



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Performatividad de género y heteronormatividad en aplicaciones de citas: plataformas, perfiles, usuaries**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Isabel Vasen**

**Amparo Rocha Alonso, tutora**

**María Rosa del Coto, co-tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2023**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





# PERFORMATIVIDAD DE GÉNERO Y HETERONORMATIVIDAD EN APLICACIONES DE CITAS: PLATAFORMAS, PERFILES, USUARIOS

**Tesista:** Isabel Vasen (elle) (D.N.I.: 42.301.359)

**Tutora:** Amparo Rocha Alonso (ella) (D.N.I.: 16.768.368)

**Co-tutora:** María Rosa del Coto (ella) (D.N.I.: 6.389.792)

Tesina para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**.UBA** sociales  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ccom**  
Ciencias de la Comunicación ■ UBA

*A mis amigos de FSOC por abrazarme antes de que yo supiera hacerlo.*

## Resumen

Inscripta en el campo de Comunicación y Género, la presente tesina tiene por objetivo analizar la performatividad de género y la heteronormatividad en las aplicaciones de citas utilizadas por jóvenes (de 18 a 25 años) cisgénero heterosexuales residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Con ello se pretende contribuir a elucidar el rol de los medios de comunicación y de la sociabilidad erótico-afectiva en la conformación de la identidad. En esta tarea la sociosemiótica se presenta como la articuladora metodológica de la investigación y el marco teórico se nutre de diversas fuentes que fueron puestas en juego para abordar diferentes aristas del fenómeno mediático en cuestión; a saber: la teoría *queer*, la interseccionalidad, los estudios de masculinidad, la teoría de la enunciación, la retórica, la sociología bourdiana, la microsociología de Goffman, la sociología del amor, los *Feminist Media Studies*, los estudios culturales británicos y latinoamericanos, entre otras.

La tesina está estructurada en dos partes y cuenta con dos tipos de datos. La primera parte (capítulos 1 y 2) consiste en un análisis discursivo sincrónico en producción de las aplicaciones de citas y sus perfiles. En el primer capítulo se interrogan las interfaces de las plataformas, en el segundo, los perfiles de *Tinder* de usuarios y usuarias cisheterosexuales de 18 a 25 años residentes en el AMBA. Los datos están conformados por capturas de pantalla de las interfaces de cinco aplicaciones (*Bumble*, *Badoo*, *Tinder*, *Happn*, *OkCupid*) y de cuatrocientos perfiles de *Tinder*. En la segunda parte de la tesina se realiza un giro etnográfico al abordar interseccionalmente las prácticas de consumo de usuaries cisheterosexuales de 18 a 25 años residentes en el AMBA, para lo que se entrevistaron a veintidós personas de forma semiestructurada; un total de veinticuatro horas de audio y video grabadas. El capítulo apuesta por la articulación analítica del género y la sexualidad con la clase. Reconstruye interseccionalmente las experiencias vividas de los actores sociales y sus puntos de vista sobre sus propias prácticas.

Por último, la tesina concluye con un breve intento de sistematización de los principales conceptos que emergieron durante el proceso de investigación: matrices relacionales erótico-afectivas, ritual de cortejo heteronormativo y prácticas de auto-representación. Mi punto de vista es situado, encarnado y parcial: soy una persona trans, joven, porteña, blanca, de clase media-alta y usuarie de aplicaciones de citas que analiza a hombres y mujeres jóvenes cisheterosexuales que también utilizan aplicaciones de citas en el AMBA.

La presente investigación fue realizada con el apoyo de una beca estímulo UBACyT (12/2021-5/2023) otorgada por la Universidad de Buenos Aires.

# ÍNDICE

Agradecimientos.....	vi
Introducción.....	vii-xii

## PRIMERA PARTE: ANÁLISIS EN PRODUCCIÓN

### *CAPÍTULO 1*

Romance y ludificación: los contratos de lectura de las plataformas de citas.....	1-20
--	------

### *CAPÍTULO 2*

Modalidades de auto-representación del género en <i>Tinder</i> Los perfiles de usuaries jóvenes cisheterosexuales del AMBA.....	21-55
---	-------

## SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS EN RECONOCIMIENTO

### *CAPÍTULO 3*

Consumo interseccional de aplicaciones de citas Género, sexualidad y clase en jóvenes cisheterosexuales del AMBA.....	57-92
Recapitulación.....	93-98

ANEXO

REFERENCIAS

*Al construir a la homosexualidad como un objeto de conocimiento, la heterosexualidad se constituye también como un espacio privilegiado de la subjetividad –como la condición misma del conocimiento– y por lo tanto evita convertirse en un objeto de conocimiento, en el blanco de posibles críticas.*

David Halperin, *San Foucault* (2000)

## **Agradecimientos**

A María Rosa del Coto y Amparo Rocha Alonso, por su arduo trabajo de corrección y dirección a lo largo de dos años, por la libertad con la que me han permitido trabajar y, sobre todo, por su hospitalidad.

A Ariel Gurevich, Valeria Risotto, María Elena Bitonte, Joaquín Linne, Pablo Porto López, Luis Espeche, María Laura Schaufler, Silvia Hernández, Nicolás Canedo y Gabriel Hernández, por sus consejos, lecturas y comentarios críticos sobre versiones previas de lo aquí presentado.

A les integrantes de la cátedra de Semiótica II y del grupo de investigación UBACyT “Retomas Discursivas en Tiempos de Convergencia. Producción, Circulación y Consumo” (20020170100446BA), por construir un espacio de trabajo que me permitió crecer como estudiante e investigadore. Particularmente a Lorena Steinberg, Magalí Bucasich, María Agustina Sabich y Nicolás Bermúdez, por haberme acompañado en mis primeros pasos en la docencia universitaria como ayudante de segunda *ad honorem*.

A Luisa Ochoa Chaves, Yanet Martínez Toledo, Carolina Justo, Eva Rodríguez Agüero, Claudia Pedraza, Ana Belén Calderón, Emanuelle Rodrigues, Juana Ochoa y Patricia Vega, miembros del grupo de trabajo “Comunicación, género y diversidades sexuales” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) por su profesionalismo, experticia y voluntad para compartir conocimientos y construir saber de forma horizontal y colectiva.

A quienes participaron de la investigación en calidad de entrevistades, por su predisposición a compartir sus experiencias, perspectivas e intimidades con una desconocida.

A Rosario Gil, Julieta Míguez, Emilia Setton y Nicolás Zarur, por llevar alegría a cada aula de la facultad.

## **Introducción**

*No voy a pensar lo que no voy a practicar*

María Lugones, *Peregrinajes* (2021)

*La inocencia y la transparencia no están disponibles  
para testigos modestos feministas*

Donna Haraway, “Testigo\_modesto@segundo\_milenio” (2004)

Las aplicaciones de citas cambiaron mi vida varias veces. La semana siguiente a terminar el secundario, con apenas diecisiete años, me descargué *Tinder*. Dado que mi adolescencia estuvo atravesada por el *bullying*, tenía una autoestima bastante baja y me costaba interactuar con mujeres cisheterosexuales, tenía miedo a que se rieran o burlaran de mí, como había sucedido durante los cinco años previos. En *Tinder* me encontré con una situación diferente: aquello que me había sido vedado y que parecía inaccesible me hablaba y deseaba. No me conocían, no tenían la imagen de mí que yo y mis compañeres tenían. Se me abrieron las puertas de la sexualidad y empecé a tener citas con mujeres cisheterosexuales bajo una dinámica lúdica. Con el tiempo, me fui desidentificando del género y la sexualidad que me habían asignado al nacer, por lo que me dejó de dar placer performar la masculinidad y participar del ritual de cortejo heteronormativo.

Durante los últimos cinco años, no solamente seguí usando las aplicaciones de citas de forma más o menos ininterrumpida, sino que también las empecé a estudiar. En el primer cuatrimestre del 2020, durante la pandemia, cursé *Semiótica de los Medios II* (cátedra bajo la titularidad de María Rosa del Coto en aquel momento y hoy en día de Amparo Rocha Alonso). Finalizada la cursada, me incorporé al grupo de investigación del UBACyT de la cátedra, y luego de diversas actividades y participaciones, me invitaron a sumarme como ayudante de segunda *ad honorem*. En este marco me presenté bajo la dirección de María Rosa del Coto y Amparo Rocha Alonso a una beca estímulo UBACyT, que luego obtendría. Quería armar un proyecto que me permitiera combinar los estudios de género con la comunicación: las aplicaciones de citas se me presentaron como el objeto de estudio idóneo, por el saber nativo con el que contaba, por ser lugares donde la heteronormatividad adquiere protagonismo y por ser un medio digital analizable desde la sociosemiótica (ver “1. Proyecto de beca estímulo” en

Anexo). Como carecía de formación institucionalizada sistemática en estudios de género, emprendí un camino autodidacta por las teorías (trans)feministas. En relación con el cruce entre comunicación y género, lo primero que encontré fueron libros del campo anglosajón que, con vocación epistemológica, presentaban ciertas problemáticas y líneas de análisis de las que me nutrí: *Feminist Media Studies* (Harvey, 2020), *Gender and Popular Culture* (Milestone y Meyer, 2021), *Gender and Media* (Krijnen y Van Bauwel, 2022). Reseñé los dos primeros y traduje un capítulo de ambos (Harvey, 2021; Milestone y Meyer, 2022); el tercero lo hice a un lado por liberal y contenidista. Posteriormente, me acerqué a los desarrollos que se habían producido en el campo de Comunicación y Género en Argentina (Elizalde, 2009; Laudano, 2010; Justo y Spataro, 2015; Justo, 2019; Hiram y Gándara, 2021; García Vargas, Díaz Larrañaga y Kejval, 2022) e incursioné en bibliografía local vinculada al cruce de las semióticas con los estudios de género (Chaneton, 2007; Olavarría, 2010; Forastelli y Olivera, 2016; Schaufler, 2019; Peñamarín, Amman y Parra, 2022). También, a la sociología crítica del amor latinoamericana (Marentes, 2019; Palumbo, 2019c) y los estudios de género locales (Salessi, 1995; Fernández, 2004; Pecheny, Figari y Jones, 2008; Chaves, 2009; Elizalde y Blanco, 2010; Berkins y Fernández, 2013; Elizalde, 2015; Meccia, 2022). A mediados del 2022, pedí y obtuve una prórroga por seis meses de la beca para llevar adelante un análisis en reconocimiento que complementara el que había hecho hasta ese entonces en producción. Al análisis discursivo de las plataformas y los perfiles, le agregué un análisis de la instancia de consumo mediante entrevistas a usuaries jóvenes cisheterosexuales. Dos materias de la carrera en las que se abordaron los estudios culturales británicos y latinoamericanos fueron claves para desarrollar esta inquietud por la instancia de consumo: *Comunicación II* (cátedra María Eugenia Contursi [ex Aníbal Ford]) y *Seminario de Cultura Popular y Masiva* (cátedra Pablo Alabarces [ex Eduardo Romano]). A pesar de que nunca se haya abandonado completamente la perspectiva sociosemiótica, se verá en el desarrollo de la tesina el peso creciente que van adquiriendo en ella los estudios culturales y la sociología bourdiana. En paralelo, a lo largo de los capítulos se puede atestiguar un corrimiento desde la teoría *queer* hacia el pensamiento interseccional. En suma, las aplicaciones de citas fueron el objeto que me permitió leer, formarme e investigar en los estudios de género y cruzarlo con mi formación en comunicación, los dos temas que me apasionan. Durante el año y medio que duró la beca asistí a cuatro congresos internacionales en los que presenté resultados parciales de la investigación y entablé diálogos sumamente nutritivos con colegas del

campo. Asimismo, durante todo este tiempo, a medida que investigaba sobre las plataformas de citas, mis propias prácticas erótico-afectivas se veían alteradas y entraban en cuestión.

A lo largo de los últimos años, mientras realizaba la investigación, comencé una transición de género. En ese proceso, las aplicaciones de citas –*OkCupid* particularmente–, sirvieron para romper con el círculo social inmediato y vincularme con personas LGBTI+, lo cual también dio lugar a la exploración sexual y a un reentrenamiento de los deseos. Una vez más, las aplicaciones me permitieron construir una nueva imagen de mí mismo.

Este es mi lugar de enunciación. Soy una usuaria joven de aplicaciones de citas que estudia a otras usuarias jóvenes. Además, soy blanca, de clase media-alta, nacida y criada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tercera generación de universitarias e hija de dos médicos de la UBA (ver “11. Tabla informantes” en el Anexo para más detalles). Por último, soy una persona trans que estudia la performatividad de género y la heteronormatividad en personas cisheterosexuales y los medios de comunicación que utilizan.<sup>1</sup> Este movimiento analítico supone una inversión epistémica de la tendencia predominante en la academia a reducir los estudios de género al análisis de las

---

<sup>1</sup> ¿Qué es el género? ¿Qué es la sexualidad? ¿Cómo se relacionan? La siguiente nota al pie está orientada para lectores no especializados.

El sentido común afirma que hay una relación lineal y monocausal entre el sexo (lo biológico), el género (lo cultural) y el deseo (lo psicológico): macho ↔ hombre ↔ heterosexual. Se trata de una visión esencialista en la que los comportamientos son explicados a partir de una verdad biológica y los desvíos de la norma son entendidos como negaciones de aquella verdad fatal, por lo que son patologizados. La patologización y el castigo de las prácticas no heterosexuales junto con la asunción de que a cada genitalidad le es consustancial un género-deseo, es lo que lleva a afirmar que estamos en una sociedad heteronormativa.

La teoría *queer* (Butler, 2018; 2018b; de Lauretis, 1984; 1989; Preciado, 2020; 2021) rompe con los supuestos de este sistema de sexo-género-deseo. En relación con el género, argumenta que no hay un ser detrás del actuar, sino que se es lo que se hace. De esta manera, no hay un cuerpo detrás de la acción, ni una identidad detrás de la expresión; por el contrario, la identidad es una ilusión de unidad producida retroactivamente por nuestro accionar. En otras palabras, no hago X por ser Y sino que por hacer X soy percibido como Y. Los discursos, sistemas de reglas, convenciones, normas y prácticas institucionales sobre los cuerpos no son descriptivos sino performativos, producen lo que pretenden describir. Lejos de ser algo dado, los cuerpos son productos de procesos de generización, efectos de prácticas discursivas. Análogamente, la sexualidad es entendida por la teoría *queer* como un conjunto de prácticas múltiples y volátiles estructuradas políticamente –un régimen del deseo–, por lo que dichas prácticas no vendrían a expresar un deseo fijo e inmutable que provenga de un cuerpo prediscursivo ni una orientación de igual origen.

En base a estos desarrollos, a lo largo de la tesis me refiero a sujetos “cisheterosexuales” sin separar los términos. En sintonía con la interpretación que Paul B. Preciado (2009; 2019: 307; 2020: 117, 159) hace de la famosa frase de Monique Wittig “las lesbianas no son mujeres” (2006: 57), considero que cualquier desplazamiento del lugar que nos han asignado en el sistema de sexo-género-deseo supone la pérdida de inteligibilidad y de identidad. En los ideales regulatorios del sistema sexo-género-deseo no existe sexualidad sin género ni género sin sexualidad. Para estos ideales regulatorios, toda Mujer y todo Hombre es necesariamente cisheterosexual.

disidencias y, en consecuencia, concebir a las personas LGBTI+ como objetos antes que sujetos productores de conocimientos. En relación con esto último, intenté acercarme a mis entrevistades como sujetos activos en el proceso de construcción de conocimiento. A todo esto, se le suma un objetivo epistemológico-político que atraviesa esta investigación: romper, en la medida de lo posible, con los binarismos (vulnerable/resistente, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas) que suelen guiar los análisis punitivos y etnocéntricos sobre las plataformas de citas.

