

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2022-2023

Efectos de Tinder en el bienestar de los/as usuarios/as

Lucía Espinosa Martín

Tutor académico: Luis Miguel Rodrigo Benito

SEGOVIA, julio de 2023

Índice

1. Resumen
2. Introducción
3. Literatura
 - 3.1. Motivaciones de uso de Tinder
 - 3.2. Representación y cosificación
 - 3.3. Efectos sobre la salud
4. Objetivos generales
 - 4.1. Objetivos específicos
5. Metodología
 - 5.1. Población y muestra
 - 5.2. Metodología de análisis
 - 5.3. Instrumento
6. Resultados
7. Conclusiones
8. Bibliografía

Índice de tablas

1. Tabla de variables
2. Tabla efectos entre géneros
3. Tabla efectos de la posición política
4. Tabla motivación para el uso de Tinder según género
5. Tabla interacciones según género
6. Tabla sentimiento hacia el método de deslizamiento
7. Tabla sentimientos previos al encuentro
8. Tabla comodidad en la interacción
9. Tabla sentimientos después del encuentro sexual
10. Tabla correlación del uso de Tinder
11. Tabla categoría social

1. Resumen

Esta investigación pretende dar respuesta a si la aplicación de citas online Tinder afecta a la salud mental, relaciones sexuales y bienestar subjetivo de sus usuarios. Para ello se ha llevado a cabo una encuesta de Google Forms a usuarios/as activos/as de Tinder, cuyos resultados posteriormente se han analizado estadísticamente mediante técnicas bivariantes. La conclusión principal es que no podemos asegurar que Tinder afecte a la salud sexual ni psicológica de los encuestados.

Palabras clave: Citas online, salud mental, auto-sexualización, autoestima.

2. Introducción

Es sabido que en la sociedad cibernética actual tenemos a golpe de “clic” la posibilidad de encontrar y desechar a una posible pareja romántica, un amigo con el que compartir placeres o una pareja sexual sin mayor vínculo, concretamente esta última muy asociada a nuestro objeto de estudio, la aplicación de citas Tinder, aunque parece que el sexo no siempre está entre las primeras motivaciones de los y las usuarias.

Este estudio pretende identificar los efectos psicológicos que experimentan los perfiles de Tinder por estar activos en una red social que te pone en bandeja a cientos de personas cercanas y disponibles, desde que te instalas esta aplicación, mostrando una gran exposición de cuerpos, hasta que quedas con una persona extraña. También tratamos de identificar las emociones que generan estas nuevas modalidades de presentación y su aceptación social, basadas en la imagen física y en las conexiones rápidas, valoradas en ocasiones como relaciones “de usar y tirar”, considerando cómo puede afectar al bienestar subjetivo y sexual de los individuos entrar en este mercado con la doble condición de ser “mercancía” y “consumidor” simultáneamente.

Para ello, hemos encuestado a 54 usuarios activos de esta red social, mediante un cuestionario que mide componentes de la salud mental como la ansiedad, la depresión

y la autoestima, así como las motivaciones para el uso de esta aplicación y la emociones generadas durante el proceso de uso, cita y relación sexual, si es que ocurre.

Algunos de los resultados encontrados muestran que los hombres tienen menos éxito en la aplicación y por tanto más sentimientos negativos relacionados con su experiencia, como son el desinterés por parte de las mujeres, la comparación de sus físicos con otros usuarios o incluso, el sentimiento de ser utilizados sexualmente.

Este TFG se estructura de la siguiente forma: en primer lugar revisamos la literatura científica sobre los efectos Tinder en sus usuarios; a continuación detallamos los objetivos generales y específicos del trabajo; siguiendo con la sección metodológica, dónde se explica el tipo de análisis utilizado, la encuesta, la población, la muestra y las variables del modelo propuesto. Después, en la sección de resultados, analizamos los datos de la encuesta; finalmente, se cierra el TFG con las conclusiones alcanzadas.

3. Literatura

Las aplicaciones de citas online para conocer gente son cada vez más una realidad entre los jóvenes de la sociedad española y del mundo, más concretamente de la aplicación Tinder, creada en el año 2012, con actualmente 57 millones de usuarios en todo el mundo, lograba ya en el año 2016 los 26 millones de “match” al día (Kao, 2016). Y es que en el entorno actual tecnológicamente integrado, se ha dado forma a los valores de facilidad de acceso e instantánea comunicación e información (Zickuhr, 2010), modificándose las pautas de comportamiento y acercamiento del amor (Bonavitta, 2015), teniendo en cuenta que la red presenta un gran poder de descompromiso, ya que nos conecta y desconecta con igual facilidad y derecho (Cornejo y Tapia, 2011).

Aunque esta aplicación es joven, la posibilidad de conocer a una posible pareja en línea no lo es, pero Ward (2016) diferencia Tinder del resto de aplicaciones de citas online, porque no se basa en la compatibilidad, ni utilizan grandes técnicas de filtrado, sino que hace divisiones por edad y zona geográfica (Moscatto, 2014), siendo esta última una de las mayores virtudes de la app, su poder de geolocalización y por lo tanto de cercanía y accesibilidad.

Es por su rápida adaptación a nuestra sociedad, ya que históricamente una década es poco tiempo, por lo que aún encontramos una limitada literatura científica, pero a su vez ha despertado el interés de disciplinas como la psicología, intrigada por el estudio de las relaciones actuales entre la tecnología y lo que esto supone a los cambios entre las relaciones interpersonales. Cornejo y Tapia (2011) ya señalaban que “pretender restar importancia a los cambios en las relaciones humanas que la nueva cultura virtual presenta, es negar la posibilidad de crecer profesionalmente en una disciplina como la Psicología” (p.227).

Hasta el momento los enfoques de investigación han sido varios e incluso con resultados antagónicos, lo cual llama todavía más la atención porque muestra que los efectos de Tinder dependen de la subjetividad de los usuarios así como de sus condiciones, como pueden ser sus necesidades, salud mental o aspecto físico, entre otras variables que determinarán que sus experiencias con la aplicación sean buenas o por el contrario, negativas.

