no queda del todo clara. Es un aspecto importante a analizar, puesto que indicaría que mientras para algunas personas se mejora la autoestima, para otras empeora o no se afecta. Esto da lugar a investigaciones sobre qué aspectos de las características personales de los usuarios, afectan a cómo estos perciben su autoestima.

En resumen, los resultados de los distintos trabajos llevan a sugerir la necesidad de profundizar en qué variables son las implicadas en el uso negativo de las redes y más en concreto de Tinder, por su frecuencia. Por eso, se aconsejan líneas futuras de investigación que amplíen las muestras que hacen uso de las redes en general y, de Tinder en particular, ampliando las investigaciones a otras culturas.

El conocer las características de las personas que usan de forma inadecuada o abusan de las redes sociales, permitiría proponer distintos programas preventivos, adaptados a los distintos casos. También pueden servir como protectores frente a los problemas que puede crear un uso inadecuado de las redes, dirigidos especialmente a jóvenes, ya que son los que las usan con más frecuencia.

## Referencias

- Alarcón-Allaín, G. F. y Salas-Blas, E. (2022). Adicción a redes sociales e inteligencia emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions: salud y drogas*, 22, 152-166. <https://doi.org/10.21134/haaj.v22i1.640>
- Alfasi, Y. (2019). The grass is always greener on my Friends' profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression. *Personality and Individual Differences*, 147, 111-117. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.032>
- Alvídrez, S. y Rojas-Solís, J. L. (2017). Los amantes en la época del smartphone: aspectos comunicativos y psicológicos relativos al inicio y mantenimiento de la relación romántica. *Global Media Journal México*, 14(27), 1-18. <https://doi.org/10.29105/gmjmx14.27-1>
- Anderegg, C. y Fox, J. (2014). Romantic relationship stages and social networking sites: Uncertainty reduction strategies and perceived relational norms on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(11), 685-691. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0232>
- Armaza-Deza, J. F. (2022). The risk of excessive use of social networks by latin american students. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/scielopreprints.5241>
- Arreola-Rodríguez, K. R. y Sánchez-Aragón, R. S. (2022). Why and for what did you download Tinder? Use motives in single users. *New Trends in Qualitative Research*, 14, 573-573. <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e573>
- Arseneault, J. M., Mary, G., Orr, E., Orr, R., Ross, C. y Sisic, M. (2009). Personalidad y motivaciones asociadas al uso de Facebook. *Computadoras en el comportamiento humano*, 25(2), 578-586. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.12.024>

- Bailey, B. (2024). *Tinder estadísticas 2024: ¡Todo lo que necesitas saber sobre la aplicación para ligar!*. Roast. <https://bit.ly/3WSnX0u>
- Baldwin, M.W. y Sinclair, L. (1996). Self-esteem and "if...then" contingencies of interpersonal acceptance. *Journal of personality and social psychology*, 71(6), 1130. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.6.1130>
- Baptist, J. y Norton, A. M. (2014). Couple boundaries for social networking in middle adulthood: Associations of trust and satisfaction. *Cyber psychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(4), 58-64. <http://dx.doi.org/10.5817/CP2014-4-2>
- Bauman, Z. (2003). *Amor líquido*. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Benavides, M., Calvache, C. y Moreno, A. (2015). Relación entre el nivel de satisfacción sexual y autoconcepto en parejas de la pastoral familiar de Pupiales. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 7(2), 81-96. <https://doi.org/10.17533/udea.rp.325206>
- Bejanyan, K., Di Castro, G., Marshall, T. C. y Lee, R. A. (2012). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal relationships*, 20(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2011.01393.x>
- Bhogal, M. S. y Deans, H. (2019). Perpetrating cyber dating abuse: A brief report on the role of aggression, romantic jealousy and gender. *Current Psychology*, 38, 1077-1082. <https://doi.org/10.1007/s12144-017-9715-4>
- Bóthe, B., Melher, D., Orosz, G. y Tóth-Király, I. (2016). Too many swipes for today: The development of the Problematic Tinder Use Scale (PTUS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(3), 518-523. <http://dx.doi.org/10.1556/2006.5.2016.016>

- Brandtzæg, P. B. y Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In *Online Communities and Social Computing: Third International Conference, OCSC 2009, Held as Part of HCI International 2009, San Diego, CA, USA, July 19-24, 2009. Proceedings 3*, 143-152. Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1_16)
- Branson, M. y March, E. (2021). Dangerous dating in the digital age: Jealousy, hostility, narcissism, and psychopathy as predictors of Cyber Dating Abuse. *Computers in human behavior*, 119, 106711. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106711>
- Boczkowski, PJ y Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI Editores.
- Both, L. E. y Fowler, S. A. (2020). The role of personality and risk-taking on Tinder use. *Social Sciences y Humanities Open*, 2(1), 100067. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2020.100067>
- Buss, D. M. (2018). The evolution of love in humans. *The new psychology of love*, 1, 42-63. <https://doi.org/10.1017/9781108658225.004>
- Campbell, L., Fletcher, G. J., Simpson, J. A. y Overall, N. C. (2015). Pair-bonding, romantic love, and evolution: The curious case of Homo sapiens. *Perspectives on psychological science*, 10(1), 20-36. <https://doi.org/10.1177/1745691614561683>
- Carbonell, S. y Henke, T. (2023). *El papel de las redes sociales en las interacciones sexoafectivas: un estudio sobre el cortejo en Instagram y Tinder*. Universidad de San Andrés.
- Ciocca, G., D'Antuono, L., Fontanesi, L., Jannini, E. A., Limoncin, E., Sansone, A. y Robilotta, A. (2020). Sexological aspects related to Tinder use: A