Debido a que los capítulos de la tesina fueron escritos como artículos autónomos y encabalgados, cada uno cuenta con su propio estado del arte, marco teórico y metodología, por lo que en lo que sigue me limitaré a presentarlos brevemente. La sociosemiótica estructuró metodológicamente la tesina en dos partes, un análisis en producción y otro en reconocimiento, con el objetivo de dar cuenta del desfase entre ambas instancias (Verón, 1978; 1993; Fernández, 2021).

La primera parte (capítulos 1 y 2) consiste en un “análisis discursivo en producción” (Verón, 2004) de las plataformas de citas y sus perfiles; esto quiere decir que los discursos fueron puestos en relación con sus condiciones sociales de producción en pos de reconstruir las reglas que rigen el proceso de producción social de sentido. En el primer capítulo interrogo las interfaces de las plataformas de citas desde la teoría *queer*, la sociología del amor y, principalmente, la sociosemiótica. El corpus en esa ocasión estuvo conformado por capturas de pantalla de sus notificaciones y funcionalidades. En el capítulo se sostiene que las interfaces remiten a dos configuraciones históricas del discurso amoroso del siglo XX que sobreviven hoy (romántica y lúdica). A estas las denomino matrices relacionales erótico-afectivas a partir de Monique Wittig (2006), Judith Butler (2018a), y Jesús Martín-Barbero (1987). A su vez, el capítulo supone una intervención en un debate que tiene lugar en cada clase de semiótica y cuya cuestión central se podría formular de la siguiente manera: ¿tenemos que crear nuevos conceptos para estudiar los nuevos medios (con el riesgo de una profusión conceptual equivalente a la profusión mediática) o hay que seguir utilizando los conceptos clásicos (con el riesgo de caer en un anacronismo que fuerza el objeto al punto de solo ver lo viejo en lo nuevo)? Debate en el que adopto una postura intermedia, revitalizando el concepto de “contrato de lectura” (Verón, 1985) e incorporando desarrollos teóricos y metodológicos recientes de José Luís Fernández

(2021). En este sentido, la tesis central de ese capítulo es que cada plataforma de citas tiene un contrato de lectura. Dicha tesis se opone a una interpretación neoliberal difundida del concepto, según la cual cada usuaria establece su propio contrato de lectura, como si fuera una empresa, por lo que la categoría estalla y se dispersa, perdiendo valor heurístico.

En el segundo capítulo realizo un análisis discursivo en producción de los perfiles de *Tinder* de usuarios y usuarias cisheterosexuales de 18 a 25 años. El corpus está conformado por cuatrocientos perfiles, doscientos por cada género. Allí la auto-representación es analizada como una práctica, lo que supone positivizarla (en contraposición a los juicios que suelen recaer sobre ella desde el sentido común académico) y situarla (es decir, dar cuenta de los condicionamientos que la afectan). Entre los condicionamientos analizados se encuentran las matrices relacionales erótico-afectivas, los sistemas clasificatorios, los valores y las características de las plataformas en las que se desarrollan. Así, los perfiles son leídos como instancias de reconocimiento de los contratos de lectura de las plataformas de citas (analizados en el “Capítulo 1”). En un segundo momento, la mirada recae en el orden de la interacción y se realiza un análisis retórico de los perfiles para dar cuenta de cierta interdiscursividad que, a partir de Butler (2021), conceptualizo como un ritual de cortejo heteronormativo. Por último, el capítulo aborda un problema clásico: la representación del género. Se afirma que tras la masificación de los feminismos hemos entrado en una coyuntura “postfeminista” (Gill, 2007; 2016), en la que el desafío no es develar la masculinidad hegemónica detrás de la representación ni el orden edípico que la estructura, sino dar cuenta de los cambios, las continuidades y las tensiones que se producen entre discursos tradicionales y discursos feministas, tanto en el plano de la representación como en el plano subjetivo. Siempre con el objetivo de identificar barreras a derribar para la transformación social transfeminista.

En la segunda parte llevo adelante un análisis en reconocimiento; esto quiere decir que intenté reconstruir las reglas de lectura que rigen las prácticas de consumo de las usuarias interseccionalmente. Para ello, en el tercer capítulo observé los efectos que los discursos previamente analizados producen en las usuarias según su género, sexualidad y clase. Así, el cuestionario de las entrevistas fue elaborado a partir de los resultados de los dos capítulos anteriores. El corpus, en esta ocasión, estuvo conformado por veintidós entrevistas semi-estructuradas (de una duración aproximada de una hora cada una) a

usuaries de aplicaciones de citas cisheterosexuales, de 18 a 25 años, residentes del AMBA, de diferentes clases sociales (desde baja-2 hasta alta-2). En vistas a mantener ciertos estándares éticos, en el anexo se encontrará una descripción minuciosa de cada paso dado. En esta instancia apareció un obstáculo que puede ser resumido en la pregunta “¿cómo se hace un análisis interseccional?”. Inesperadamente encontré un camino a seguir en la formación que había recibido de docentes que, a pesar de las modas académicas, nunca abandonaron el concepto de “clase” (Grüner, 2002; Mangone, 2012; Alabarces, 2021). Así, aposté por la articulación del género y la sexualidad con la clase, tal como la conceptualiza Pierre Bourdieu (2001). En cuanto al análisis, el capítulo se detiene primero en cómo les usuaries decodifican los contratos de lectura de las aplicaciones de citas según su clase. El resultado fue que hoy en día se produce una estratificación social de las plataformas de citas que potencia la homogamia de clase y deviene en plataformización del espacio social. En segundo lugar, se retoma el concepto de “ritual de cortejo heteronormativo” para dar cuenta de la tensión entre los cambios que se produjeron en el plano subjetivo a causa de la masificación de los feminismos, por un lado, y, por otro, un ritual sumamente heteronormativo en lo que respecta a las estructuras de interacción entre los géneros en el mercado de las citas. Así, se argumenta que el orden de la interacción se presenta como un obstáculo para lograr una transformación social transfeminista, y que la mencionada tensión es una de las principales causas del malestar que sienten les sujetos a la hora de vincularse. Por último, el capítulo aborda la experiencia de dos usuarias mujeres cisheterosexuales de clases populares en *Badoo* que complican los análisis lineales y monolíticos, siendo casi inasibles para los marcos teóricos convencionales. En este sentido, la obra de María Lugones (2021) presenta herramientas teóricas para aproximarse a la ambigüedad. Por último, la tesina concluye con un intento de breve sistematización de los principales conceptos que puse en juego para llevar adelante esta investigación (matrices relacionales erótico-afectivas, ritual de cortejo heteronormativo, y prácticas de auto-representación). Asimismo, se plantean interrogantes y líneas de trabajo que buscan oficiar de tierra fértil para futuras investigaciones.

Durante el proceso de investigación compartí el trabajo con algunos investigadores de diferentes disciplinas que me cuestionaron el uso de la tercera persona impersonal y del nosotros de autor, dos técnicas escriturales que se suelen promover en la academia. Entendiendo que todo conocimiento es situado, encarnado y parcial, las

epistemologías feministas proponen reflexionar sobre el propio lugar de enunciación (Haraway, 1995), poniendo en tela de juicio las formas de producción de conocimiento científico asentadas en la objetividad, así como el borramiento de las huellas de la enunciación. Por esta razón, intenté hacer de la primera persona la vertebradora estilística de la tesina, a pesar de haber sido entrenada una y otra vez para no hacerlo.

En síntesis, las aplicaciones de citas no solo fueron un motor de cambio para mi identidad, sino que también me permitieron dar los primeros pasos en una carrera académico-militante que deseo continuar. En este sentido, mi propia transición de género y el contacto que establecí en el último tiempo con el pensamiento travesti-trans latinoamericano, la educación popular y la comunidad *ballroom* me han generado nuevas preguntas de investigación, vinculadas al consumo mediático que realizamos las personas trans, caminos que espero recorrer en el posgrado.

Buenos Aires, marzo 2023

# PRIMERA PARTE:

## ANÁLISIS EN PRODUCCIÓN

*Ni denuncia sin su instrumento fino de análisis, ni semiología que no se asuma, finalmente, como una semioclastia.*

Roland Barthes, *Mitologías* (1999)

*La semiología política constituye un arma (un método) precisa para analizar lo que llamamos ideología.*

Monique Wittig, *El pensamiento heterosexual* (2006)

*Lo que una imagen nos muestra no es la verdad (o falsedad) de lo representado, sino el conjunto de convenciones (o críticas) visuales y políticas de la sociedad que la mira.*

Preciado Paul B., *Un apartamento en Urano* (2019)

# CAPÍTULO 1

## **Romance y ludificación: los contratos de lectura de las plataformas de citas \***

El presente capítulo tiene por objetivo analizar los contratos de lectura de las plataformas de citas desde una perspectiva socio-técnica feminista. Al poner el foco en las posibilidades y constricciones de sus interfaces, el capítulo intentará dar cuenta del rol de las mismas en los procesos de producción de identidades y alteridades generizadas, así como de los vínculos erótico-afectivos que la interactividad de estas plataformas (des)estimulan entre usuaries.

Estudiar cualquier plataforma digital mediática implica tomar una postura en los debates contemporáneos que se dan en el campo de la Comunicación en Argentina. Una de las principales querellas es si se deben crear nuevos conceptos para estudiar los nuevos medios (con el riesgo de una profusión conceptual equivalente a la profusión mediática) o si seguir usando los conceptos clásicos (con el riesgo de caer en un anacronismo que fuerza el objeto al punto de solo ver lo viejo en lo nuevo). Respecto de tal debate busco un justo medio; recurriré, en consecuencia, tanto a conceptos tradicionales (“contrato de lectura” [Verón, 1985]) como a nuevos (“sistemas de intercambio discursivo mediatizado” [Fernández, 2021]).

En este capítulo, para abordar las plataformas de citas realicé dos movimientos analíticos, uno diacrónico y otro sincrónico. En primer lugar, las plataformas fueron insertadas en series históricas más amplias que dan cuenta de cambios y continuidades en las dinámicas relaciones heteropatriarcales. En segundo lugar, las plataformas de citas que compiten entre sí por un mismo público cis heterosexual fueron contrastadas (*Tinder*, *Happn*, *OkCupid*, *Bumble* y *Badoo*). A partir de lo analizado, atestigüé que en las plataformas de citas hay dos variedades del contrato de lectura cómplice: la romántica y la lúdica, que retoman dos matrices relacionales erótico-afectivas del siglo XX: “Hollywood” y *Playboy*. El proceso de investigación me llevó a reconsiderar el concepto de contrato de lectura y expandirlo hacia una relación usuarie-plataforma-usuaries.

\* Una versión reducida del presente capítulo fue presentada en el XVI congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) realizado los días 26, 27, 28, 29 y 30 de septiembre del 2022 en Buenos Aires, Argentina.

Una breve aclaración teórica: el concepto de “matriz” tiene dos caras. Jesús Martín-Barbero (1987) utilizó la noción para señalar que las culturas no son solo reproductivas sino también productivas, que son encarnadas por los sujetos y que, por lo tanto, implican una educación sentimental y suponen relaciones de poder y su reconocimiento por parte de los dominados (cf. Cruces, 2008). Monique Wittig (2006) la utilizó para abordar los aspectos políticos de la heterosexualidad y Judith Butler (2018a) retomó sus elaboraciones para describir el proceso por el cual los cuerpos adquieren inteligibilidad cultural. De esta manera, mediante el estudio de las matrices relacionales erótico-afectivas pretendo indagar en los procesos de producción de la identidad y la alteridad, de la construcción cultural de la diferencia en el discurso amoroso.

## **Estado del arte: las plataformas de citas**

El de las plataformas de citas es uno de los mercados mediáticos más rentables y competitivos del último tiempo y sus ganancias se catapultaron tras la pandemia de COVID-19; al parecer la clausura de lugares de ocio tradicionales legitimó estos nuevos espacios de sociabilidad *online*. *Tinder* fue la plataforma que más ingresos recibió en Argentina durante el año 2021, superando a *Spotify*, *YouTube* y *Netflix*. *Happn* fue la cuarta. El escenario se repite a nivel global: en el 2018 *Matchgroup*, conglomerado mediático internacional propietario de múltiples plataformas de citas, recaudó 1700 millones de dólares, ingresos que subieron un 40% durante la pandemia. El 90% de los ingresos de estas plataformas proviene de las suscripciones pagas de sus usuarios, por lo que su modelo de negocios puede ser clasificado como SVOD (*subscription video on demand*) (Fernández, 2021). Ver “2. Tabla tarifaria de suscripciones” en Anexo.

El impactante éxito comercial no debe llevar a creer que se trata de un medio novedoso. Antes de la aparición de las plataformas de citas, en la prensa gráfica las personas publicaban anuncios para encontrar pareja (cf. Jagger, 1998). A su vez, los servicios de citas y las agencias de búsqueda de pareja proliferaron en las metrópolis en la segunda mitad del siglo XX. En los albores de la *Web 2.0* aparecen ciertas plataformas como *Meetic*, por ejemplo, que conectan a las personas con fines afectivos. De todas formas, no es hasta la masificación del *smartphone* en la década del dos mil

diez que estas aplicaciones dan un salto cualitativo: la geolocalización facilita el proceso de conectar usuaries a poca distancia. De allí que sean definidas en la *International Encyclopedia of Gender and Media* como “aplicaciones basadas en el internet móvil y la geolocalización utilizadas, principalmente, para interactuar con potenciales parejas” (Comunello y Parisi, 2021).<sup>2</sup> En ellas le usuarie elabora un perfil –generalmente compuesto por fotos, edad, ubicación, estudio/trabajo y una breve autodescripción–, desliza entre perfiles de otras personas dando “like” o “nope” (a esta acción se la denomina *swipe* o “swipear”) y puede chatear con quienes hace *match* (posibilidad que se activa cuando dos usuaries se han otorgado recíprocamente un *like*). Esto hace que se trate de “medios fríos” que exigen una participación activa de les usuaries, aunque de “baja definición” puesto que la información disponible no es abundante (Diaz Fazi, Mazzeo y Resio, 2022).

Las plataformas de citas han sido abordadas principalmente desde tres corrientes teóricas:

(A) La sociología del amor desde claves más o menos bourdianas (Palumbo, 2018; Linne, 2020; Bandinelli y Gandini, 2022);

(B) los estudios de la subjetividad contemporánea en clave foucaultiana (van Rey, 2016; Sarchman, 2017; Pavoni Perrota, 2018); y,

(C) en el extranjero principalmente desde el campo de *Computer-Mediated Communication* (Manning, 2014; David and Cambre 2016; LeFebvre 2018; Timmermans and Courtois 2018; Krüger and Spilde 2019; Garda and Karhulahti 2019; Courtois and Timmermans 2020).