3.1. Motivaciones de uso de Tinder

El primer hecho que deberíamos considerar, dado el estrecho vínculo generalmente otorgado a las aplicaciones de citas como un medio negativo hacia el sexo fácil, es la liberación sexual en la actualidad, lo cual facilita las relaciones sexuales casuales más allá de la reproducción (Rathus et al. 2018); una gratificación nueva que se aporta al individuo en relación a anteriores períodos históricos; también sabiendo que, según Barrada y Castro (2020), Tinder no provoca directamente mayor activación sexual, sino que las personas que tienen mayor interés en ello son un mayor número de usuarios. Nos encontramos ante una era de cambios tecnológicos que simplemente han trasladado a otro intermedio más, en este caso Tinder, la búsqueda de necesidades básicas del ser humano como la búsqueda de alguien cercano y disponible para procrear (Shamloul et al. 2010), coincidiendo la demanda y la oferta, ya que, es en entornos digitales donde los usuarios están más abiertos a encontrar pareja (Sprecher y Sprecher, 2009).

Sin embargo, la literatura existente refuta este estereotipo como la máxima motivación de los usuarios. Por ejemplo, Sumter y Vandebosh (2017) encontraron que los jóvenes

usuarios de Tinder, tienen tanto razones relacionales, buscar una relación romántica o sexual; razones interpersonales, como la facilidad de la comunicación y el aumento del ego; o están motivados por el entretenimiento, siendo la curiosidad o la tendencia la que mueve a muchos usuarios a crearse un perfil. Por lo anterior, Tinder puede ser utilizado con diferentes fines, siendo tan solo uno más la búsqueda de sexo casual. Fernández (2017) también añade en su investigación motivaciones bajo situaciones muy concretas, como la de haber sufrido recientemente una ruptura (ya que quizás es una forma menos incómoda de incorporarse al mundo de la soltería) o la de gente que cambió su residencia y busca crear nuevos vínculos en una ciudad desconocida. Wang y Chang (2010) por otro lado, identificaron 3 dimensiones de interés para el usuario: Aventura, escape a un mundo virtual y romance. Se valoran características de la app como la del anonimato, pudiendo compartir creencias de cualquier tipo sin preocuparse por las críticas (Mckenna et al., citado en Wang y Chang, 2010) reduciendo el impacto de las normas sociales y la ansiedad social de la comunicación cara a cara. También nos encontramos ante una gran oportunidad de conocer gente, ya que todo el mundo está presente en internet, que es considerado por algunos adolescentes un medio social primario (Peter, Valkenburg y Shouten, citado en Wang y Chang, 2010). Los usuarios de Tinder también informan comúnmente que usan Tinder para aumentar su ego y evaluar su valor de mercado, lo que significa que buscan la aprobación social (Franks & Marolla, 1976; MacDonald et al. 2003; Tim mermans & De Caluwé, 2017).

Hablando de prevalencia, lo anterior supone también que si la app no satisface esas necesidades que el usuario busca, desaparece con ello el usuario activo (Barrada y Castro, 2020). Garro, Fitzgerald y Melgarejo(2017) indican más concretamente que los hombres dejan de utilizar la app por aburrimiento y las mujeres por haber encontrado una relación más estable, dentro o fuera de la app.

3.2. Representación y cosificación

Casi inevitablemente nos formamos impresiones sobre las personas, construidas mediante esquemas sociales de comportamientos esperados que nos permiten procesar rápidamente la información que recibimos en una primera impresión como el aspecto físico, atractivo, vestimenta o forma de hablar (Moya, 2023). Goffman señaló

que las personas intentamos controlar o guiar las impresiones del resto por medio de la manipulación de la configuración, apariencia y comportamiento (1959). Por su lado, Dlugolecki y Doherty (1994) afirman que la forma en que uno se representa a sí mismo ante los demás influye en cómo las personas se ven a sí mismas.

¿Y qué sucede cuando tú tienes la potestad de mostrar de ti mismo sólo la parte que quieres? Así funciona Tinder, cada usuario tiene el poder de gestionar y elegir de forma muy concreta y controlada las fotos que muestra en su perfil y su descripción, para ser la mejor “oferta” del mercado. Anticipándose al juicio de los demás, los individuos podemos centrarnos mucho en tratar de presentar una imagen que se aproxime a los ideales de belleza de la sociedad y mejore la apariencia (Kim & Chock, 2015). Es por ello que los usuarios emplean auténticas estrategias, en lugar de mentir abiertamente, muestran su mejor cara, incluso alterando las fotos personales para ocultar características que los hacen sentir ansiosos o inseguros (Weisbuch, Ivcevic y Ambady, 2009; Gaden y Dumitrica, 2014).

En cuestión de género, las mujeres tienden a ser más estratégicas sobre su apariencia visual y su peso, mientras que los hombres son menos sinceros sobre el estado y objetivos de la relación (Hancock et al., 2007; Whitty, 2008; Hancock & Toma, 2009; Hall, et al., 2010). En caso de que las intenciones sean cercanas a buscar una relación, suelen ser perfiles más auténticos en su autopresentación, debido a su perspectiva a largo plazo y la probabilidad de que una presentación poco real les resulte perjudicial. Así como también se presentan de una forma más auténtica los usuarios con mayor autoestima (Ranzini y Lutz, 2017). De igual manera, resulta que las motivaciones no son estáticas tampoco por edad, ya que con el tiempo disminuye la presión del grupo y autovalidación (Barrada y Castro, 2020).

Pero de manera real o no, lo que parece concluyente es que los usuarios de Tinder tienen una mayor preocupación por verse bien en sus redes sociales (Garro, Fitzgerald y Melgarejo, 2017). Lo cual nos dirige a otro punto importante a tratar, que es la cosificación. Podría esperarse, después de lo señalado anteriormente, se ejerza una cosificación sobre los cuerpos, en mayor o menor grado de consciencia, tanto desde la perspectiva del que observa la oferta de usuarios que le brinda la aplicación, como lo es

desde la auto cosificación del propio usuario que ensalza sus características en busca de éxito. Aun siendo solo dos herramientas, imágenes y una breve descripción, las únicas formas de presentarse, son numerosas las ocasiones en las que los usuarios ni tan siquiera llegan a describirse, mostrando solamente imágenes. Aun así, tanto hombres como mujeres prefieren los perfiles que tienen una descripción, pero esto podría darse porque se sienten más seguros conociendo a la persona con la que tendrán contacto y no necesariamente porque prefieran la descripción textual a la visual (Ranzini y Lutz, 2017).