- comprehensive review of the literature. *Sexual medicine reviews*, 8(3), 367-378. <https://doi.org/10.1016/j.sxmr.2019.12.004>
- Condesa, C., Cuauhtémoc, A., Guadarrama-Hamilton, E. y Franklin, B. (2020). *Tinder: La Modernidad del Amor*. Universidad La Salle.
- Coveñas-Lalupú, J. y Palacios-Garay, J. (2019). Predominancia del autoconcepto en estudiantes con conductas antisociales del Callao. *Propósitos y Representaciones*, 7(2), 325-352. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.278>
- Collins, W. A. (2003). More than myth: The developmental significance of romantic relationships during adolescence. *Journal of research on adolescence*, 13(1), 1-24. <https://doi.org/10.1111/1532-7795.1301001>
- Correa, T., Gil de Zúñiga, H. y Willard, A. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Costa Jr, P. T. y McCrae, R. R. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American psychologist*, 52(5), 509. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.52.5.509>
- Couldry, N. y Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. John Wiley and Sons.
- Cuetos, G. (2016). *El amor a lo largo de la historia*. In XVII Congreso Virtual Internacional de Psiquiatría. España: Universidad de Oviedo.
- De Corral, P. y Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías ya las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-95. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122889001>

- De Miguel-Asensio, P. A. (2012). *Internet, vida privada y redes sociales: nuevos retos*. Universidad Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/>
- Díaz-Blánquez, M. (2019). *Relación del autoconcepto con el uso de las redes sociales en adultos*. Universidad Pontificia Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/53400>
- Erol, R. Y. y Orth, U. (2013). Actor and partner effects of self-esteem on relationship satisfaction and the mediating role of secure attachment between the partners. *Journal of research in Personality*, 47(1), 26-35. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2012.11.003>.
- Escobar-Pulgar, S. (2019). Lógicas de funcionamiento de Tinder. Intimidad y tecnologías digitales: transformación de las relaciones interpersonales en el uso de Tinder en Chile. *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16(1), 91-108. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.62952>
- Esnaola, I., Goñi, A. y Madariaga, J. M. (2008). El autoconcepto: perspectivas de investigación. *Revista de psicodidáctica*, 13(1), 69-96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17513105>
- Felipe-Castaño, E. y Morán-Pallero, N. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 29(3), 611-625. <https://doi.org/10.51668/bp.8321306s>
- Fergusson, D. M., Gibb, S. J., y Horwood, L. J. (2011). Relationship duration and mental health outcomes: findings from a 30-year longitudinal study. *The British Journal of Psychiatry*, 198(1), 24-30. <https://doi.org/10.1192/bjp.bp.110.083550>
- Fernández-Fernández, D. (2017). Entendiendo relaciones de pareja en la era de Tinder: análisis cualitativo y propuestas educativas. <http://hdl.handle.net/10651/43210>

- Fincham, F. D. y Vennum, A. (2011). Assessing decision making in young adult romantic relationships. *Psychological assessment*, 23(3), 739. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0023287>
- Gerber, L., Hobbs, M. y Owen, S. (2017). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271-284. <https://doi.org/10.1177/1440783316662718>
- González, X., Jerez, M., Pardo, F. y Ruiz-Clavijo, V. (2018). *Mujeres en Tinder: expectativas de usuarias sobre el uso de la aplicación. Un estudio cualitativo*. [Tesis licenciatura]. Universidad Católica de Valparaíso. [http://opac.pucv.cl/pucv\\_txt/txt-7000/UCC7039\\_01.pdf](http://opac.pucv.cl/pucv_txt/txt-7000/UCC7039_01.pdf)
- González-Cabrera, J., González-García, H. y Martínez-Martínez, F. D. (2022). Perfiles de redes sociales de estudiantes, necesidades psicológicas básicas, autoconcepto e intención de ser físicamente activo. *Psicol. conduct*, 30(3), 757-772. <https://doi.org/10.51668/bp.8322310s>
- Goodarzi, M., Ranaeiy, S. y Taghavi, M. (2015). The Effect of Loneliness on Social Networking Sites Use and Its Related Behaviors. *Global Journal of Health Science*, 8(8), 162-173. <https://doi.org/10.5539%2Fgjhs.v8n8p162>
- Gracia-Olivas, P., Montes-Castillo, M., Oliveros-Rodríguez, L. y Valencia-Castillo, F. (2019). Modelo interdisciplinar para el estudio de jóvenes y autoconcepto a partir del consumo de redes sociales virtuales. In *Investigación e innovación en la Enseñanza Superior: Nuevos contextos, nuevas ideas*. 871-879. Octaedro. <http://hdl.handle.net/10045/99015>
- Heidari, A., Nosrati, S., Sabzali, M., y Sarfi, T. (2020). Chatbots, counselling, and discontents of the digital life. *Journal of Cyberspace Studies*, 4(2), 153-172. <https://doi.org/10.22059/jcss.2020.93910>