---

<sup>2</sup> Nótese el “principalmente”. En las plataformas de citas suceden muchas cosas. A partir del trabajo de campo y de otras investigaciones desde la corriente de usos y gratificaciones (Ward, 2017; Timmermans y De Caluwé, 2017) se pueden registrar los siguientes motivos para usar aplicaciones de citas: buscar pareja, buscar sexo casual, socializar (hablar con personas con otras realidades sociales, salir del círculo social inmediato), buscar consejos, organizar fiestas, hacer amistades, curiosidad, subir el ego a partir de la validación de otros, entretenimiento (ya sea para hacer pausas en el trabajo, ya sea para aliviar el aburrimiento), practicar habilidades sociales, intercambio cultural (conocer culturas mientras se viaja, practicar idiomas, etc.), vender bienes y servicios (desde trabajo sexual hasta clases de guitarra y estupefacientes), seguir modas o tendencias, seguir consejos de amigos, sextear, superar una ruptura de una relación previa, y experimentar sexualmente (ya sea exploración de la sexualidad propia y/o parejas buscando una tercera). En cada usuarie estas motivaciones se solapan continuamente y cambian con el tiempo. En realidad, se trata de abstracciones que poco nos dicen sobre la experiencia vivida de usuaries concretas, experiencias que muestran como el género y la sexualidad siempre están atravesados por la clase; volveremos sobre esto en el tercer capítulo.

Las tres corrientes han puesto el foco en *Tinder* y se han detenido en la lógica del *swipe* –acción de dar *like* o *nope* a los perfiles–, interpretándola como dinámica binaria de descarte basado en el consumo efímero de la alteridad. El énfasis en el *swipe* les ha llevado a postular que en las plataformas de citas se da un proceso de ludificación de los vínculos amorosos. En muchos casos dichas posturas conducen a conclusiones apresuradas sobre la crisis de la matriz romántica tradicional y a un deterioro de los lazos sociales: estaríamos ante el fin del amor y, en consecuencia, una crisis vincular a nivel societal. Parafraseando a Eliseo Verón (2004), quiero objetar que las plataformas de citas no son reductibles a una única gramática; si bien la gamificación, la hipertrofia yoica y la mercantilización de los afectos son innegables, otras cosas también suceden en ellas. Aun así, justamente porque sus afirmaciones son incompletas y no del todo incorrectas, tendré en cuenta los desarrollos de estas investigaciones.

De esta manera, postulo que hay dos vacancias en el estado del arte correspondiente al análisis de las plataformas (en el segundo capítulo me detendré en el respectivo al estudio de los perfiles). En primer lugar, las plataformas de citas – particularmente *Tinder*–, han sido estudiadas de forma aislada a partir de entrevistas a sus usuaries y/o la descripción inmanentista de su interfaz, por lo que no se las ha comparado entre sí; es más, la mayoría de las investigaciones están dedicadas o bien a *Tinder* o bien a *Grindr*. En segundo lugar, el énfasis puesto en lo sincrónico ha llevado a perder las series históricas a las que las plataformas de citas pertenecen. Por lo tanto, este capítulo se propone realizar dos análisis discursivos en producción, uno diacrónico y otro sincrónico-contrastivo. Esto permitirá hacer dos contribuciones: establecer una continuidad entre *Tinder* y *Playboy* en tanto matriz relacional erótico-afectiva lúdica y abordar las plataformas de citas en su conjunto, tanto en diacronía como en sincronía. De esta manera, atenderé al objetivo de este capítulo: comprender cómo la interactividad promovida por estos medios produce identidades y alteridades generizadas. Los regímenes político-sensoriales que brindan inteligibilidad a los sujetos en las plataformas de citas.

## **Marco teórico-metodológico**

La teoría *queer* entiende el género desde una postura posidentitaria y discursiva anclada en los desarrollos de Butler (2018a; 2018b) sobre la noción de performatividad. Como ya es sabido, le filósofo afirma que no hay un ser detrás del actuar, sino que se es lo que se hace. De esta manera, no hay un cuerpo detrás de la acción, ni una identidad detrás de la expresión; por el contrario, la identidad es una ilusión de unidad producida retroactivamente por nuestro accionar; a modo de ejemplo, los hombres cishetero no son violentos por naturaleza, sino que ejercer la violencia acredita su masculinidad. Por lo tanto, los discursos, sistemas de reglas, convenciones, normas y prácticas institucionales sobre los cuerpos no son descriptivos sino performativos, producen lo que pretenden describir. Lejos de ser algo dado, los cuerpos son productos de procesos de generización, efectos de prácticas discursivas. En síntesis, el cuerpo es un discurso producido socialmente que solo “adquiere sentido” en tanto y en cuanto es un cuerpo generizado.

Teresa de Lauretis (1984; 1989) fue una de las primeras en señalar el rol fundamental que tienen los medios en estos procesos de generización. La autora rechaza las semióticas que la precedieron por haber sido incapaces de abordar el género al despreciar el cuerpo, en suma, por no haber dado cuenta de la relación entre subjetividad y semiosis. En esta dirección y desde una semiótica ternaria (Peirce, 1987), se afirma que no hay una identidad de género prediscursiva o anatómica. Los medios, entre otras tecnologías de género, producen subjetividades generizadas; en esta tesina, las aplicaciones de citas serán analizadas como plataformas digitales mediáticas (Albury et al., 2017; Wang, 2020). De esta manera, los discursos mediáticos y su consumo son un lugar rico para el estudio de la performatividad de género y la heteronormatividad. En suma, desde el punto de vista de la instancia de producción, los sujetos son productos de gramáticas generizadas y generizantes.

En este capítulo, el análisis se nutrirá de la teoría de la enunciación, específicamente de la vertiente de la “subjetividad en el lenguaje”.<sup>3</sup> Esta ofrece una aproximación posestructuralista en la que el enunciado es rebalsado por la enunciación. El sujeto (“yo”) y los Otros (“tú”, “elle”) son productos del proceso enunciativo. En palabras de Benveniste, “es ‘ego’ quien *dice* ‘ego’” (2004: 181). No hay un autor que

---

<sup>3</sup> Véanse los textos de María Elena Bitonte (2008) y de María Elena Bitonte y Liliana Grigüelo (2011) para una apropiación crítica y una exposición didáctica de la teoría de la enunciación.

escriba su discurso, sino que le sujeto es producido en el discurso, le escritor es escrito (González Requena, 1987; Metz, 1994). En suma, no hay una persona volitiva detrás del texto que ejerza soberanía sobre este, no hay una “fuente del sentido”, sino que le sujeto es un punto de pasaje de reglas que gobiernan la producción discursiva (Verón, 2004). De esta manera, el análisis enunciativo propuesto por la teoría veroniana consiste en pasar de los productos a los procesos, reconstruir las “gramáticas de producción” (Verón, 1993).

En el caso de las plataformas de citas esto supondría dar cuenta de los procesos históricos, sociales y económicos que condicionaron la producción de sus discursos y las relaciones sociales que esos discursos incitan; en consecuencia, buscaré reconstruir la “gramática de género” que rige las plataformas de citas y las interacciones que en ellas acontecen (Harvey, 2021). En otras palabras, intentaré analizar las “normas discursivas generizadas” que rigen las prácticas de los sujetos (Milestone y Meyer, 2022).

De esta manera, propongo abordar las plataformas de citas desde un enfoque “socio-técnico feminista” (Harvey, 2021). El propósito es evitar caer tanto en un determinismo tecnológico reducido al polo de lo técnico como en un determinismo sociológico que se concentre exclusivamente en los usuarios. Según Eliseo Verón (2004), para estudiar los medios hay que poner atención a ambos aspectos, lo tecnológico y los usos sociales. En el caso de las plataformas, se agrega la consideración sobre las posibilidades de interactividad que fomentan y constriñen sus funcionalidades [*affordances*] (Shaw, 2017).

## **Muestreo**

Centré el recorte del corpus en las principales aplicaciones utilizadas por individuos cis heterosexuales jóvenes de 18 a 25 años residentes en el AMBA: *Tinder*, *Happn*, *OkCupid*, *Bumble* y *Badoo*; por lo que dejé afuera aquellas preferidas por miembros de la comunidad LGBTI+ como *Grindr*, *Her* y *Lex* (ver “Capítulo 2” para una justificación detallada). El corpus fue recolectado entre marzo y junio del 2022, periodo durante el cual me descargué las mencionadas aplicaciones, me creé una cuenta en cada una de ellas y tomé capturas de pantalla de los procesos de elaboración del perfil, sus

interfaces, opciones de suscripción y las notificaciones que las plataformas enviaban para incitar el uso. En diciembre de 2022, *Tinder* actualizó su interfaz agregando nuevas funciones, por lo que me vi obligada a actualizar el corpus.

## **Resultados**

Comenzaré el recorrido bosquejando una genealogía del tipo discursivo al que las plataformas de citas pertenecen poniendo en relación su devenir diacrónico con procesos históricos económico-sociales y mediático-industriales. Luego, a partir de la teoría de la enunciación, describiré las estrategias enunciativas atestiguadas en las notificaciones de las plataformas de citas. Por último, abordaré las interfaces de las plataformas de citas junto con los principales sistemas de intercambio discursivo mediatizado que las conforman para dar cuenta de las dinámicas de contacto: la interactividad que dichas combinaciones promueven en relación con los procesos algorítmicos. Solamente a partir de la totalidad de los elementos descriptos entiendo que es posible caracterizar los contratos de lectura de las plataformas de citas aquí analizadas.

### **(I) Genealogía del discurso amoroso**

En las sociedades occidentales el discurso amoroso construye el marco de inteligibilidad de gran parte de las interacciones cotidianas. Construye una red de relaciones –más amplia que la mera pareja, ya que afecta también a familiares y amistades– en las que los sujetos encarnan un rol específico que les confiere cierto valor social, cierto reconocimiento (Marentes, 2019). Lejos de darse en el vacío las plataformas de citas forman parte de este tipo discursivo; se relacionan con una serie de consumos (bares, cines, discos, etcétera) y discursos (relatos autobiográficos, films, canciones, de nuevo etcétera) que circulan en el espacio social. En tanto “tipo discursivo” (Verón, 2004), el discurso amoroso se asienta en la estructura institucional de la monogamia heterosexual –anclada en la familia nuclear, el salario, el matrimonio, la pareja y la (in)fidelidad–, y se nutre de un imaginario social construido en torno a un polo activo y otro pasivo. En lo que sigue, a partir de una lectura en clave latinoamericana la sociología del amor,

trazaré una breve genealogía de los discursos contemporáneos sobre el amor en pos de reconstruir las matrices relacionales erótico-afectivas predominantes en el corpus.

Illouz (2009) estudió la evolución del discurso amoroso en Estados Unidos durante el siglo XX. Desde comienzos del siglo hasta la segunda guerra mundial se da el auge de lo que denominó “ideología del amor romántico”. Esta surge como reacción a la tradición victoriana en la que la representación del amor tiene tres características: primera, el amor es algo trágico, se trata de una emoción peligrosa que debe ser controlada por la razón y la virtud; segunda, el amor es un asunto privado –la rutina del cortejo se da en el hogar– y espiritual y, por extensión, femenino; tercera y última, el amor se alía con el interés material y se opone a lo sexual –instintos desenfrenados que deben ser regulados–. La tradición victoriana es reformulada en los albores de la sociedad de consumo: el discurso amoroso se articula con el publicitario para conformar una nueva ideología que encuentra su máxima expresión en la comedia romántica hollywoodense. Dos de los mencionados rasgos sufrieron transformaciones. La rutina del cortejo sale de la esfera privada del hogar, una serie de bienes de consumo y actividades de ocio –las discotecas, los cines y autocines, los bares y restaurantes– desplazan el encuentro amoroso al espacio público-anónimo de las citas en los suburbios gracias al automóvil. Al mismo tiempo, pierde peso el interés material-filial en el matrimonio, ahora debe basarse en los sentimientos, la diversión y las emociones intensas. En suma, el consumo se realiza en pareja y en torno a este se constituye el acto romántico.

¿Qué relaciones de poder supone dicho consumo? Beth Bailey (1988) observa que el monopolio de los hombres sobre el salario produce la expectativa de que él pagará, y por ello queda en su potestad determinar cuándo iniciará y terminará el encuentro romántico; algo que no controlaba en la época victoriana cuando visitaba a la mujer en su hogar o, si era de clase obrera, cuando se encontraba con ella en lugares comunales. Illouz (2009) contraargumenta que la democracia del consumo resquebraja inequidades previas, el carácter público del nuevo sistema de citas incrementa la cantidad de candidatos y aumenta así la autonomía de las mujeres.

A pesar de todos los cambios respecto a la tradición victoriana, las pasiones sexuales siguen apareciendo como la amenaza de la que hay que proteger al amor. Para que el matrimonio no sucumba, la mujer cishetero debe consumir una serie interminable

de productos estéticos que hagan perdurar el deseo de su marido a lo largo del tiempo y el hombre cishetero debe ganar cierta cantidad de dinero que le permita divertir a su esposa con actividades de ocio. Y si bien esto podría suponer un estilo de vida determinado, según Illouz la mercantilización de las prácticas afectivas conllevó cierta democratización que no debe ser sobreestimada. En síntesis, se conforma en la primera mitad del siglo XX, una matriz de discurso amoroso en la que la felicidad y la sexualidad giran en torno a la pareja y el consumo compartido; “pasarla bien juntas” y “compartir intereses en común” son motivos que Illouz identifica en diferentes discursos mediáticos del periodo.

Durante la guerra fría y con la llegada del posfordismo la matriz relacional romántica comienza a resquebrajarse. Una multiplicidad de contradiscursos que ponen en tela de juicio la división sexual del trabajo adquieren carácter masivo; uno de ellos es el de *Playboy* estudiado por Paul B. Preciado (2010). La revista más distribuida en Estados Unidos durante la década del sesenta tenía entre sus páginas mucho más que fotografías explícitas: los desnudos compartían el espacio de las hojas con entrevistas a las figuras más importantes de la cultura popular norteamericana y notas sobre arquitectura, decoración y moda. Expandiéndose a lo largo del ecosistema mediático estadounidense, la empresa construye una “narrativa transmedia” (Jenkins, 2006) compuesta por programas de radio, films, páginas *web*, *reality shows*, videojuegos, *merchandising* y hoteles y clubes sociales que imitaban a las mansiones televisadas.

En la revista, el filósofo atestigua dos figuras complementarias: el *playboy* y la *playmate*; cabe aclarar que si bien están altamente generizadas, cualquiera sin importar su género puede ocupar dichos roles enunciativos. Recuperando los desarrollos de Laura Mulvey (1975) y de Teresa de Lauretis (1984), Preciado conceptualiza al *playboy* como aquel que desea y a la *playmate* como objeto de deseo. Esta última suele aparecer en la revista bajo el tropo de la *gril-next-door*, la vecina de al lado. Geográficamente próxima, al alcance de la mano, la *playmate* no amenaza la autonomía sexual del *playboy*, el que, finalizado el acto sexual, regresa a su hogar. En palabras de la revista:

Estamos rodeados de *playmates* potenciales: la nueva secretaria de la oficina, la bella con ojos de conejita que ayer se sentó a comer justo enfrente, la encargada de la tienda favorita donde compramos nuestras camisas y corbatas. (*Playboy*, diciembre de 1955, citado en Preciado, 2010: 64).