Al no funcionar un algoritmo de compatibilidad, más allá que el de una opcional descripción y pequeñas etiquetas de interés, se potencia la cosificación mediante la apariencia física (Finkel et al., 2012; Timmermans y De Caluwé, 2017). Esto puede conllevar problemas de salud mental, ya que la cosificación de nuestros cuerpos tiene un efecto silencioso en nuestros actos y valía. La auto objetivación implica que los individuos comienzan a verse a sí mismos "como un cuerpo" y se centran en su apariencia física más que en su potencial como individuos o sentimientos (Fredrickson y Roberts, 1997). La auto objetivación conlleva una mayor vergüenza corporal, ansiedad y varios problemas de salud mental y física (Moradi & Huang, 2008; Tiggemann, 2011).

3.3. Efectos sobre la salud

La literatura no es concluyente sobre los efectos de Tinder en la salud, ya que éstos son diferentes para las distintas dimensiones o componentes de la salud. Barrada y Castro, (2020) indican que los usuarios de Tinder no relacionan la app con aspectos negativos sobre su estado de ánimo, al igual que Holtzhausen et al., (2020) no pudieron afirmar estadísticamente que la baja autoestima estará asociada con el uso de estas apps.

En cuanto a los efectos de Tinder en la salud sexual, se ha comprobado que los estudiantes que tenían la aplicación Tinder obtuvieron puntajes más altos en las medidas de impulsividad y búsqueda de sensaciones sexuales (Carpenter y McEwan, 2016), aunque no mantienen una diferencia significativa de encuentros sexuales con los no usuarios, ni más conductas sexuales de riesgo, siendo incluso más constantes en la utilización de preservativos (Wu, 2019).

Respecto a los efectos negativos hacia la salud psicológica, Holtzhausen et al. (2020) sí comprobaron que el deslizamiento, como técnica de funcionamiento, estaría asociado con niveles más altos de angustia psicológica, ansiedad y depresión. También informaron menos satisfacción con sus rostros y cuerpos, por lo tanto más vergüenza, disminuyendo la autoestima, e incluso son más propensos a involucrarse en conductas alimenticias poco saludables, controlando su peso. Al igual que puede generar frustraciones la baja calidad y cantidad en la interacción de citas en línea: interacciones superficiales, interés unilateral, etc (Heino et al., 2010; Zytka et al., 2014; Strubel y Petrie, 2017; Schwartz y Velotta, 2018; Tran et al., 2019).

En cuestión del feedback que tengas en la aplicación parece obvia la relación entre el éxito y el bienestar, ya que si la respuesta a la solicitud es negativa, puede generar ansiedad, empeoran los niveles de auto objetivación, menosprecio del cuerpo y disminución la autoestima, sin embargo, si la respuesta es positiva, puede mejorar el bienestar (Strubel y Petrie, 2017; Yu-Chin Her & Elisabeth Timmermans, 2021). Pero incluso ese éxito, que puede parecer beneficioso, puede derivar en comportamientos contraproducentes y tóxicos ya que, según Yu-Chin Her & Elisabeth Timmermans (2021), a mayor éxito en al app, mayor uso compulsivo de la misma, buscando desenfrenadamente la aprobación social, generando una alternancia entre bienestar y ansiedad, ya que el éxito nunca se podrá considerar permanente. Lo anterior, podría producir usuarios con tendencia a la comparación social, actos que están sujetos a efectos negativos como sentimientos de tristeza y depresión (Vogel et al., 2015).

Por otro lado como efectos positivos de Tinder en la salud, Sumter et al, 2017, comprobaron que relacionarse y entablar amistades con otras personas en estas aplicaciones de citas, puede aumentar la felicidad y mejorar sus sentimientos de soledad, genera mayor confianza y comodidad de hablar con extraños, ya que determinamos con quien y cuando comienza la conversación (Cornejo y Tapia, 2011; Garro, Fitzgerald y Melgarejo, 2017) lo cual sin duda tiene reflejos muy positivos en el bienestar de los perfiles de baja autoestima o mala concepción de sí mismos ya que suelen encontrar dificultades para interactuar por su timidez. También son beneficiados los perfiles de alta sensibilidad porque debido a la lógica del deslizamiento, los rechazos

son menos explícitos ya que únicamente informan del match (Navarro y Jaimes, 2007; Blackhart et al., 2014; Orosz et al., 2016; Ward, 2016).

4. Objetivos generales

En esta investigación se pretende identificar los efectos del uso de la aplicación Tinder sobre la salud mental, relaciones sexuales y bienestar subjetivo de sus usuarios.

4.1. Objetivos específicos

- Conocer la salud mental de los usuarios de Tinder.
- Conocer las motivaciones de uso de esta aplicación.
- Conocer los niveles de bienestar subjetivo que genera el uso de la aplicación.
- Conocer los patrones de comportamiento sexual y afectivo de los usuarios de Tinder.

5. Metodología

Se propone una investigación de alcance exploratorio y explicativo. El primero, porque se trata de una investigación que pretende proporcionar nuevos datos sobre la relación entre el usuario activo de Tinder y su salud mental, relaciones sexuales y bienestar subjetiva de los usuarios/as; y el segundo, porque tratará de identificar las variables que explican esta relación. Para responder a la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos propuestos, se realizó una encuesta online por medio de la plataforma Google Forms.

5.1. Población y muestra

La población objeto de estudio son los jóvenes de Castilla y León que estén entre los 18 y los 30 años, considerándose usuarios activos de la aplicación de citas online Tinder. En Castilla y León hay 272.661 jóvenes comprendidos entre estas edades.