- Hendrick, C., Hendrick, S. y White, J.K. (2004). Big five personality variables and relationship constructs. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1519-1530. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.019>
- Holland, A. S. y Roisman, G. I. (2008). Big Five personality traits and relationship quality: Self-reported, observational, and physiological evidence. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25(5), 811-829. <https://doi.org/10.1177/0265407508096697>
- Inesdi Business Techschool. (2023, Abril). *Las redes sociales más utilizadas*. <https://bit.ly/3V6As77>
- Instituto Nacional de Estadística. (2023). *Población que usa Internet (en los últimos tres meses). Tipo de actividades realizadas por Internet*. [Nota de prensa]. <https://bit.ly/4aysSGV>
- Jackson, S. E., Steptoe, A., y Wardle, J. (2015). The influence of partner's behavior on health behavior change: the English Longitudinal Study of Ageing. *JAMA internal medicine*, 175(3), 385-392. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2014.7554>
- Kiecolt-Glaser, J. K. y Wilson, S. J. (2017). Lovesick: How couples' relationships influence health. *Annual review of clinical psychology*, 13, 421-443. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-032816-045111>
- Kowalczyk, C. M., Pounders, K., y Stowers, K. (2016). Insight into the motivation of selfie postings: Impression management and self-esteem. *European Journal of Marketing*, 50(9/10), 1879-1892. <https://doi.org/10.1108/EJM-07-2015-0502>.
- Latorre-Coscolluela, C., Lozano-Blasco, R. y Quílez Robres, A. (2020). Social network addiction and its impact on anxiety level among university students. *Sustainability*, 12(13), 5397. <https://doi.org/10.3390/su12135397>

- Lewandowski Jr, G. W., Nardone, N. y Raines, A. J. (2010). The role of self-concept clarity in relationship quality. *Self and Identity*, 9(4), 416-433. <https://doi.org/10.1080/15298860903332191>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Moosavand, M., Nosrati, S., y Sarfi, M. (2024). Liquid love and continuation of a new love order. *Synesis (ISSN 1984-6754)*, 16(1), 114-132. Recuperado de <https://seer.ucp.br/seer/index.php/synesis/article/view/2860>
- Niemeyer-Buzio, V. (2015). *Tinder: construcción identitaria de sus usuarios y su visión de las relaciones, la desechabilidad y fragilidad de los vínculos humanos*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Otero-Pérez, I. (2022). *Apps sin violencia: Investigación sobre las violencias sexuales que las mujeres sufren en aplicaciones de citas*. <https://app.bitly.com/Bo5m9JFoMfa/links>
- Pastor, Y. y Vázquez, N. (2019). Uso de redes sociales y mensajería instantánea en relaciones de pareja en la juventud: un estudio preliminar. *Health and addictions/salud y drogas*, 19(1). <https://doi.org/10.21134/haaj.v19i1.418>
- Peter, J., Schouten, A.P, y Valkenburg, P. M. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology and Behavior*, 9(5), 584-590. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Petrie, T. A. y Strubel, J. (2017). Love me Tinder: Body image and psychosocial functioning among men and women. *Body image*, 21, 34-38. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.02.006>

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.

<https://doi.org/10.1108/10748120110424843>

Quijano-Peña, M. (2021). *El amor en los tiempos de Tinder: investigación de mercados*. Universidad del País Vasco. <http://hdl.handle.net/10810/52038>

Reguera, B. (21 de diciembre de 2020). *Los componentes del amor de pareja*. Tu psicoterapia Madrid. <https://bit.ly/3Kh5fru>

Ruiz-Becerril, D. (2001). Relaciones de pareja. *Revista de educación*, (325), 49-56. <http://dx.doi.org/10.4438/1988-592X-0034-8082-RE>

Stephen, A. T. y Wilcox, K. (2013). Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem, and self-control. *Journal of Consumer research*, 40(1), 90-103. <http://dx.doi.org/10.1086/668794>

Sternberg, RJ (1986). Una teoría triangular del amor. *Revisión psicológica*, 93 (2), 119-135. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.2.119>

Sumter, S. R., Vandenbosch, L., y Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and informatics*, 34(1), 67-78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>

Tovar-Bujanda, A. M. y Vásquez-Rivas, A. M. (2018). *Relación entre el Nivel de Autoestima, Estar o No en una Relación de Pareja, El Grado de Satisfacción en la Relación y el Sexo con la Frecuencia y Motivo de Uso de la aplicación Tinder en individuos con edades comprendidas entre los 18 y 25 años*. Universidad Católica Andrés Bello.

Vargas-Montes, J. C. (2021). *Significados atribuidos a las redes sociales por parte de adolescentes que experimentan una vivencia amorosa y hacen uso de estas*. Universidad de Antioquia. <https://hdl.handle.net/10495/19362>