El *playboy* sexualiza su vida cotidiana; mediante su “mirada heteronormativa” (Preciado, 2021) convierte a todas las mujeres que lo rodean en *playmates*. ¿Qué sucede cuando el *playboy* logra cazar a su *bunny*? Sin duda no se aman para la eternidad, tampoco hacen el amor ni forman una pareja; lo que hacen es lo que sus prefijos indican: jugar. El vínculo erótico-afectivo es ludificado.

De esta manera, *Playboy* introduce una modificación fundamental en el discurso amoroso al correr del centro de la escena a la pareja monogámica. Le soltere es quien motoriza la escena y su deseo sexual el combustible del modelo. El consumo y el amor son individualizados. Preciado conceptualiza el cambio de la matriz romántica a la lúdica a partir del contraste entre la caza de siervos y la de conejos. La primera, austera y moralista, aspira a un gran premio: el verdadero amor. La segunda no disfruta tanto del premio como del deporte: encuentros sexuales efímeros y sin consecuencias. En sintonía con estas observaciones, tanto Anthony Giddens (2004) como Zigmunt Bauman (2013) sostienen que en la modernidad-tardía la búsqueda de placer, el hedonismo, se convirtió en un mandato.

Mediante la transnacionalización de la cultura y la circulación de bienes culturales de consumo, estas matrices conformadas en el norte global llegaron a territorio latinoamericano. En la investigación de María Laura Schaufler (2019) sobre revistas femeninas en Argentina se puede ver la transición de una matriz romántica a la lúdica en la década del sesenta. Asimismo, las investigaciones históricas de Isabella Cosse (2010) registran el pasaje de la sociabilidad erótico-afectiva que aquí denominamos victoriana a la romántica en los cincuenta y de la romántica a la lúdica en los sesenta. Ahora bien, ¿cómo son recibidas estas matrices por los sujetos latinoamericanos?, ¿qué relaciones establecen con los imaginarios locales, el del melodrama, por ejemplo? ¿La recepción es la misma en todas las clases sociales? ¿Cómo se da el solapamiento entre ambas matrices en el plano individual? ¿Qué procesos de apropiación tienen lugar? En los capítulos siguientes se tratará de responder a algunas de estas cuestiones; por el momento cabe señalar que las funcionalidades de las plataformas de citas remiten claramente a *Playboy*: las figuras de *playboy*, *playmate* y *girl next door* hacen eco en sus interfaces. De todos modos, estas plataformas retoman ambas configuraciones históricas del discurso amoroso en sus contratos de lectura. Lejos de conformar

taxonomías férreas, lo que nos interesa observar son prevalencias que no nieguen los matices y solapamientos.

## (II) Análisis enunciativo de las notificaciones

En lo que sigue, para analizar las plataformas de citas, utilizaré los conceptos elaborados por Eliseo Verón (2004) cuando estudió la prensa gráfica. Dentro del discurso amoroso las plataformas de citas conforman un “género-producto” (diferente a otros como la literatura juvenil o la narrativa rosa, por ejemplo). El mercado de las plataformas de citas es uno de los más rentables, por lo que ellas compiten directamente entre sí por anunciantes y usuaries. A menudo aparecen nuevas plataformas que buscan insertarse en el mercado y cooptar usuaries mediante alguna característica que las diferencie de las preexistentes (*Bumble*, por ejemplo, apareció en 2014 con la promesa de una interfaz más igualitaria ya que solamente las mujeres pueden iniciar la conversación una vez que se produce el *match*). En paralelo, los consumidores cambian: sus gustos se alteran a medida que entran a nuevas etapas de la vida y nuevas generaciones con otros valores adquieren la mayoría de edad y se convierten en *target*. Ahora bien, dado que el contenido temático de las plataformas de citas dedicadas al público cis heterosexual es el mismo –las citas cishetero–, se diferencian entre sí a partir de estrategias enunciativas que modifican el modo en que el mismo asunto aparece en cada una de ellas. Las operaciones enunciativas con las que cada plataforma reescribe el tópico de las citas cishetero las ubica en un lugar especial en relación con la competencia y les permite crear un vínculo especial con sus usuaries y entre usuaries. Estas estrategias enunciativas se materializan en la interfaz de cada plataforma: notificaciones, sistemas de intercambio discursivo mediatizado y algoritmos. A continuación, analizaré las estrategias enunciativas atestiguadas en un corpus conformado por doscientas notificaciones de *Tinder*, *Happn*, *Bumble* y *Badoo* mediante la teoría de la enunciación.<sup>4</sup> Desde una perspectiva posestructuralista las estrategias

---

<sup>4</sup> No consideraré las notificaciones de *OkCupid* debido a su austeridad. Los mensajes eran demasiado generales y compartidos por el resto de las plataformas, por ejemplo: *Someone likes you! Find out who right now* y *You can start liking again* ★ *Your Daily Likes have now refreshed!* Además, la plataforma mantuvo la totalidad de su interfaz en inglés hasta septiembre del 2022, lo cual supone una distinción de clase en un país latinoamericano.

enunciativas analizadas no presuponen ningún grado de “intencionalidad” ni de “conciencia” en ellas (Verón, 2004), sino que expresan las normas discursivas de una “gramática de género” que “trasciende a la persona cuyo nombre se asocia a un discurso” (Harvey, 2020: 144).

Las notificaciones son un fenómeno característico del ecosistema mediático actual en el que los consumidores no buscan los productos, sino que estos buscan a los consumidores; se ha pasado de un “sistema *pull*” a uno “*push*” (Canavilhas, 2011). Ya sea mediante la oferta de un producto (*desubí nuestra nueva función...*) o mediante el contacto con otro usuario (*tenés un mensaje de X*), el objetivo de las notificaciones es que quien las lea ingrese a la plataforma. Notificaciones exitosas serían aquellas que atraigan más usuarios, consoliden los propios y, así, socaven la competencia. El carácter publicitario de las mismas se hace evidente. En su tesina dedicada al análisis de los avisos publicitarios de *Tinder* y *Happn*, Florencia Pavoni Perrotta (2018) señaló que estas se suelen presentar como un “cupido desinteresado y neutral” al ocultar su interés económico y fetichizar su trabajo de emparejamiento algorítmico, algo que, como veremos, también aplica para sus notificaciones.

Lo primero que aparece en las notificaciones son ciertas invariantes comunes a este tipo de plataforma que responden a su funcionamiento: recepción de *likes* y mensajes, conformación de un *match*, promoción de los servicios pagos, avisos en las horas de mayor tráfico, renovación de la cantidad de *likes* disponibles, entre otras. Las variaciones en esta instancia se restringen al color del emoji en sintonía con el del logo de la plataforma, a la forma pronominal “tú” o “vos” y al uso de componentes exhortativos y exclamativos.

- Badoo: ¡Qué popular! 💜 Les gustas a N chicos [o chicas, según corresponda]
- Tinder: Tenés nuevos Likes ❤️ Abrí Tinder para ver si te gustan también 🔥

Sin embargo, las variaciones se vuelven significativas en lo que respecta a la representación que las plataformas de citas hacen del discurso amoroso. Tanto en *Bumble* como en *Badoo* encontramos alusiones al amor romántico: la metáfora de la

---

Sin embargo, el contrato de lectura romántico de *OkCupid* se basa en su promesa algorítmica: su *Q&A* llevará a los usuarios al *match* perfecto. Nótese el aviso con el que se presenta la app en la *playstore*: *Imaginate que encontrás a tu alma gemela y descubrís que aplaude cuando el avión aterriza. Nuestras famosas preguntas de coincidencias te acercan la información \*antes\* de que hagas match. Animate;*

media naranja, el valor del *long lasting love* [amor para toda la eternidad] y la afinidad ideológica y los intereses compartidos como motores del encuentro amoroso que se centra en el consumo. Cualquier conclusión apresurada sobre el fin del amor romántico queda desestimada por estas notificaciones.

- Bumble: *Tu mitad te está esperando 🥑🥑 ¡Corre a ver quién es!*
- Bumble: *Estás a un paso de conocer a ese alguien 🔥*
- Bumble: *¡Ya tienes su atención! ¡Veamos si buscan lo mismo!*
- Bumble: *¡Mantén el ❤️ abierto, [nombre de le usuariae]! ¡Hay gente maravillosa a tu alrededor!*
- Bumble: *¡Buenos Aires te espera! ❤️ encuentra gente valiosa cerca de ti*
- Badoo: *¡Le gustas a alguien! ¿Va a ser tu próximo amor? 🤔*
- Badoo: *El amor es difícil. Dejamos que te lo simplifiquemos 💜*
- Badoo: *Hoy es un día para empezar a tener citas auténticas 💜*
- Badoo: *Recordatorio: ¡Sos genial! 🤩 Y te merecés a alguien que sea increíble*
- Badoo: *Conoce a [nombre de otre usuariae], es genial. Decile lo que estás pensando 🗨️*

En el caso de *Tinder*, según sus notificaciones no hay nada más divertido que estar en la plataforma: allí, la gente nos espera, reclama por nosotros y nos recibe con premios y amor, potenciando nuestra autoestima al hacernos sentir deseados. Efectivamente, somos deseados, es más, nuestra ausencia es un deseo que no se consume, un error. Las figuras evocadas por estas notificaciones pertenecen al campo semántico de lo lúdico, premios, bombones y diversión suplantando el lugar que ocupan los amores, las medias paltas y ese-alguien [*the one*] en otras plataformas. Generalmente el postre como metáfora sexual tiene por protagonista a la mujer en un proceso de objetivación (Hess y Flores, 2016). Justamente al interpelar a la usuariae como bombón, más allá de su género, la plataforma le propone entablar un vínculo lúdico con la auto-sexualización. Le sujete es interpelada en tanto sujete de deseo escopofílico; parafraseando a Althusser (2015) a partir de Butler (2021): ¡Vos, vení, mirá!

- Tinder: *La gente pide más [nombre de le usuariae] en Tinder 👁👁*
- Tinder: *Y el premio al regreso más esperado en Tinder es para... [nombre de le usuariae] 🏆*
- Tinder: *Largá todo: es la hora pico en Tinder. Solo faltás vos 😊*
- Tinder: *Hola, este mensaje es para [nombre de le usuariae]. Hay gente esperando ser tu match. Vos fijate qué hacés con esa data 👁👁*
- Tinder: *Hola, bombón 😊 Te están dando más Likes que nunca 👍*
- Tinder: *¿En qué andas? Seguro te estarías divirtiendo más en Tinder. Es solo una idea 🧑🧑*

- Tinder: *Hicimos las cuentas: Vos + Mandar Likes = Matches 🔥 Date una vuelta y verificá la ecuación.*
- Tinder: *Encuestamos a 100 personas y todas dijeron que a Tinder le hace falta un poco más de [nombre de le usuarie] ✅*
- Tinder: *Es hora pico en Tinder, pero no va a durar para siempre. Fijate quiénes andan por acá 👁👁*

En la misma línea se desarrolla la enunciación de las notificaciones de *Happn*. Se abandonan todos los tapujos y el sexo es tematizado como finalidad única mediante consejos cómplices que nos da la aplicación de manera recurrente. Las citas son una cuestión estadística, solo se debe aumentar las probabilidades cruzándose a más personas. Le otre es cuantificado y fuente de extracción de placer. Las metáforas del discurso amoroso se desplazan del terreno de los alimentos hacia los juegos de mesa, la interactividad con la alteridad está atravesada de cabo a rabo por lo lúdico. Le otre es un entretenimiento cuantificado “a-ser-viste” [*to-be-looked-at*] (Mulvey, 1975) y consume. ¡Ustedes, jueguen!

- Happn: *¿No te parece que huele a quemado? 🙌 Nahhh, ¡es porque está subiendo la temperatura con tu Crush! 🤩*
- Happn: *Vendale los ojos 🤩 Y despierten sus sentidos para una noche muy caliente 🔥*
- Happn: *¿Un poco de ASMR? 😊 Escuchá ASMR sexy con tu Crush para hacer que suba la temperatura.*
- Happn: *¡Proponele un desafío a tu Crush! Una partida de Jenga para empezar puede ser divertido, ¿cierto? Te lo decimos sin titubear.*
- Happn: *¿Hacemos una batalla naval? El tipo de juego en el que no es tocado-hundido, sino tocado-deseado 🚫 🔥*
- Happn: *Como dijo un gran sabio...! “Para lograr un Crush, conocer a las 202 personas cruzadas deberás” 🙌 #CrushWars*
- Happn: *[nombre de le usuarie], CrushTime te espera 😊 Aumentá tus posibilidades de tener un Crush, ¡a jugar!*

En suma, estos enunciados refieren al uso de la plataforma como una actividad de entretenimiento y consumo, desligada de las pesadas cargas afectivas y morales del discurso amoroso canónico. Mientras que los enunciados de *Bumble* y *Badoo* invitan a hacer uso de la aplicación en busca de encontrar a ese-alguien, los de *Tinder* y *Happn* proponen entregarse al placer escopofílico y voyeurista de la mirada. La enunciación de las primeras propone a su usuarie un vínculo amoroso con los otros usuarios, mientras que las segundas, uno lúdico; los otros aparecen en tanto cúmulo de personas a-ser-vistas con quienes le usuarie se divertirá jugando en múltiples citas. Los dolores del

amor que las plataformas de citas prometen borrar desaparecen en *Tinder* y *Happn* para dar lugar a los múltiples placeres de los *voyeurs* y los juegos.

- Bumble: *Hoy podría ser el día... en el que conozcas a ese alguien* 🥰
- Tinder: *¿Querés ver caras nuevas? Se sumó gente a Tinder, ¡entrá y fijate!* 🙌

### (III) Interfaces y sistemas de intercambio discursivo mediatizado

En línea con José van Dijck (2016), José Luis Fernández (2021) concibe las plataformas mediáticas como un conjunto de interfaces que soportan diversos sistemas de intercambio discursivo mediatizado. Estos últimos refieren a los procesos de interactividad que se dan tanto de un usuario a múltiples como entre usuario y plataforma. Cada sistema de intercambio discursivo mediatizado conecta a los sujetos de una forma particular entre sí, promueve ciertas dinámicas de contacto en detrimento de otras. De allí que una interfaz –en tanto conjunto de estos sistemas de intercambios– pueda ser pensada como una arquitectura que incita ciertos usos del espacio y, por extensión, ciertas interacciones con los otros, al mismo tiempo que dificulta otras. En lo que hace al caso de las plataformas de citas, por ejemplo, la presencia de ciertos sistemas de intercambio discursivos mediáticos puede promover un vínculo romántico entre usuarios en detrimento de uno lúdico. Así, cada sistema de intercambio discursivo mediatizado promueve una disposición generizada en el cuerpo. Durante el proceso de escritura de la tesis (desde el 2021 hasta el 2023), cuatro sistemas de intercambio discursivo mediatizado prevalecieron en las plataformas de citas analizadas: *Swipe*, *Feed*, *Q&A Compatibility*, y *Activity-Bonding* (ver “3. Interfaces” en Anexo). Dado que las dos últimas aparecen subordinadas al *Swipe* o al *Feed*, me limité a describirlas en el Anexo.