El tamaño muestral lo calcularemos con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2} \quad n = \frac{2^2 * 50 * 50}{3^2} = 1.111$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

Z= Representa las unidades de desviación típica correspondiente al nivel de confianza elegido.

P= Valor presupuesto, proporción que constituye la varianza poblacional.

Q= Valor presupuesto, proporción que constituye la varianza poblacional.

E= Significa el error máximo que se estableció en la investigación.

Se requiere por tanto encuestar a 1.111 casos extraídos aleatoriamente de la población del estudio para alcanzar un error del 3% y un nivel de confianza del 95,5%.

5.2. Metodología de análisis

Para analizar los datos obtenidos mediante la encuesta de Google Forms, utilizaremos el programa SPSS, programa estadístico informático habitualmente utilizado en las ciencias sociales y en las ciencias aplicadas. Se emplearán tres técnicas bivariantes para analizar los datos:

Diferencia de medias: Para el análisis entre una o más variables independientes nominales y una o más variables dependientes métricas, cuyo procedimiento calcula las diferencias entre los valores de las dos variables de cada caso y contrasta si la media difiere de 0, mediante el test ANOVA.

Tablas de contingencia: Para el análisis de nominales, tanto en las variables independientes como dependientes, lo cual consiste en utilizar dos variables

relacionadas para obtener una serie de datos mediante el uso de porcentajes. Se contrastará las asociaciones mediante el test de coeficientes de contingencia.

Correlaciones de Pearson: Para el análisis de métricas, tanto en las variables independientes como dependientes, medida estadística que expresa hasta qué punto dos variables métricas están relacionadas linealmente entre sí.

5.3. Instrumento

Siguiendo la literatura, se ha diseñado un cuestionario que permite medir las variables involucradas en el proceso.

Tabla 1: Variables del cuestionario

| Variables | Función | Tipo |
|-----------------------------|----------------|-------------|
| Uso de Tinder | Independiente | Ordinal |
| Clase social | Control | Métrica |
| Género | Control | Categórica |
| Residencia | Control | Categórica |
| Edad | Control | Métrica |
| Estrés | Control | Métrica |
| Calidad del sueño | Control | Métrica |
| Salud mental | Dependiente | Métrica |
| Bienestar psicológico | Dependiente | Métrica |
| Comodidad en la interacción | Dependiente | Categórica |
| Ansiedad por los resultados | Dependiente | Categórica |

| | | |
|---|-------------|------------|
| Satisfacción sexual general | Dependiente | Categórica |
| Frecuencia de uso de Tinder con motivación sexual | Dependiente | Métrica |
| Satisfacción general de las citas | Dependiente | Categórica |
| Autopercepción corporal | Dependiente | Métrica |
| Autoestima | Dependiente | Métrica |
| Ansiedad y depresión | Dependiente | Métrica |
| Auto sexualización | Dependiente | Categórica |

6. Resultados

Para responder a la pregunta de la investigación, en esta sección se analizará la información obtenida mediante la encuesta realizada en base a las técnicas de análisis anteriormente citadas. Lamentablemente, debido al escaso tiempo disponible para el trabajo de campo, no se pudo alcanzar el número de encuestados necesario para poder extrapolar los resultados al conjunto de la población ($n= 1.111$), logrando solamente 54 encuestados. Por esta razón, los resultados que se presentan a continuación contienen un margen de error importante (14% aprox.) por lo que deben ser considerados con cautela.

- Diferencia de Medias

En esta primera tabla empezaremos analizando el cruce de la variable género con las variables métricas de la encuesta sobre Tinder. Solamente se informará de los cruces que sean estadísticamente significativos (test ANOVA >1).

Tabla 2: Efectos entre géneros

| Género | Femenino | | Masculino | | Total | |
|--|----------|----|-----------|----|-------|----|
| | Media | N | Media | N | Media | N |
| Me siento ansioso/a nervioso/a o al límite | 3,14 | 29 | 2,38 | 16 | 2,87 | 45 |
| Me siento desanimado/a o sin esperanza | 2,55 | 29 | 2,19 | 16 | 2,42 | 45 |
| Me gusta cómo me veo sin ropa | 3,10 | 29 | 3,56 | 16 | 3,27 | 45 |
| Me desagrada mi físico | 2,66 | 29 | 2,19 | 16 | 2,49 | 45 |
| Mi situación económica me estresa | 3,52 | 29 | 2,75 | 16 | 3,24 | 45 |
| Mi trabajo ó estudios me estresan | 4,03 | 29 | 3,31 | 16 | 3,78 | 45 |
| Mi familia o pareja me estresan | 2,34 | 29 | 1,94 | 16 | 2,20 | 45 |
| Tengo un buen número de cualidades | 3,90 | 29 | 4,25 | 16 | 4,02 | 45 |
| Siento que no tengo suficientes motivos para sentirme orgulloso/a de mí mismo/a | 2,31 | 29 | 2,81 | 16 | 2,49 | 45 |
| Desearía valorarme más | 4,24 | 29 | 3,69 | 16 | 4,04 | 45 |
| A veces me siento verdaderamente inútil | 2,97 | 29 | 2,25 | 16 | 2,71 | 45 |
| A veces pienso que no soy bueno/a en nada | 2,52 | 29 | 2,06 | 16 | 2,36 | 45 |
| Me siento satisfecho/a con la frecuencia de mis orgasmos | 2,55 | 29 | 3,38 | 16 | 2,84 | 45 |
| Los perfiles que me agradan más estéticamente son a los que les doy "like" | 4,28 | 29 | 3,81 | 16 | 4,11 | 45 |
| Utilizo fotos más provocadoras que en otras redes sociales para llamar la atención de los perfiles que me puedan ver | 1,83 | 29 | 2,69 | 16 | 2,13 | 45 |

| | | | | | | |
|--|------|----|------|----|------|----|
| A menudo siento inseguridades y comparaciones físicas con otros usuarios | 2,41 | 29 | 3,00 | 16 | 2,62 | 45 |
| He llegado a mentir o maquillar información sobre mí para encajar mejor con los perfiles de Tinder | 1,34 | 29 | 2,06 | 16 | 1,60 | 45 |

Nota: marcado en azul la media más alta.