Por un lado, en el *Swipe* los perfiles se muestran de a uno a la vez, el usuario desliza hacia la derecha si quiere darle *like* al perfil y a la izquierda en el caso contrario. Tras deslizar aparece otro perfil. Se podría representar espacialmente como un mazo de cartas, cuando se mueve la primera aparece otra debajo. Si ambos usuarios han *likeado* mutuamente sus perfiles, se produce un *match* y pueden comenzar a chatear. En Estados Unidos (LeFebvre 2017; Berkowitz, Tinkler, Peck and Coto 2021), Francia (David and Cambre 2016), Bélgica (Timmermans y Courtois 2018) y Argentina (Linne 2020) se

repiten las mismas conclusiones acerca de la “lógica del *swipe*”: un descarte basado en el consumo efímero, mercantil y lúdico de la alteridad, práctica altamente generizada, pues se ha atestiguado que los hombres cishetero deslizan con mayor frecuencia a la derecha, mientras que las mujeres suelen dedicar más tiempo a la evaluación del perfil.

Por el otro lado, en el *Feed* se despliega una multiplicidad de perfiles en la pantalla del dispositivo y le usuaria puede hacer *tap* en cada uno de ellos para ver su información y darle o no *like*. *Badoo* y *Happn* poseen esta opción en segundo plano, priorizando la del *swipe*. *Happn* incorpora también la promesa de “encuentra a quien te cruzaste”, los usuarios que nos aparecen serían aquellos que habríamos cruzado en la vida *offline*. Esto asume en su interfaz la forma de un mapa en el que vemos a quienes nos hemos cruzado en el trabajo, en un transporte público, en un bar. Así, la proximidad geográfica es protagónica y recobra fuerza la figura de la *girl next door* así como la capacidad de convertir a todas las personas próximas en *playgirls* mediante la mirada. En esta oportunidad resulta pertinente el contraste con otras plataformas. *Grindr*, *Her*, y *Lex* populares en la comunidad LGBTI+, poseen *feeds* exclusivamente y los usuarios pueden interactuar entre sí sin la necesidad de un *match* previo. La disposición del cuerpo conlleva una forma de contactar a los otros, una forma de interactividad. *eHarmony* y *Meetic* conforman un *feed* a partir del porcentaje de compatibilidad obtenido por *Q&A*. En suma, opera detrás del *feed* el principio ciudadano de la movilidad y la racionalidad moderna de la mejor elección entre un conjunto de opciones disponibles –que en las aplicaciones de citas, se presentan como potencialmente infinitas–.

En sintonía con estas observaciones, cabe destacar la continua expansión de las plataformas de citas. *Tinder* se caracteriza por un *catch all* que apuesta por todos los sistemas de intercambio posibles con la intención de atraer a la mayor cantidad de usuarios (volveré sobre esto en los siguientes capítulos). A su vez, a medida que las plataformas de citas ganan legitimidad social y su mercado se expande, su modelo de negocios se transforma y comienzan a ser actores económicos de mayor peso productoras de mayores volúmenes de trabajo digital y datos. *Her*, aplicación para lesbianas y bisexuales organiza eventos presenciales y virtuales a nivel global, algunos con tarifa (*speed dating* por videollamada entre personas no binarias por 5 USD) y otros gratuitos (ver una misma película a la misma hora y comentarla). *Blued*, una aplicación

de citas China para gays y bisexuales ha diversificado sus estrategias incluyendo el trabajo de *influencers*, *live streamings* de usuaries (una función que *Badoo* tenía hasta el 2019) y la posibilidad de enviar dinero a otros usuaries bajo la forma de un regalo mediante una moneda propia (Wang, 2020).

En suma, los diferentes sistemas de intercambio discursivo mediatizado que conforman las interfaces promueven una forma de transitar por la plataforma y de interactuar con los otros usuaries. Por un lado, el *Swipe*, la quietud –propia de *Tinder*, *Happn*, *Badoo*, *Bumble* y *OkCupid*–: como en una máquina tragamonedas le usuarie se ubica de forma estática frente a la pantalla y aprieta botones para pasar de perfil en perfil hasta recibir una recompensa. Por otro lado, el *Feed*, la movilidad –propia de *Happn*, *Badoo*, *Meetic*, *eHarmony*, *Grindr* y *Lex*–: le usuarie transita el ciberespacio mirando hacia los costados, hasta que en cierto momento se encuentra otro usuarie que le llama la atención, le elige e intenta comunicarse con él. La disposición corporal supone una forma de contacto con los otros. Descarte y racionalidad, son en este caso los dos principios del consumo materializados en las interfaces y estructuradores de las prácticas.

Para concluir, cada dinámica de contacto produce una disposición generizada en los usuaries en función del tipo de interactividad que promueve entre ellos. El hecho de que estas variaciones en el uso se encuentren determinadas según el género tiene, al menos, tres implicancias que puedo extender al resto del análisis: en primer lugar, las estructuras de las plataformas están generizadas, en consecuencia, el consumo es tanto una instancia generizada como generizante: al usar las plataformas de citas hombres y mujeres construyen sus identidades. No obstante, esto no debe llevar a pensar que el uso se encuentra ya contenido en la producción, que las instituciones determinan la experiencia, la recepción es un proceso activo y será explorada en el “Capítulo 3”.

#### **(IV) Algoritmos y abyección**

Si la interfaz “visible” ocupa un rol central en la construcción de una forma de contacto con los otros, la interfaz “invisible” o “interna” tiene un peso similar en los procesos de construcción de esos otros con quienes nos ponemos en contacto (van Dijck, 2016: 36). Los procesos algorítmicos producen alteridad al determinar qué usuaries son visibles y,

en consecuencia, con quiénes (no) se puede establecer una conexión. Demarcan los límites entre lo deseable y lo abyecto. Si la interfaz visible establece cómo se produce el contacto, la interfaz invisible establece quiénes son contactables.

A partir de diversas investigaciones (MacLeod y McArthur, 2018; Duportail, 2019; Courtois y Timmermans, 2020) y del propio trabajo de campo he identificado tres procesos interseccionales de exclusión simbólica realizados por *Tinder* –y posiblemente aplicables a otras plataformas de citas–.

En primer lugar, durante la creación del perfil, *Tinder* ofrece una larga lista de identidades de género y orientaciones sexuales para personalizar la cuenta. Sin embargo, la inclusión que una larga lista vendría a invocar es solapada por la siguiente pregunta en la que solo es posible elegir una opción:

*¿Qué querés?*

- Hombres*
- Mujeres*
- Todo el mundo*

¿Quiénes son “todo el mundo”? ¿Quiénes no lo son? Siguiendo a Butler (2018b), podría decirse que las identidades por fuera de lo cis resultan innombrables por sí mismas y, por extensión, indeseables y ajenas a todo derecho. Se trata de identidades “abyectas” en la medida en que su opresión no reside en ser nombradas por la ley, sino en su exclusión de la economía del deseo. En una simple respuesta a “¿qué querés?”, nuestro deseo es normalizado y las disidencias se abyectan.

En segundo lugar, los algoritmos de las plataformas de citas no muestran perfiles al azar. Desde luego que le usuaria establece sus preferencias de búsqueda (distancia, edad, género, sexualidad, entre otras), pero incluso dentro de los perfiles que cumplan con dichos requisitos la muestra no será casual. El algoritmo de *Tinder* encargado de dicha selección se rige por el sistema de evaluación matemático “ELO”. Cada usuaria recibe cierta cantidad de *likes* y de *nopes*, la proporción permite clasificar a les usuaries en un nivel de deseabilidad, pero no todos los *likes* valen lo mismo: el máspreciado es el de las personas más deseables, por lo tanto, en función de qué tan deseable es un perfil para les usuaries más deseables, el algoritmo lo mostrará más o menos. De esta manera, se reproducen los estereotipos de belleza coloniales: la aplicación considera belles/fees a quienes son belles/fees según las personas bellas. A su vez, la aplicación

muestra más los perfiles mejor rankeados, construyendo su propia legitimidad como plataforma de citas a partir del deseo por lo inalcanzable.<sup>5</sup>

Por último, detengámonos en algo que se comprobó en el trabajo de campo: el algoritmo empareja mujeres jóvenes con hombres más grandes. A modo de ejemplo, Fulano es un hombre cis heterosexual de 25 años, se crea un perfil en *Tinder* y pone como preferencia ver mujeres de entre 23 a 27 años, la mayoría de los perfiles que el algoritmo le mostrará tendrán una edad menor a 25, incluso a veces serán menores a 23; viceversa para Mengana. De esta manera, el algoritmo reproduce patrones tradicionales del régimen heteropatriarcal.

## Implicancias

Las plataformas de citas, arquitectas contemporáneas de la sexualidad, producen identidades y alteridades generizadas, marcan los límites de lo deseable, y promueven cierto tipo de contacto con los otros al mismo tiempo que constriñen otras posibilidades. El análisis de sus interfaces me ha permitido identificar dos variaciones del contrato de lectura cómplice que retoman dos matrices relacionales erótico-afectivas del siglo XX. Por un lado, encontré el contrato romántico en *Bumble*, *Badoo* y *OkCupid*, por el otro, el lúdico en *Happn* y *Tinder*.

Tres implicancias se desprenden de los resultados de la indagación. Primera, en contra de lo que se suele afirmar apresuradamente, la matriz relacional erótico-afectiva romántica sigue jugando un rol importante en la construcción de vínculos, por lo que no estamos ante una crisis del amor, mucho menos ante su fin (es más, en el “Capítulo 3” se verá que la gran mayoría de los usuarios cisheterosexuales, más allá de su clase social, están conducidos por esta matriz en sus usos de las apps). Segunda, las plataformas de citas no son reductibles a una única gramática; lo que sucede en ellas excede la ludificación, la hipertrofia yoica, la mercantilización de los afectos. En ellas suceden muchas cosas. Tercera, lo trabajado lleva a expandir la noción de contrato de lectura. Ya sea en la elaboración original de Eliseo Verón (1985) o en la reformulación

---

<sup>5</sup> Tras un escándalo suscitado por las investigaciones periodísticas de Judith Duportail (2019) en las que se denunció el algoritmo basado en el sistema ELO, voceros de *Tinder* declararon haber modificado su funcionamiento. No obstante, al momento no hay pruebas del cambio.

conversacional de Carlos Scolari (2008), el contrato de lectura refiere a una relación medio-lectore, con mayor o menor grado de agencia/determinación. No obstante, vimos cómo las plataformas promueven cierto tipo de interactividad entre usuaries, disponen las formas que adquirirá el contacto, establecen una manera de leer a le otre, de inteligir la alteridad. Las plataformas de citas en las que se atestigua una enunciación romántica presentan la alteridad como un posible encuentro con ese-alguien, mientras que aquellas en las que se observa una lúdica presentan la alteridad como una imagen, alguien a-ser-viste. Este vínculo entre les usuaries es lo que las plataformas de citas ofrecen a sus consumidores. Por ende, propongo extender la noción de contrato de lectura, para este caso, a una relación usuarie-plataforma-usuaries.<sup>6</sup>

De lo aquí expuesto se desprenden múltiples líneas de indagación, en los capítulos siguientes abordaré la relación entre estos contratos de lectura, la auto-representación de les usuaries en sus perfiles y sus prácticas de consumo. Nos interesa saber cómo son reapropiados estos contratos de lectura en la instancia del reconocimiento en términos interseccionales y si los mismos infieren en las prácticas de auto-representación.

Por otro lado, cabría ampliar la investigación hacia lo no heteronormativo y considerar las plataformas utilizadas por disidencias sexo-genéricas: ¿qué contratos de lectura se atestiguan en plataformas como *Grindr*, *Her* o *Lex*, utilizadas principalmente por usuaries de la comunidad LGBTI+? ¿Las matrices relacionales erótico-afectivas puestas en juego son las mismas que en el mundo heterocis? ¿Es el *yire*<sup>7</sup> una matriz relacional? Qué sucede cuando estas matrices erótico-afectivas producidas bajo la heteromononorma son habitadas por disidencias: ¿la matriz sigue siendo la misma? ¿El estereotipo de la lesbiana “intensa”, por ejemplo, opera dentro de la matriz romántica o su apropiación por parte de una corporalidad disidente supone una fuga? ¿Cuál es nuestro lugar, el lugar de les sujetos trans latinoamericanes, en estas matrices heteronormativas?

---

<sup>6</sup> En realidad, afirmar que el contrato de lectura supone una relación usuarie-plataforma-usuaries no es novedoso. Desde los estudios culturales latinoamericanos, Guillermo Sunkel (2001) estudió la afectividad y las formas de sociabilidad que permitía un medio gráfico en Chile. Halló que la prensa amarillista promovía cierto tipo de interacción y socialización entre obreres en la instancia de consumo; de lo que se desprende que otros medios de prensa gráfica promueven otro tipo de sociabilidad. De esta manera, siempre un contrato de lectura supuso cierta interactividad entre usuaries en la instancia de consumo, solo que en las plataformas digitales mediáticas se hace más evidente.

<sup>7</sup> La práctica de *yirar*, *cruising* en inglés, tradicionalmente asociada a la cultura gay masculina, refiere a la actividad de deambular por espacios públicos en búsqueda de encuentros erótico-afectivos.

## **CAPÍTULO 2**

### **Modalidades de auto-representación del género en *Tinder***

#### **Los perfiles de usuaries jóvenes cisheterosexuales del AMBA\***

El presente capítulo tiene por objetivo estudiar las modalidades de auto-representación del género en *Tinder* a partir de un análisis discursivo de cuatrocientos perfiles de hombres y mujeres cisheterosexuales jóvenes, de 18 a 25 años residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).

Tal análisis supone abordar una cuestión de larga data en los feminismos y central al campo de Comunicación y Género: el problema de la representación de los géneros. Durante la segunda ola, las primeras investigaciones feministas sobre los medios consideraron que las mujeres estaban “mal representadas” [*misrepresented*] ya que su imagen era construida bajo un sesgo masculino. Según estas investigaciones, esto se debía a que los hombres tenían la propiedad de los medios y dominaban la instancia de la producción, por lo que demandaron imágenes “más realistas” y asumieron que con los años a medida que las mujeres ingresaran a trabajar en los medios la situación cambiaría (van Zoonen, 1996; Hollows, 2000).

Hoy en día, con la llegada de las plataformas digitales, sujeto y objeto de la representación convergen en un mismo individuo. Ya no es Otto Preminger quien sexualiza a Marilyn Monroe, sino que esta última se estaría sacando fotos eróticas en el espejo de su habitación por su propia voluntad. De mantenerse los presupuestos de aquellas primeras investigaciones, se cae en posturas binarias: o bien las usuarias realizan un despliegue liberador de su sexualidad o bien son tontas víctimas de una falsa conciencia bajo la heteronomía heteropatriarcal. Ambas posturas reposan sobre la misma “ficción fundacionalista” –ya sea para afirmarla o para negarla– de que la cultura de masas es perjudicial para las mujeres (Justo y Spataro, 2015; Justo, 2019). Por mi parte, considero que la cultura de masas es cultura de masas (a secas, sin valoraciones). En cierta medida, la tesina tiene por finalidad romper con los binarismos vulnerable/resistente, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas que suelen guiar los análisis punitivos y etnocéntricos sobre lo que se ha

\* Dos versiones previas y parciales del presente capítulo fueron presentadas durante noviembre de 2021 como ponencias en el “V Congreso internacional de retórica e interdisciplina” y en el “XVIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación”. En una ponencia se analizaron aspectos retóricos y, en la otra, aspectos temáticos.

denominado peyorativamente “auto-sexualización”. Para ello, de la mano de diversas investigaciones feministas (Laudano, 2010; Dobson, 2015; Justo y Spataro, 2015; Justo, 2019; Harvey, 2020; Milestone y Meyer, 2021) propongo un enfoque discursivo-cultural que aborde las prácticas de los sujetos y las tramas de sentido que las atraviesan. Mi propósito no es develar un estereotipo opresivo detrás de cada perfil, sino entender las prácticas en toda su complejidad. Antes de reducir la auto-representación a una sola gramática, ya sea la del show del yo, la liquidez y la exposición o la de la subversión mediante una mirada femenina, prefiero interrogar los regímenes de decidibilidad y visibilidad cisheteronormados en los que los cuerpos adquieren inteligibilidad cultural, esto es, los procesos a través de los cuales se construye legitimidad y jerarquías.

De esta manera y con el objetivo de reconstruir la gramática de género que rige las modalidades de auto-representación de usuaries cisheterosexuales de *Tinder*, comenzaré el recorrido atendiendo a cómo ha sido abordada la auto-representación en las plataformas de citas. Al respecto, estableceré continuaciones y rupturas con los enfoques que se basan en Goffman, Bourdieu y el análisis del discurso tal como ha sido desarrollado en Francia. Continuaré planteando el marco teórico-metodológico desde el que entiendo el género, los medios y la auto-representación e intentaré bosquejar en qué consistiría una aproximación sociosemiótica a la misma. Luego, analizaré los niveles retóricos, temáticos y enunciativos de un corpus conformado por cuatrocientos perfiles (2873 capturas de pantalla en total), la mitad de hombres cishetero y la otra mitad de mujeres cishetero, siempre entre 18 y 25 años. Recurriré a diversas fuentes feministas – los estudios de masculinidades, el campo de los *Feminist Media Studies* y la teoría *queer*, principalmente– para indagar en las tramas de sentido cisheteropatriarcales y postfeministas que atraviesan las prácticas de auto-representación.

## **Estado del arte: la auto-representación**

Cuando una usuaria se abre una cuenta en *Tinder* debe crearse un perfil. En este perfil incluirá información personal (nombre, edad, y, de forma opcional, lugar de trabajo y de estudio o título profesional), una breve descripción sobre sí misma (hasta 500 caracteres), algunas imágenes (entre dos y nueve, con al menos una donde el rostro sea visible), una serie de intereses (“moda”, “activismo”, “viajar”, “literatura”, “música”, “fitness”, “café”, “fotografía”, “cerveza”, “astrología”, etcétera, etcétera), su meta

romántica (siendo las opciones: “pareja estable”, “pareja o algo casual”, “algo casual o algo estable”, “algo casual”, “hacer amigos”, y “todavía no sé qué quiero”), algunas etiquetas sobre lo que la plataforma define como “estilo de vida” (tener mascotas, beber alcohol, fumar, ejercitar, alimentación, uso de redes, y si se es una persona diurna o nocturna) y vinculará su perfil a su cuenta de *Spotify* para mostrar las canciones que más escucha y de *Instagram* para mostrar sus fotos (estas plataformas operan, en la mayoría de los casos, como “garantías” [Toulmin, 2007] de que la persona existe y ofrecen información complementaria que puede ser valorada a la hora de dar *like*). Desde luego, no todo lo listado es obligatorio y hay perfiles que solamente contienen fotos y unas breves palabras, tal como la aplicación ofrecía en su forma canónica, hasta principios del 2022. Ver “4. Perfil de *Tinder*” en Anexo.

Esta práctica fue catalogada como "auto-representación" y se inscribe en el marco de la proliferación de la discursividad biográfica como forma de individuación (Arfuch, 2007; Sibilia, 2008; Meccia, 2022). En los últimos años, han proliferado las investigaciones que abordaron su especificidad en las plataformas de citas; aunque, la problemática de la presentación de sí, en realidad, es de larga data, por lo que, para describirla se suele acudir a fuentes tan diversas como Aristóteles, Goffman, Benveniste y Bourdieu. A grandes rasgos, en los últimos años, la auto-representación en las plataformas de citas –pero, también fuera de ellas, en la cultura digital en general– ha sido abordada principalmente desde cinco enfoques:

- (A) el ensayismo (Sibilia, 2008; Han, 2013; Bauman, 2013b; Sarchman, 2017; Sevi, 2019);
- (B) el manejo de las impresiones (Elisson, Heino y Gibbs, 2006; Gibbs, Elisson y Heino, 2006; Toma, Hancock y Elisson, 2008; Toma y Hancock, 2010; Manning, 2014; Ward, 2016; Duguay, 2017; Moreno Barrenche, 2019a; 2019b; 2022a; 2022b);
- (C) la sociología de los afectos argentina en clave bourdiana (Marentes, 2015; Linne y Fernández Lopes, 2019; Palumbo, 2019);
- (D) la escuela francesa de análisis del discurso (Maingueneau, 2003; 2010; Fanese, 2014; Amossy, 2018); y,
- (E) el campo de Comunicación y Género y los *Feminist Media Studies* (Chaneton, 2007; McRobbie, 2009; Lásen y García, 2009; Banet-Waiser, 2011; Wang, 2012; Lásen, 2012; Dobson, 2015; Leurs, 2015; Warfield, 2015; Chan, 2016;

Mason, 2016; Ringrose, 2016; Gómez Beltrán, 2019; Naezer, 2019; García-Gómez, 2020; Harvey, 2020; Milestone y Meyer, 2021; Rodríguez y Carbó, 2021).

A continuación, expondré las principales características de las primeras cuatro aproximaciones y les haré críticas teóricas, metodológicas y políticas. No obstante, a lo largo del análisis, cuando el corpus lo demande, recuperaré sus desarrollos y hallazgos.<sup>8</sup>

(A) Existe cierto sentido común académico sobre las prácticas de auto-representación que tienden a desestimarlas y deslegitimarlas acusándolas de banales y narcisistas, e, incluso en algunos casos, cuestionando los valores morales de quienes las realizan: Barış Sevi (2019) llega a afirmar que *Tinder* promueve el maquiavelismo, el narcisismo y la psicopatología en sus usuaries. A pesar de citar asiduamente a Foucault, se trata, en última instancia, de una aproximación frankfurtiana a los medios. El caso de Byung-Chul Han (2013: 29) es paradigmático, según el filósofo vivimos en una sociedad en la que cada sujeto es su propio objeto de publicidad pornográfica. La auto-representación sería una práctica alienante en la que le sujeto se explota a sí mismo. Es más, la alienación sería de tal magnitud que ya no habría lugar para el placer: eros y el sexo son aniquilados por las *selfies*. En una línea similar, Ingrid Sarchman (2017) sostiene que las plataformas de citas rompen el lazo social-afectivo y nos impiden conocer a le otre en su singularidad. En el “Capítulo 3”, a partir de entrevistas a usuaries, analizaré casos concretos en los que sucede lo contrario.

El procedimiento metodológico de este tipo de enfoques es siempre el mismo: reducen lo social a una única gramática. “Un mismo y único conjunto de reglas permite explicar la producción de sentidos (a) en todos los niveles del funcionamiento social, (b) en el interior de todos los tipos de ‘paquetes’ significantes, (c) en todas las redes de circulación de sentido, (d) tanto en producción como en reconocimiento” (Verón, 1978). De allí que no sea necesario conducir investigación empírica alguna: estas investigaciones no tienen corpus porque le investigadore ya sabe la conclusión antes de empezar. Políticamente, esto tiene graves implicancias: el desprecio por las prácticas y

---

<sup>8</sup> No discutiré con una vasta gama de investigaciones psicológicas darwinistas que examinan los perfiles de *Tinder* (Abramova *et al.*, 2016). Estos enfoques llegan a resultados del tipo: las Mujeres se sacan *selfies* desde una angulación picada para mostrarse vulnerables y atraer un Hombre fuerte que la proteja, o los Hombres buscarían Mujeres más jóvenes porque la fertilidad femenina disminuye con la edad. En pocas palabras, reproducen la diferencia sexual al eternizar lo arbitrario.

les sujetos que las llevan a cabo les impide acercarse a su universo de sentido y, en consecuencia, entenderlas. En este tipo de enfoques no hay lugar para la experiencia vivida, la producción simbólica, ni los placeres de los sujetos, extremadamente sujetados. De allí el peyorativo término “auto-sexualización” con el que se suelen abordar estas prácticas. Así, este ensayismo deriva en intelectualismo moralista.

En cierto sentido, este capítulo es una apuesta política en contra de las explicaciones lineales y simplistas imperantes en el sentido común a la hora de abordar la auto-representación. En sintonía con Amy Shields Dobson (2015) propongo otra aproximación a la auto-representación, una que positivice estas prácticas y evite el etno-falo-centrismo en pos de comprenderlas en su complejidad.

**(B)** A la hora de estudiar la auto-representación, la obra de Goffman (2009) y el modelo dramaturgico de la interacción resultan ineludibles. Para el microsociólogo, a lo largo de su vida cotidiana las personas realizan *performances* con el objetivo de producir un efecto en su auditorio. Durante su actuación proponen una imagen de sí acorde a un rol; dicha imagen se compone de una escenografía [*setting*] y una fachada [*front*] –resultante de las dotaciones expresivas empleadas intencional o inconscientemente–. Ahora bien, Goffman es ambivalente en su planteo y oscila entre un subjetivismo y un objetivismo. Por un lado, la fachada es elaborada por un cuerpo que antecede la interacción, un cuerpo que selecciona y combina los signos en pos de producir un efecto determinado en su auditorio mediante la técnica del “manejo de las impresiones”. Por otro lado, no hay nada detrás de la fachada: la persona es absorbida por el rol que ejecuta en la interacción; la fachada es social y está institucionalizada. En síntesis, en Goffman hay tanto un yo que controla el sentido como sentidos que desbordan al yo.

Las primeras investigaciones sobre plataformas de citas efectuadas dentro del campo de la comunicación se enfocaron en la auto-representación desde una postura goffmaniana subjetivista, olvidando el contexto objetivo en el que toda práctica se encuentra. Han definido la auto-representación como una minuciosa “edición del yo” que busca producir un efecto en la audiencia, el “*like*”. Metodológicamente procedieron mediante entrevistas semiestructuradas a usuaries, a quienes interpretan como el autore del perfil; así, contrastan el discurso y su autore para dar cuenta de las razones que rigen la selección de las fotos y su auto-descripción, el grado de veracidad de las mismas –

esto es, si mienten acerca de sus atributos, por ejemplo, cambiando su altura o su peso—, la tensión entre engañar y ser honeste teniendo en cuenta una posible interacción cara-a-cara, la predominancia de ciertos atributos en los perfiles según el género (por ejemplo, los hombres cishetero suelen referir con mayor frecuencia a su altura que las mujeres), entre otras cosas.

Este enfoque presenta demasiados problemas para una mirada sociosemiótica. Primero, se trata de un enfoque binario según el cual el discurso es un reflejo del objeto; desde la semiótica ternaria sostenemos que la representación produce el objeto (Peirce, 1987; Verón, 1993). En consecuencia, este enfoque tiene una noción esencialista de la identidad, entendida como una sumatoria de atributos diferenciales y permanentes; mientras que desde el giro discursivo defendemos una visión fragmentaria y relacional de la identidad (Arfuch, 2002; 2007). Tercero, estos trabajos suponen que hay un autore soberano detrás del discurso con una identidad preestablecida respecto de la que el discurso vendría a ser más o menos fiel y que le autore utilizaría artimañas para engañar y provocar un efecto en su audiencia; desde una perspectiva posidentitaria, materialista y discursiva (Butler, 2018a; 2018b) afirmo que la identidad —le autore— es una ilusión de unidad producida retroactivamente por el discurso. En otras palabras, en este capítulo no pondré el foco en los usuaries, sino en los discursos y su gramática de producción.

(C) Bajo el influjo de la sociología de Pierre Bourdieu (1979) y, particularmente, la noción de “capital erótico” (Hakim, 2012), diferentes investigadores han indagado las plataformas de citas. Su marco teórico les ha permitido superar el subjetivismo del manejo de las impresiones: le autore no es una entidad creativa y soberana, sino que ocupa posiciones en los campos a lo largo del espacio social. Metodológicamente también han optado tanto por el análisis de los perfiles como por la realización de entrevistas semi-estructuradas a usuaries. Si bien retomaremos aquí y en otros trabajos muchos de sus aportes, queremos resaltar un problema derivado de su marco teórico para un abordaje discursivo del género y la heteronormatividad en *Tinder*.

A la hora de analizar los perfiles estos enfoques, suelen poner en relación la posición que le autore ocupa en el campo con su práctica discursiva reduciendo esta última a una inversión de capitales (económico, cultural, erótico) con el fin de seducir. De esta manera, quienes portan capital económico, por ejemplo, expondrían una foto de

un viaje a Europa. O, a la inversa, una foto en Europa reflejaría el capital económico de le autore del perfil. En síntesis, las prácticas discursivas revelarían el capital de quien habla, su posición en el campo. Y aquí hay dos problemas, uno metodológico y otro teórico. Por un lado, si bien el énfasis en aquello considerado legítimo permite dar cuenta de las relaciones de poder, corre el riesgo de caer en un “miserabilismo” al pensar a los sujetos subalternos desde la carencia (Grignon y Passeron, 1991). Por otro lado, la sociosemiótica y las teorías del discurso no aceptan una relación lineal ni una escisión entre lo social y lo discursivo. En este sentido, Judith Butler (1999) le objeta a Bourdieu su concepción escindida y de reflejo entre ambas esferas; es que, para el filósofo, ellas no solo son inseparables, sino que la linealidad puede ser transgredida ya que es posible “hablar con autoridad sin estar autorizada a hablar”. Una persona sin capital erótico puede movilizar su cuerpo como si lo poseyera, ganar legitimidad y deshacer su supuesta carencia. Un ejemplo proveniente del activismo gordo: una persona gorda puede erotizar la grasa. Otro ejemplo, esta vez proveniente de las vidas trans: una persona que porta pene y de caderas angostas puede usar una mini falda.