En la tabla 1 se puede observar que las mujeres sufren más ansiedad y depresión, sienten notablemente mayor estrés por el trabajo o estudios, situación económica y por su familia o pareja. Por otro lado, los hombres tienden a compararse físicamente con otros perfiles por inseguridades y por tanto tienden más a maquillar la información en sus perfiles y ser sexualmente más provocativos en busca del éxito en la app, sin embargo están más satisfechos con la frecuencia de sus orgasmos que las mujeres.

Tabla 3: Efectos de la posición política

| Posición Política | Izquierda | | Centro | | Derecha | | Total | |
|---|-----------|---|--------|---|---------|---|-------|----|
| | Media | N | Media | N | Media | N | Media | N |
| No soy capaz de detener o controlar mis preocupaciones | 3,44 | 9 | 2,57 | 7 | 3,40 | 5 | 3,14 | 21 |
| Mi cuerpo es sexualmente atractivo | 3,78 | 9 | 3,86 | 7 | 2,60 | 5 | 3,52 | 21 |
| No soy atractivo/a físicamente | 1,67 | 9 | 2,43 | 7 | 3,20 | 5 | 2,29 | 21 |
| Mi situación económica me estresa | 2,44 | 9 | 4,00 | 7 | 2,80 | 5 | 3,05 | 21 |
| Mi familia ó pareja me estresan | 1,56 | 9 | 3,00 | 7 | 2,00 | 5 | 2,14 | 21 |
| Considero que la religión en mi vida es importante | 1,44 | 9 | 1,71 | 7 | 2,40 | 5 | 1,76 | 21 |
| Soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que el resto | 5,00 | 9 | 4,29 | 7 | 4,80 | 5 | 4,71 | 21 |

| | | | | | | | | |
|--|------|---|------|---|------|---|------|----|
| Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a | 3,33 | 9 | 3,57 | 7 | 4,20 | 5 | 3,62 | 21 |
| Considero que mi vida sexual es muy excitante | 1,89 | 9 | 3,00 | 7 | 2,60 | 5 | 2,43 | 21 |
| A mi vida sexual le falta calidad | 3,89 | 9 | 2,86 | 7 | 2,60 | 5 | 3,24 | 21 |
| Intento cuidar la apariencia de las fotos que tengo en mi perfil de Tinder | 4,22 | 9 | 3,57 | 7 | 2,80 | 5 | 3,67 | 21 |
| Los perfiles que me agradan más estéticamente son a los que les doy "like" | 4,67 | 9 | 4,00 | 7 | 3,40 | 5 | 4,14 | 21 |

Nota: marcado en azul la media más alta.

En la anterior tabla hemos analizado el efecto de la posición política, diferenciando entre izquierda, derecha y centro. Observamos que los/as usuarios/as que se declaran de centro tienen una buena autoestima sobre su cuerpo y una vida sexual percibida como excitante, aunque son los que sufren más estrés. Mientras que los denominados de izquierdas no están contentos con la calidad de sus relaciones sexuales y tienen una notable preferencia hacia los perfiles más estéticos.

- Tablas de contingencia

Empezaremos analizando el cruce de las variables de motivación para el uso de Tinder y el género. Informaremos solamente los resultados que, según el test de coeficientes de contingencia, sean significativos.

Tabla 4: Motivación para el uso de Tinder según género

| | Femenino | | Masculino | | Recuento | % dentro de Género | |
|--|---|--------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|--|
| | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | | | |
| ¿Cuál es tu mayor motivación para utilizar la app de Tinder? | 7 | 19,4% | 2 | 11,1% | 95 | 67,9% | |
| | 4 | 11,1% | 1 | 5,6% | 5 | 3,6% | |
| | Conocer amistades con los mismos gustos y/o aficiones | | | | | | |
| | 6 | 16,7% | 5 | 27,8% | 11 | 7,9% | |
| | Conocer una posible pareja | | | | | | |
| | 4 | 11,1% | 2 | 11,1% | 6 | 4,3% | |
| Para mantener relaciones sexuales sin vínculo afectivo | | | | | | | |
| 15 | 41,7% | 8 | 44,4% | 23 | 16,4% | | |
| Por entretenimiento | | | | | | | |
| Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% | |

Nota: marcado en azul la media más alta.

En la tabla 4, observamos que las mujeres tienen una mayor motivación por conocer amistades (11,1% frente a un 5,6% en los hombres), en contraposición, los hombres tienen una mayor motivación por encontrar pareja (un 27,8% frente a un 16,7% de las mujeres), siendo similares las motivaciones por búsqueda de sexo y entretenimiento.

Tabla 5: Interacciones según género

| Género | Femenino | | Masculino | | Recuento | % dentro de Género |
|--|----------|--------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | | |
| Me entretengo durante algún tiempo solo teniendo conversaciones | 16 | 44,4% | 5 | 27,8% | 21 | 15,0% |
| Normalmente después de hacer match no tengo ni tan siquiera conversaciones | 9 | 25,0% | 5 | 27,8% | 14 | 10,0% |
| Quedo personalmente en cuanto he mantenido algunas conversaciones con conexión o interés | 3 | 8,3% | 4 | 22,2% | 7 | 5,0% |

| | | | | | | |
|--|----|--------|----|--------|-----|--------|
| | 1 | 2,8% | 0 | 0,0% | 1 | ,7% |
| Quedo personalmente tan pronto como he coincidido con un match | | | | | | |
| | 0 | 0,0% | 2 | 11,1% | 2 | 1,4% |
| Rara vez hago match | | | | | | |
| Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% |

Nota: marcado en azul la media más alta.

Podemos observar que tanto mujeres como hombres coinciden en un desapego a la conversación después del match, así como un bajo interés en quedar rápidamente. Por el contrario es muy significativo que las mujeres lo utilizan más como un entretenimiento (44,4% frente al 27,8% en hombres) y esto puede ser un reflejo de la poca reciprocidad que tienen los hombres en esta app ya que el 22,2% quieren tener un encuentro en cuanto mantiene varias conversaciones de interés, frente al 8,3% de disposición de las mujeres.