**(D)** El análisis del discurso tal como ha sido concebido en Francia buscó realizar una síntesis superadora del subjetivismo goffmaniano (B) y del objetivismo bourdiano (C) al combinarlos eclécticamente con la retórica y la teoría de la enunciación como articuladoras. Este enfoque presenta, al menos, cuatro problemas cuando se lo aplica a las plataformas de citas. Primero, tiene una noción restringida de lo discursivo que deja a un lado las imágenes y lo no-verbal. En el caso de que eso no sea suficiente para descartarlo, el eclecticismo es tal que la profusión conceptual lleva a confusiones cuando las nociones se superponen (por ejemplo, enunciador, ethos y presentación o imagen de sí). Tercero, al articular el análisis a partir de la noción de “ethos” se ingresa en interminables discusiones teóricas sobre la relación ethos-logos-pathos,<sup>9</sup> de lo que se desprende un problema: no está claro cómo usar el concepto de

---

<sup>9</sup> En la retórica aristotélica lo discursivo se piensa a partir de una relación triangular: el ethos, la imagen que le orador construye de sí mismo con el fin de volverse creíble; el logos, los argumentos que provee; y el pathos, las emociones y los valores del auditorio que interactúan con el discurso. El problema está en determinar cuál es la relación entre estos elementos. Según Michel Meyer, el ethos no es un argumento sino una “fuerza argumentativa”, una autoridad que le confiere poder a los argumentos al punto de detener los cuestionamientos que los impulsan; por ende, el ethos constituiría una dimensión independiente del logos (Meyer, 2013: 172). Ruth Amossy (2018) refuta la tesis de la autonomía y si bien plantea que el ethos y el logos son dimensiones omnipresentes en todo discurso, afirma que hay una interdependencia entre ambos. En una dirección el logos influye en el ethos, la elección de ciertos

ethos: los elementos a ser incluidos dentro de la categoría quedan a juicio de le analista. Por último, estos enfoques limitan el análisis a la instancia de la producción por lo que no entienden necesario entrevistar usuaries.

(E) Tanto el campo latinoamericano de Comunicación y Género como los *Feminist Media Studies* anglosajones hacen a un lado los binarismos objetivismo/subjetivismo y subversión/liberación. Desde diversos enfoques, ya sean culturales, ya sean discursivos, han dado cuenta de la auto-representación como una práctica en toda su complejidad, atendiendo tanto a las estructuras sociales y las tramas de sentido que las atraviesan como a las resistencias de les sujetos y sus propias prácticas de producción de sentido. Una de las mayores virtudes de estas investigaciones ha sido nutrirse de diversas fuentes feministas para analizar en cada ocasión lo que sea relevante; esto ha dado pie a estudios interseccionales tan interesados por la opresión como por la liberación. Al día de la fecha encontramos una vacancia en este campo: si bien el problema de la auto-representación ya se ha abordado desde un enfoque feminista y discursivo (sobre todo en lo que respecta a los perfiles de hombres gays en *Grindr*), estas investigaciones no han abordado la masculinidad y la feminidad relacionalmente y cómo la heteronormatividad articula dicha relación.

## **Marco teórico-metodológico**

Partimos de la conceptualización del género y los medios de comunicación ofrecida por Judith Butler (2018a; 2018b) y Teresa de Lauretis (1984;1989), respectivamente (ver "Capítulo 1"). Y, como recién se afirmó, buscamos analizar la auto-representación del género relacionalmente y desde una perspectiva discursiva. Para llevar adelante dicha empresa, recuperaré tres principios analíticos de la sociosemiótica en su primera versión, la marxista-sociológica (Verón, 1978; 1993; 2004).

---

argumentos sobre otros proyecta una imagen del orador. En la dirección contraria, el ethos mismo puede ser un argumento y participa de lo racional. En síntesis, para Amossy “el ethos, por definición, está vinculado al logos” (2018: 211). En cuanto a la relación entre ethos y pathos, Meyer (2013) señala que el primero se aproxima más o menos al segundo según la autoridad, humanidad y sentimiento de comunión que muestre le orador. Un vínculo pasional intenso anularía la cuestión logrando una respuesta asentida unívocamente por las partes. Amossy sentencia que el binario razón y pasión nos lleva al error; “hay razones en las emociones” (Amossy, 2017: 141); no obstante, en las dos obras citadas en este escrito, no desarrolla la relación entre ethos y pathos. En suma, el problema no está resuelto.

En primer lugar, un principio marxista (cf. Marx, 1974; Hall, 1984; Wacquant, 1995; Balibar, 2000; Bourdieu, 2007b; Bajtín, 2008): el análisis no será extratextual-lineal-objetivista-económico ni intratextual-inmanente-subjetivista-descriptivista, sino intertextual-relacional, esto es, no buscaré en el autor una causa que determine de forma lineal la representación, ni describiré un perfil de forma aislada sin tener en cuenta sus condiciones sociales de producción y de reconocimiento. Este principio es constitutivo de los estudios de masculinidades, Raewyn Connell (2005) entiende la masculinidad como un concepto “inherentemente relacional” que no puede ser pensado por fuera del “sistema de relaciones de género” al que pertenece. Los términos de esta relación diferencial son dinámicos e históricos, producidos dialécticamente por esa relación; las representaciones de la masculinidad, los tipos de masculinidad y la relación entre ellas y con el resto de los géneros varía en cada momento y situación. Entenderlo así me permite evitar tres tendencias epistémicas a la hora de analizar la masculinidad: la reificación y universalización del concepto de masculinidad hegemónica que despoja el género de dinamismo e historicidad (Connell y Messerschmidt, 2021), la recurrencia a extensas listas de adjetivaciones para caracterizar “malas” y “buenas” masculinidades (Fabbri, 2021) y, en sintonía, el binomio que distingue “viejas” y “nuevas” masculinidades (Azpiazu Carballo, 2017). De esta manera, no pretendo develar la masculinidad hegemónica que se esconde detrás de todos los perfiles de hombres cisheterosexuales en *Tinder*, sino que intentaré dar cuenta de las complejas tramas de sentido que atraviesan las prácticas de auto-representación de los géneros.

En segundo lugar, y nuevamente de inspiración marxista, analizaré los perfiles como resultados de un proceso productivo más amplio en el que las prácticas invisten de sentido múltiples materias significantes. Pensar la auto-representación como una práctica significativa conlleva dos ventajas. Inserta el hecho de tomarse una *selfie* o armar un perfil en una cultura, suponiendo que hay reglas y convenciones que atraviesan a los sujetos. Y, a su vez, permite reconocer dicha práctica como algo serio e importante para la vida cultural al entender que la misma supone trabajo; sacarse una *selfie* implica arreglarse, elegir un lugar, una pose, tomar muchas, seleccionar una y editarla, todo lo cual conlleva múltiples conocimientos racionales y encarnados, así como tiempo, capitales y una concepción particular del *self* que se pone en juego (Warfield, 2015). En pos de reconstruir las tramas de sentido y relaciones de poder que

atraviesan estas prácticas, me serviré de fuentes tan diversas como los *Feminist Media Studies*, los estudios de masculinidades, el feminismo negro y la teoría *queer*.

En tercer lugar, la comunicación es multicanal, en todo discurso hay una multiplicidad de materias significantes operando al mismo tiempo, por lo tanto, no analizaré solo el texto o las fotografías sino los paquetes significantes en su totalidad. En este recorrido intentaré poner en relación componentes indiciales, icónicos y simbólicos (Rocha Alonso, 2010) e interrogar los niveles retórico, temático y enunciativo (Steimberg, 1993).

En esta oportunidad, estos principios estarán al servicio del estudio de la dimensión significativa del género (*cf.* Chaneton, 2007; Olavarría, 2010; Forastelli y Olivera, 2016; Schaufler, 2019; Peñamarín, Amman y Parra 2022). Un análisis semejante consistiría en partir de productos mediáticos para reconstruir los procesos, las tramas de representaciones, que hicieron posible la constitución de subjetividades generizadas. En términos de Alison Harvey (2020), partiré de los perfiles para reconstruir la “gramática de género” que gobierna las prácticas discursivas de auto-representación que los produjeron. Se trata de reconstruir las normas de producción discursiva que rigen las prácticas discursivas de sujetos generizados (Milestone y Meyer, 2021). En pocas palabras, analizaré los perfiles de *Tinder* como instancias de performatividad de género atravesadas por la heteronormatividad.

## **Muestreo**

Recolecté la muestra durante los meses de septiembre y octubre del 2021. Para ello me creé dos perfiles en *Tinder* con dos números de teléfono prepago distintos –puesto que, por razones de seguridad, la aplicación solo permite una cuenta por número–, un perfil como hombre cis heterosexual de 21 años y el otro como mujer cis heterosexual de 21 años. En ambos perfiles puse que era heterosexual y buscaba personas del género contrario de entre 18 y 25 años que estuvieran a un radio de 50 kilómetros de mi residencia. A medida que empecé a tomar capturas de los perfiles indiscriminadamente, noté que los primeros cincuenta en aparecer cada vez que abría la aplicación eran llamativamente arquetípicos, por lo que reinicié la muestra e intenté evitar ese sesgo del algoritmo dándole *like* a las cuentas que no se adaptaban tanto a los estándares de belleza. A su vez, el algoritmo era proclive a mostrarme mujeres cishetero más jóvenes

cuando mi género era masculino y hombres cishetero más grandes cuando mi género era femenino, otro sesgo que tuve que esquivar. Desde luego, a medida que fui identificando tendencias volvía al campo para seguir expandiendo el corpus. Una vez colectada la muestra, procedí a descartar los perfiles que explicitaban verbalmente una sexualidad disidente, que realizaban un uso desviado de la plataforma –por ejemplo, vender estupefacientes o conformar tríos– o que, a ojos nativos, generaban elevadas sospechas de *catfishing*<sup>10</sup> por poseer fotos extravagantes de muy baja definición. Guiado por un criterio cualitativo de saturación, el resultado final fue una muestra conformada por cuatrocientos perfiles, doscientos por género, un total de 2873 capturas de pantalla.

Cabría preguntarse, ¿por qué entre todas las plataformas de citas elegí *Tinder* para el análisis? ¿Por qué no considerar también otras plataformas y hacer un análisis contrastivo? Todo recorte metodológico tiene una dosis de arbitrariedad; aun así, hay tres motivos por los cuales decidí poner el foco en *Tinder*.

Primero, motivo demográfico: *Tinder* es la aplicación más masiva. No solo es la que más ingresos ha tenido en los últimos años –por encima de *Netflix* y *Spotify* y otras plataformas de citas–, sino que, al momento de la escritura, se podría afirmar su prevalencia en el grupo etario que estamos estudiando, ya que, según estadísticas oficiales, el 50% de los usuarios de *Tinder* tienen entre 18 y 25 años. A su vez, hallé que *Tinder* es la única plataforma de citas utilizada por todas las clases sociales, más allá de la valoración que tengan sobre ella (ver “Capítulo 3”).

Segundo, dos cuestiones políticas. Por un lado, como me interesa analizar críticamente la heteronorma, no deseo poner la mirada crítica sobre los usuarios de la comunidad LGBTI+, por lo que aplicaciones como *Grindr* o *Her* quedan descartadas. Mi decisión se funda, entre otras cosas, en una inversión epistémica en la que las disidencias dejan de ser objeto de estudio y comienzan a producir conocimiento sobre las normas. Por otro lado, como consecuencia de su masividad, al momento de la escritura, *Tinder* es, en Buenos Aires, la plataforma en la que aparece la representación de la masculinidad y la feminidad “hegemónicas” (Connell, 2005; Connell y Messerschmidt, 2021), y si bien estos modelos están en tela de juicio gracias a los feminismos y tienen impacto diferente en cada clase social, se podría decir que son “el ideal a seguir” y “lo dominante” para el grueso de la población. Desde luego, en *Tinder* no se encuentra la totalidad de las representaciones sociales, ni mucho menos una

---

<sup>10</sup> *Catfishing*: utilizar un perfil *online* falso para atraer a alguien a una relación (afectiva o económica).

muestra proporcional de los sujetos que habitan el AMBA –por ejemplo, no es común ver personas asiáticas, africanas y de Europa del este, comunidades importantes en esta ciudad–.

Tercero y último, un motivo pragmático: para realizar este capítulo recolecté cuatrocientos perfiles de *Tinder* para saturar el corpus; si también consideraba *Happn*, *Bumble*, *Badoo* y *OkCupid*, la muestra hubiera sido demasiado extensa y todo el proyecto de investigación se hubiera reducido a la comparación de perfiles, dejando a un lado la instancia del reconocimiento, la experiencia de los usuarios, algo sobre lo que volveré en el “Capítulo 3”. De todas formas, a raíz de los resultados hallados en el capítulo siguiente, sería interesante contrastar los perfiles prestando atención a las dimensiones de clase.

## **Análisis**

Analizaré la auto-representación como una práctica dialéctica y sobredeterminada que es modalizada por el género y la sexualidad (Althusser, 1967; 2015; Gurevich, 2018). Esto quiere decir que la masculinidad y la feminidad no son dos elementos independientes que se encuentran en las plataformas de citas, sino que son el producto de la relación. No se trata de una oposición, sino de una contradicción dialéctica. A su vez, esta relación no es etérea y ahistórica, sino que está situada, justamente, en las plataformas de citas. Las plataformas de citas condicionan las prácticas que en ellas se realizan y, al mismo tiempo, son condicionadas por las prácticas que ellas condicionan. En otra terminología, abordaré la auto-representación como una práctica atravesada por tramas de sentido que la preceden, suceden y desbordan.

### **(I) Condicionamientos múltiples**

Las prácticas de auto-representación en las plataformas de citas tienen un perfil como producto. Todo perfil crea un auditorio ideal en el que busca producir un efecto-*like*. Para ser una práctica exitosa, debe poner en juego un sentido práctico que permita construir un perfil adecuado a las expectativas generales para su edad, género, sexualidad, clase, y región, pero también para las convenciones de las plataformas de citas en general y de la plataforma en particular en la que le usuario se crea el perfil. En otras palabras, deben tener cierto conocimiento de los códigos y géneros discursivos. De

esta manera, la práctica de auto-representación se encuentra atravesada por múltiples condicionamientos.

Detengámonos, en primer lugar, en aquellos códigos que remiten a la plataforma. En el “Capítulo 1” analicé las interfaces de las plataformas de citas y sostuve que estas plataformas compiten entre sí por usuarios, suscriptores y anunciantes; para diferenciarse mutuamente y vencer a la competencia ponen en juego diferentes funcionalidades que crean un contrato de lectura. Brevemente, allí argumenté que estos contratos retoman dos matrices relacionales erótico-afectivas que surgieron durante el siglo XX y sobreviven hoy. Desde la década del veinte hasta la guerra fría surge en el norte global la matriz romántica. Esta matriz rompe con el modelo victoriano y hace del amor algo público, centrado en el consumo y anclado en los afectos. El matrimonio es el resultado del enamoramiento de dos individuos cuya felicidad reposa en acceder a bienes de consumo como familia (ir a cenar, vacacionar, tener un auto, etc.). Los deseos sexuales son contrarios al amor, son la amenaza de la que todo matrimonio debe protegerse. Luego, durante la guerra fría, surge la matriz relacional erótico-afectiva lúdica como un modelo alternativo al romántico. Si bien la heterosexualidad permanece incuestionada, la matriz lúdica corre del centro de la escena a la pareja monogámica y posiciona a la soltera urbana como protagonista. El deseo sexual es el motor del modelo y la felicidad se alcanza maximizando los encuentros sexuales con diferentes personas. Estas matrices relacionales sobreviven hoy en día y se solapan en las plataformas de citas. *Tinder*, por ejemplo, tiene un contrato de lectura lúdico en el que los otros son representados como fuente de placer visual y diversión; además, se invita al usuario a entablar un vínculo lúdico con la sexualidad y la auto-representación. La enunciación de *Tinder* solo adquiere valor en tanto se diferencia de la de *Badoo*, por ejemplo, que representan al otro como ese-alguien del que nos vamos a enamorar (metáfora de la media naranja).