Tabla 6: Sentimientos hacia el método de deslizamiento

| | | Total | | | | | |
|--|--------------------------------------|----------|--------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| | | Femenino | | Masculino | | | |
| | | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género |
| ¿Qué sentimiento te genera el método de deslizamiento de Tinder? | | 7 | 19,4% | 2 | 11,1% | 95 | 67,9% |
| | Ansiedad por los resultados | 1 | 2,8% | 3 | 16,7% | 4 | 2,9% |
| | Curiosidad y entretenimiento | 17 | 47,2% | 5 | 27,8% | 22 | 15,7% |
| | Desensibilización hacia las personas | 3 | 8,3% | 2 | 11,1% | 5 | 3,6% |
| | Satisfacción al recibir match | 8 | 22,2% | 6 | 33,3% | 14 | 10,0% |
| | Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% |

Nota: marcado en azul la media más alta.

En cuanto al sentimiento que les genera a los encuestados el método de deslizamiento de Tinder, vemos que utilizan más la aplicación y todo lo que conlleva como entretenimiento, en cambio los hombres sufren mayor ansiedad por los resultados (que anteriormente vimos, eran menos exitosos que las mujeres) y por lo tanto les produce más satisfacción el match.

Tabla 7: Sentimientos previos al encuentro

| | | Total | | | | | |
|--|--|----------|--------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| | | Femenino | | Masculino | | | |
| | | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género |
| ¿Con qué sentimiento te identificas más los momentos previos a un encuentro con un perfil de Tinder? | | 17 | 47,2% | 10 | 55,6% | 113 | 80,7% |
| | Ansiedad por si no nos gustamos en persona | 11 | 30,6% | 3 | 16,7% | 14 | 10,0% |
| | Ilusión por crear un nuevo vínculo | 3 | 8,3% | 3 | 16,7% | 6 | 4,3% |
| | Miedo porque el usuario no coincida con su descripción | 3 | 8,3% | 1 | 5,6% | 4 | 2,9% |
| | Pérdida del interés | 2 | 5,6% | 1 | 5,6% | 3 | 2,1% |
| | Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% |

Nota: marcado en azul la media más alta.

Sobre los sentimientos previos al encuentro, nos encontramos con que los usuarios/as se sienten seguros, mayoritariamente, de que la otra persona coincide con la descripción, aunque se encuentra algún punto de miedo por encima la mujer. Los hombres se mantienen más tranquilos y es la mujer en este caso la que siente más ansiedad previa al encuentro.

Tabla 8: Comodidad en la interacción

| | Femenino | | Masculino | | Recuento | % dentro de Género |
|--|-----------|--------------------|-----------|--------------------|------------|--------------------|
| | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | | |
| Al principio me encuentro nervioso/a pero voy encontrándome más cómodo/a según se alarga el encuentro. | 14 | 38,9% | 1 | 5,6% | 15 | 10,7% |
| Te encuentras ansioso/ e inseguro/a la mayoría del encuentro | 1 | 2,8% | 3 | 16,7% | 4 | 2,9% |
| Te encuentras relajado/a y seguro/a de ti mismo | 3 | 8,3% | 4 | 22,2% | 7 | 5,0% |
| Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% |

Nota: marcado en azul la media más alta.

En relación a la comodidad en la propia cita, las mujeres están notablemente más nerviosas (38,9% frente al 5,6% en hombres) pero se van relajando a medida que avanza la cita, en cambio algunos hombres tienen sentimientos de nerviosismo continuo (16,7%) y otros de seguridad total (22,2%).

Tabla 9: Sentimientos después del encuentro sexual

En la siguiente tabla, analizamos los sentimientos que emergen ante la situación de que el usuario Tinder llegué a tener relaciones sexuales.

| | Femenino | | Masculino | | Total | |
|--|----------|--------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género | Recuento | % dentro de Género |
| En algunas ocasiones utilizado/a | 1 | 2,8% | 2 | 11,1% | 3 | 2,1% |
| Incomodo/a y violento/a muchas de las veces que no ha ido tan bien como esperaba | 1 | 2,8% | 0 | 0,0% | 1 | ,7% |
| Pleno y satisfecho porque no busco un vínculo más allá | 1 | 2,8% | 2 | 11,1% | 3 | 2,1% |

| | | | | | | |
|--|----|--------|----|--------|-----|--------|
| Procuro crear un vínculo de confianza y comodidad con el tiempo | 2 | 5,6% | 3 | 16,7% | 5 | 3,6% |
| Simplemente con una necesidad cubierta, a veces satisfactoria y a veces no | 8 | 22,2% | 0 | 0,0% | 8 | 5,7% |
| Total | 36 | 100,0% | 18 | 100,0% | 140 | 100,0% |

Nota: marcado en azul la media más alta.

La experiencia de las mujeres se centra en el sentimiento de haber cubierto una necesidad, en cambio, algunos hombres se sienten utilizados (un 11,1% en contra de un 2,8 en mujeres), otros satisfechos porque no buscan un vínculo mayor (11,1%), mientras que otros procuran crear ese vínculo y con ello una situación más confortable (16,7%).

- Correlaciones de Pearson

Como puntualizamos anteriormente, esta técnica se utilizará para analizar las relaciones entre variables métricas, sólo informaremos de las correlaciones estadísticamente significativas.

Tabla 10: Correlaciones de uso de Tinder

En la siguiente tabla vamos a relacionar la frecuencia de uso de Tinder, nuestra variable independiente sobre el uso de Tinder, con todas las variables métricas de la encuesta.

| | | Aproximadamente en un periodo de una semana ¿Cuántas veces entras en la app a ver los perfiles que te expone Tinder? | Intento cuidar la apariencia de las fotos que tengo en mi perfil de Tinder | A menudo siento inseguridades y comparaciones físicas con otros usuarios | ¿Con qué frecuencia sueles tener encuentros sexuales con los usuarios de Tinder? |
|--|------------------------|--|--|--|--|
| Aproximadamente en un periodo de una semana ¿Cuántas veces entras en la app a ver los perfiles que te expone Tinder? | Correlación de Pearson | 1 | .305* | .338* | .513** |
| | Sig. (bilateral) | | ,042 | ,023 | ,009 |
| | N | 45 | 45 | 45 | 25 |

Nota: marcado en azul la media más alta.

Encontramos una correlación positiva entre el uso de Tinder, el cuidado del perfil, los encuentros sexuales y el desarrollo de inseguridades por comparaciones físicas con otros perfiles. Es decir, cuanto más se usa esta app, más se cuidan los detalles del perfil, se tiene un mayor número de encuentros sexuales y aparecen más sentimientos de inseguridad por el atractivo físico.

Tabla 10: Encuentros sexuales

Vamos a relacionar la frecuencia con la que mantienen relaciones sexuales los usuarios de Tinder, dependiente del uso de Tinder, con todas las métricas disponibles en la encuesta.

| | | ¿Con qué frecuencia sueles tener encuentros sexuales con los usuarios de Tinder? | Aproximadamente en un periodo de una semana ¿Cuántas veces entras en la app a ver los perfiles que te expone Tinder? | Mi cuerpo es sexualmente atractivo | A mi vida sexual le falta calidad | En general, me inclino a pensar que soy un fracasado |
|--|------------------------|--|--|------------------------------------|-----------------------------------|--|
| ¿Con qué frecuencia sueles tener encuentros sexuales con los usuarios de Tinder? | Correlación de Pearson | 1 | .513** | .536** | .565** | -0,443 |
| | Sig. (bilateral) | | ,009 | ,006 | ,003 | 0,027 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |

Nota: marcado en azul la media más alta.

Observamos una correlación entre los encuentros sexuales, la percepción de atractivo físico, el menor sentimiento de fracaso y la mayor percepción de falta de calidad en su vida sexual. Es decir, a medida que el usuario tiene más encuentros sexuales reduce su sensación de fracaso y aumenta su autopercepción de ser atractivo. Sin embargo, también incrementa la percepción de tener una vida sexual de baja calidad.

Tabla 11: Categoría social

Finalmente, en la siguiente tabla vamos a identificar las relaciones entre la clase social de los encuestados (medida mediante el nivel educativo de ambos padres) y las variables métricas de la encuesta.

| | | Nivel educativo alcanzado por la madre | Nivel educativo alcanzado por el padre | No soy capaz de detener o controlar mis preocupaciones | Mi situación económica me estresa | Utilizo fotos más provocadoras que en otras redes sociales para llamar la atención de los perfiles que me puedan ver |
|--|------------------------|--|--|--|-----------------------------------|--|
| Nivel educativo alcanzado por la madre | Correlación de Pearson | 1 | .812** | -.500* | ,331 | .513* |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | ,018 | ,133 | ,015 |
| | N | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 |
| Nivel educativo alcanzado por el padre | Correlación de Pearson | .812** | 1 | -.445* | .633** | .545** |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | | ,038 | ,002 | ,009 |
| | N | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 |

Nota: marcado en azul la media más alta.

Encontramos una relación inversa entre la clase social de los usuarios de Tinder y los niveles de ansiedad y una relación directa con el uso de fotos provocativas en la app para llamar la atención. Es decir, cuanto más alta es la clase social de los usuarios/as, menor es la ansiedad percibida y mayor es la cosificación de sus perfiles como método de atracción.

7. Conclusiones

Esta investigación tiene como objetivo conocer los efectos que provoca sobre la salud mental, subjetiva y sexual ser un usuario activo de la aplicación para citas Tinder. Hemos querido abordar todo el espectro que rodea el bienestar subjetivo, que es de gran amplitud, desde la salud mental (ansiedad y depresión), la autoestima y las emociones que produce la interacción con la aplicación, prestando especial atención a las relaciones sexuales y cosificación de los cuerpos. Para alcanzar este objetivo se diseñó un cuestionario online, aunque por las limitaciones de tipo sólo lo lograron responder 54 personas. Se presentó un modelo de análisis, donde el uso de Tinder es la variable independiente y los posibles efectos en el bienestar subjetivo y sexual son variables dependientes.

Al igual que ocurre en la literatura, algunos de los resultados de este estudio son contradictorios, aunque también se encontraron coincidencias. En línea con la literatura revisada, no encontramos un efecto negativo generalizado en el bienestar de los usuarios por el hecho de utilizar Tinder, ni a nivel sexual ni psicológico, en cambio hay comportamientos aislados que podrían afectar de forma concreta a algunos/as usuario/as.

Respecto a las variables de control utilizadas, como el género, la clase social, la identificación política y religiosa o el nivel de estrés que sufren los encuestados, obtuvimos los siguientes resultados: si bien las mujeres sufren más ansiedad, depresión y tienen notablemente mayor estrés que los hombres, el uso de Tinder no lo empeora, siendo solo en momentos previos al encuentro de una cita, cuando las mujeres se sienten más nerviosa, aunque esto va mejorando a lo largo del encuentro. También nos encontramos con que a mayor clase social, mayor es la cosificación de sus perfiles como método de atracción. Sin embargo, la mayor parte de diferencias en los efectos que produce el uso de la aplicación se debe al género, más que al tiempo de uso de la aplicación, siendo los hombres los que se esfuerzan y se predisponen activamente, teniendo las mujeres una mayor pasividad dado un mayor número de oportunidades, ya que los hombres tienen más intención de llevar a cabo el encuentro y las mujeres acumulan más “matches”, que se traduce en una mayor oferta, relacionado también con que casi hay el doble de hombres usuarios que de mujeres. Por ello los hombres sienten un mayor descontento alrededor de la aplicación, más rechazo, menos reciprocidad y un mayor malestar al compararse físicamente con otros usuarios. Además los hombres sufren mayor ansiedad por los resultados (obtener matches), lo que les lleva incluso a ser menos sinceros en sus perfiles y a sentirse utilizados, en mayor medida que las mujeres, después de las relaciones sexuales.

En cuanto a la motivación, aparece una contradicción, ya que las mujeres indican tener una predilección por encontrar amistades, en cambio, la motivación principal para usar la aplicación es el entretenimiento y la curiosidad.

Por último, los principales resultados del uso de Tinder (variable independiente del estudio), es que los usuarios/as que más utilizan la aplicación, tienen una mayor

preocupación estética por su perfil virtual, tienen más encuentros sexuales, una mayor autovaloración de su atractivo físico y una menor sensación de fracaso. Sin embargo, quienes más usan esta aplicación, también perciben que tienen relaciones sexuales de menos calidad.

Es importante volver a señalar la limitación de este estudio, al no haber logrado un número de encuestados suficiente para poder generalizar los resultados al conjunto de nuestra población. Lamentablemente, el tiempo disponible para realizar la encuesta resultó insuficiente.

Como propuesta para futuros estudios, se podría llevar a cabo un análisis cualitativo que permita a los usuarios expresar de forma abierta los sentimientos y emociones que les produce el uso de esta aplicación y también prestar mayor atención a otras características del usuario/a, como la del nivel de éxito que consigue en sus relaciones sociales (no virtuales) y en la aplicación, ya que estos factores podrían explicar mejor la experiencia en Tinder.

Anexo I- Ítems del cuestionario

1. Cuestionario de salud del paciente 2 (PHQ2)

Durante las últimas 2 semanas, ¿con qué frecuencia te han molestado cada uno de los siguientes problemas?

| | | Nunca | Varios días | Más de la mitad de los días | Todos o casi todos los días |
|---|--|-------|-------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 | Tener poco interés o disfrutar poco haciendo las cosas | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Sentirse desanimado/a, deprimido/a o sin esperanza | 0 | 1 | 2 | 3 |

Punto de corte: una puntuación ≥ 3 indica la necesidad de una evaluación diagnóstica.

2. Escala de Trastorno de Ansiedad Generalizada2 (GAD2)

| En las últimas 2 semanas , ¿con qué frecuencia le han molestado los siguientes problemas? | De nada | Varios días | Más de la mitad de los días | Casi todos los días |
|--|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1. Sentirse nervioso, ansioso o al borde | <input type="radio"/> 0 | <input type="radio"/> +1 | <input type="radio"/> +2 | <input type="radio"/> +3 |
| 2. No ser capaz de detener o controlar la preocupación. | <input type="radio"/> 0 | <input type="radio"/> +1 | <input type="radio"/> +2 | <input type="radio"/> +3 |

3. Escala de Autoestima de Rosenberg (RSES)

| | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 En general, estoy satisfecho conmigo mismo. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2 A veces pienso que no soy bueno en nada. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3 Tengo la sensación de que poseo algunas buenas cualidades. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4 Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5 Siento que no tengo demasiadas cosas de las que sentirme orgulloso. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6 A veces me siento realmente inútil. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7 Tengo la sensación de que soy una persona de valía, al menos igual que la mayoría de la gente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8 Ojalá me respetara más a mí mismo. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9 En definitiva, tiendo a pensar que soy un fracasado. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10 Tengo una actitud positiva hacia mí mismo. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

4. Cuestionario Multidimensional de Relaciones Cuerpo-Yo, Subescala de evaluación de apariencia (MBSRQ-AE)

1. Mi cuerpo es sexualmente atractivo.
2. Me gusta mi apariencia tal como es.
3. La mayoría de la gente me consideraría atractivo.
4. Me gusta cómo me veo sin ropa.
5. Me gusta cómo me queda la ropa.
6. Me desagrada mi físico.
7. No soy atractivo físicamente.

8. Bibliografía

- Barrada, JR y Castro, Á. (2020). Usuarios de Tinder: características sociodemográficas, psicológicas y psicosexuales. *Revista Internacional de Investigación Ambiental y Salud Pública*, 17 (21), 8047. MDPI AG. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph17218047>
- Garro, P., Fitzgerald, C. y Melgarejo, D. (2017). Apropiación del Tinder. En Universidad de Lima, Facultad de Comunicación (Ed.), Concurso de Investigación en Comunicación: Trabajos ganadores. 10ma. Edición (pp. 89-105). Recuperado de <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/6078>
- González, B. d. (2021). Impacto del uso de aplicaciones de citas en la vivencia de la sexualidad. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/50824/TFG%20Coronado%20Gonzalez%2C%20Beatriz%20de%20Silva.pdf?sequence=1>
- Holtzhausen, N., Fitzgerald, K., Thakur, I. *et al.* Swipe-based dating applications use and its association with mental health outcomes: a cross-sectional study. *BMC Psychol* 8, 22 (2020). <https://doi.org/10.1186/s40359-020-0373-1>
- Martín-Albo, J., Núñez, J., Navarro, J., & Grijalvo, F. (2007). La Escala de Autoestima de Rosenberg: Traducción y Validación en Estudiantes Universitarios. *Revista Española de Psicología*, 10 (2), 458-467. doi:10.1017/S1138741600006727
- Ranzini, G. y Lutz, C. (2017). ¿Amor a primera vista? Explicando la autopresentación y los motivos de Tinder. *Comunicación y medios móviles*, 5 (1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Strubel J, Petrie TA. Love me Tinder: imagen corporal y funcionamiento psicosocial entre hombres y mujeres. *Imagen corporal*. 2017 junio; 21: 34-38. DOI: 10.1016/j.bodyim.2017.02.006. PMID: 28285177.
- Tovar Bujanda, A. M., & Vásquez Rivas, A. M. (s.f.). Relacion 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. 159.

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT6970.pdf>

- DA de Vries, J. Peter / Computadoras en el comportamiento humano 29 (2013) 1483–1489
- Wu Salmeron, Oscar. «Tinder y conductas sexuales de riesgo en jóvenes españoles / Tinder and risky sexual behaviour in young Spaniards». *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 2019, Vol. 37, Núm. 1, p. 35-42, <http://revistaaloma.net/index.php/aloma/article/view/362>
- Yu-Chin Her & Elisabeth Timmermans (2021) Tinder blue, ¿gripe mental? Explorando las asociaciones entre el uso de Tinder y el bienestar, *Información, Comunicación y Sociedad*, 24:9, 1303-1319, DOI: [10.1080/1369118X.2020.1764606](https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1764606)