De regreso a los perfiles, en sus superficies textuales se despliegan una serie de estrategias que renegocian los contratos de lectura de la plataforma de citas en la que se inscriben; en otras palabras, los perfiles pueden ser analizados como una instancia de reconocimiento de las plataformas. No es necesario que explícitamente tomen una postura sobre estos contratos: ya de por sí el hecho de explorar o no todas las funcionalidades de cada plataforma de citas supone una postura en relación con su

contrato de lectura. Aun así, hay perfiles del corpus que explicitan qué es lo que buscan en *Tinder*, manifestando una posición con relación a las matrices erótico-afectivas.

Mujeres cis heterosexuales	Hombres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Busco chongo ??¿¿</i></li> <li>➤ <i>toy acá para divertirme y quien te dice encontrar al amor de mi vida aaa</i></li> <li>➤ <i>Quiero ver que onda primero, pero lo ideal sería una relación seria.</i></li> <li>➤ <i>Busco solo amistades</i></li> <li>➤ <i>Termine hace poco con mi ex, asi que un verdadero que me chupe el ort 🍆</i></li> <li>➤ <i>Con ganas de conocer gente nueva y tomar mates o birra, lo que salga primero</i></li> <li>➤ <i>Estoy para qliar o para ver una maratón de shrek/Marvel, lo que pinte mientras sea en tu casa :)</i></li> <li>➤ <i>Vos elegís si sumarte o no a esta aventura</i></li> <li>➤ <i>Planazo: birra, netflix... ... pero busco algo más que coger una vez y no volvernos a hablar (colecciono de esos aparentemente)</i></li> <li>➤ 😏 <i>Vayamos directo al punto</i></li> <li>➤ <i>Mi fantasía sexual es tener alguien para salir, comer, andar para todos lados y crecer juntos cada uno respetando el espacio del otro.</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>busco conocer gente nueva y conocernos entre sí</i></li> <li>➤ <i>No busco nada serio, hablemos y vemos que pinta</i></li> <li>➤ <i>Estoy acá para hacer amiges</i></li> <li>➤ <i>Ahí para amigos.. No sexo ❌❌</i></li> <li>➤ <i>Gente buena para juntadas, mateadas, salir a caminar y tomar algo?</i></li> <li>➤ <i>Busco una relación estable, algo del momento no me va.</i></li> <li>➤ <i>busco personas que les guste relajarse, charlar y pasarla bien</i></li> <li>➤ <i>Busco algo serio y divertido 😊</i></li> <li>➤ <i>En caso de que tengamos match, conversemos y vemos. Ya sea para tener una amistad o que también fluya algo más. 😊</i></li> </ul>

A pesar de que el contrato de lectura de *Tinder* es lúdico, en el corpus conviven las manifestaciones lúdicas con las románticas. Tanto hombres cishetero como mujeres cishetero expresan búsquedas románticas y lúdicas en igual medida –lo cual sería expresión de una mayor equidad en el terreno del deseo conquistada por las luchas feministas–. En algunos casos, también se encuentran manifestaciones críticas a la matriz lúdica que pareciera prevalecer en la plataforma. En síntesis, los contratos de lectura no son recepcionados linealmente por les usuarios y las variaciones del uso los exceden (aunque, como veremos en el “Capítulo 3”, la mayoría de las lecturas son preferentes).

A su vez, como se dijo, hay expectativas que condicionan las prácticas de auto-representación según la edad, el género, la sexualidad, la clase, y la región. Hay sistemas clasificatorios sociales que permiten inteligir la acción propia y la ajena distinguiendo las positivas de las condenables (Bianciotti, 2011; 2013; 2017; Bianciotti y Ruiz, 2017). Un buen conocimiento de estas clasificaciones, un buen conocimiento de las reglas del juego, les permite a les usuaries elaborar un perfil que sea considerado socialmente adecuado. Cuando entrevisté a usuaries de aplicaciones de citas (ver apartado metodológico en el “Capítulo 3”) les hice un conjunto de preguntas en relación con su perfil y a los criterios de selección que utilizan para dar o no un *like*, con el objetivo de reconstruir las operaciones clasificatorias que guían las prácticas de este grupo etario. A continuación, presento este resultado en nubes de palabras. A la izquierda los términos que aparecieron modalizados de forma positiva, y a la derecha aquellos que adquirieron un valor negativo en el discurso de les informantes (ver “5. Sistemas clasificatorios” en Anexo).



En estas clasificaciones se pueden observar dos grandes tramas de sentido que estructuran las prácticas de les usuaries. Por un lado, los ideales regulatorios de la sexualidad. El binario *tranqui/hot* establece los límites de lo aceptable y castiga los excesos. Volveré sobre esta oposición, las presiones que supone y los estereotipos que genera luego. En otro orden de cosas, la honestidad aparece como una máxima

comunicacional y el binario *transparencia/opacidad* es una clave de producción y lectura de los perfiles. Esto, a su vez, se relaciona con el hecho, previamente mencionado al pasar, de que las plataformas de citas exigen fotos en donde se vea la cara de le usuarie.

Todas estas clasificaciones, códigos y expectativas son reguladas por un ritual de cortejo heteronormativo que rige las interacciones dentro y fuera de la plataforma. Antes de analizar la manifestación de este ritual en los perfiles (análisis que continuará en el “Capítulo 3” al recuperar las experiencias de les usuaries), resulta pertinente hacer una aclaración sobre el concepto “ritual”. Aquí se utiliza la noción tal como fue elaborada por Butler (2021: 24-29, 141-164) en su combinación de John Austin, Jacques Derrida, Pierre Bourdieu y Louis Althusser; llamativamente, Erving Goffman no fue considerado. En pocas palabras, Butler se pregunta ¿qué es lo que le da fuerza a la performatividad? ¿De dónde proviene la capacidad del discurso de producir un efecto social? Y formula la respuesta a partir de la noción de “ritual”, deteniéndose en cómo estos producen a les sujetos y cómo les sujetos pueden desviarse de las prácticas ritualizadas. A partir de esto y de aquí en más, Butler reformula su teoría de la performatividad como una “dualidad” (Butler, 2014) que aquí recuperaré para el análisis discursivo.

Un primer momento “estructural” (Balibar, 2007), dedicado a la descripción de los mecanismos que constituyen a le sujeto y le asignan un lugar en el espacio social. Las prácticas están normadas por rituales. Recupera así el ejemplo de Pascal (“arrodíllense, muevan los labios como si rezaran y creerán”) para señalar que el ritual produce aquella identidad que lo viene a justificar. No rezamos porque creamos, sino que creamos porque rezamos. Se trata de la repetición a lo largo del tiempo de interpelaciones que sedimentan en les sujetos una creencia, una idea, una identidad, que luego es encarnada bajo la figura del *habitus*. Los hombres cishetero no invitan a salir porque sean hombres cishetero, sino que invitar a salir es lo que los hace hombres cishetero. Les sujetos solo adquieren inteligibilidad en tanto y en cuanto participan del ritual. Participar del ritual brinda identidad.

Un segundo momento “posestructural” (Balibar, 2007), abocado a las posibilidades de transgresión. Dado que la estructura del ritual de reconocimiento ideológico se reproduce a través de su repetición (o iterabilidad) y que el desfase es constitutivo de la comunicación, existe la posibilidad de que le sujeto cite la convención

de formas no convencionales, realice la práctica ritualizada en un contexto que le es ajeno al ritual.

En el corpus de este capítulo, el ritual de cortejo heteronormativo (concepto meso, de origen teórico) se manifestó bajo la forma de una estructura retórica de interacción (concepto micro, acuñado *ad hoc* de forma inductiva). Continuemos con el análisis de los perfiles.

## (II) Estructuras retóricas de interacción

Una vez más, la masculinidad y la feminidad no son términos independientes que se encuentran, sino que son el producto de una relación binaria y normativa. En lo que sigue, analizaré esta relación en el nivel retórico, atendiendo al orden de la interacción. Resulta que cuando los perfiles de hombres y mujeres cishetero son leídos intertextualmente, aquello que en principio parecía autónomo y aislado manifiesta una estructura retórica de interacción, un dialogismo que por momentos se vuelve demasiado explícito. Las prácticas de auto-representación constituyen una interacción generizada que retoma y se inscribe en el ritual del cortejo heteronormativa. Un ritual que en un contexto de masificación de los feminismos empieza a presentar cada vez más fallas, fisuras, y puntos de fuga. Esta estructura retórica de interacción generizada y generizante se manifiesta en tres fenómenos atestiguados en el corpus.<sup>11</sup>

### *Legitimidad*

Mujeres cis heterosexuales	Hombres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Ni idea esto, me lo descargué para reírme con mi mejor amiga</i></li> <li>➤ <i>Ni idea esto a ver que onda...</i></li> <li>➤ <i>No sé que hago acá. Si me conoces, no soy yo, me anotaron.</i></li> <li>➤ <i>Me da cringe usar esto pero estoy demasiado aburrida</i></li> <li>➤ <i>Estoy aburrida, por eso me hice esta cuenta...</i></li> <li>➤ <i>No sé qué hago acá, might delete later</i></li> <li>➤ <i>qcy m aburro</i></li> <li>➤ <i>Hablame vos primero que em da vergüenza 😊</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Me descargue la app porque estoy muy al pedo.</i></li> <li><i>Yo que vos aprovecho para darme like porque en cualquier momento me borro la app</i></li> <li>➤ <i>Estaba al pedo y me descargué esto, aunque una charla no se le niega a nadie</i></li> <li>➤ <i>Estoy al pedo, igual que vos</i></li> </ul>

<sup>11</sup> Desde luego, las operaciones que describiré a continuación se solapan mutuamente y conviven en tensión dentro de los discursos analizados. Para dar un ejemplo, en el mismo perfil de una mujer cishetero en el que se rechaza a los *tinchos* se solicita una persona con *ciudadanía italiana*.

En el imaginario social se encuentra extendida cierta concepción negativa sobre las plataformas de citas que las vinculan a un “fracaso” en la sociabilidad erótico-afectiva *offline*, por lo que tener una cuenta deslegitimaría a la persona y degradaría su posición en el campo sexual (*solo a mí me da vergüenza estar en Tinder?*, pregunta el perfil de una mujer cishetero). Reiteradas veces les usuaries entrevistades en el “Capítulo 3”, más allá de su clase social y género, indicaron que al principio sentían vergüenza por usar aplicaciones de citas (ver “15. Vergüenza” en Anexo). De allí que les usuaries tiendan a justificar su uso de la plataforma como algo casual y descomprometido, creando una imagen de sí displicente. Sin embargo, esto se hace de modos distintos según el género. Mientras que las mujeres cishetero refieren a su propio desinterés para justificar su presencia en la plataforma, los hombres cishetero –que suelen recurrir con menor frecuencia a este tipo de aclaraciones– cuando lo hacen interpelan a su enunciataria y le asignan una posición discursiva subordinada (por ejemplo, *yo que vos aprovecho para darme like*). En suma, los hombres cishetero, al ser enunciadores “legítimos” (Bourdieu, 1990) dentro de las plataformas de citas no necesitan justificar su presencia, a diferencia de las mujeres, que, en múltiples ocasiones de la vida social, tienen que justificar su enunciación.

### Interpelación

Mujeres cis heterosexuales	Hombres cis heterosexuales
➤ <i>Si hicimos matcha háblame, porque me da vergüenza empezar la conversación</i>	➤ <i>no tengas miedo, dame corazón ❤️</i>
➤ <i>si hacemos match háblame chè q esperas</i>	➤ <i>después hablamos 😊</i>
➤ <i>Háblame por ig si te gusto ❤️ (...)</i>	➤ <i>t hablo d cosas interesantes y fumo porrito</i>
➤ <i>Soy piolita pero a veces tímida, si te gusta salir de joda re pinta asiq háblame cualquier cosita</i>	➤ <i>salimos que te hago reír</i>
➤ <i>Suma mucho que me hagas reír *guiño guiño*</i>	➤ <i>Connmigo te vas a cagar de risa siempre</i>
➤ <i>Alguien para hablar y cagarme de risa 😊</i>	➤ <i>el mejor cocinero de postres del país. // Si no me crees averígualo</i>
➤ <i>Si no me invitas un café mínimo, todo mal.</i>	➤ <i>Como podemos salir de joda como te puedo hacer unos panqueques un domingo a la tarde, no se vos fijate si te sirve</i>
➤ <i>Si quieres invítame a salir que me gusta que me saquen a pasear. Invítienme a previas d paso</i>	➤ <i>vamos a tomar un cafecito?</i>
➤ <i>hago alto café así que cuando</i>	➤ <i>vamos a merendar?</i>
	➤ <i>Un vino?</i>
	➤ <i>Tomamo un vinito?</i>
	➤ <i>salgamos a tomar una birrita y hablemos pelotudeces</i>
	➤ <i>Te intercambio un libro</i>

Según la lectura que Butler (2021) hace de Althusser y Bourdieu, la interpelación convoca a le sujeto a la existencia discursiva. Se trata de un acto ritualizado que se reitera a lo largo del tiempo sedimentando la posición de le sujeto en el espacio social, asignándole un lugar en el campo sexual, y los roles y las funciones respectivas a dicho lugar. En sus descripciones, las mujeres cishetero suelen asignarse a sí mismas posiciones de pasividad vinculadas a la espera, mientras que los hombres cishetero se dirigen a una enunciataria y la interpelan reiteradamente. Ella espera que le hablen, él habla. Él hace los chistes, ella se ríe.<sup>12</sup> Ella espera que la inviten, él invita. Estamos frente a la tradicional estructura del cortejo heteronormativa en la que se da una “complementariedad” entre los rasgos de ambos géneros (Jagger, 1998; Fullick, 2013). Los perfiles forman parte de un ritual que interpela y asigna un lugar generizado y generizante a les sujetos. Sin embargo, a pesar de que en los casos listados arriba se reproduzcan los binarismos (masculino/femenino, activo/pasiva), cabe notar que desde la posición de pasividad encontramos ciertos enunciados en los que las mujeres cishetero aparecen como enunciatoras legítimas y ofrecen o demandan cosas a sus enunciatarios (por ejemplo: *hago alto café así que cuando quieras me hablas y te bato uno 😊*; *si hacemos match háblame ché q esperas*). Desde luego, en los perfiles de mujeres cishetero también se encuentran invitaciones a un enunciatario, es decir, momentos donde asumen un rol cien por ciento activo (por ejemplo, *Tomamos una birrita y después vemos*; *Me gusta mucho el rock nacional, amo esas juntada de bares y si hay un acústico mejor y si te copas para un reci 100*); aunque, casi no he registrado en los perfiles de hombres cishetero pedidos de invitación. El punto al que quiero llegar es que, a pesar de que haya una estructura rígida y binaria la interpelación no es absoluta, no puede contener siempre a los cuerpos que, en ciertas ocasiones, se dan a la fuga.

### *Condiciones de excepción*

---

<sup>12</sup> Además de los previamente consignados, la mayoría de los perfiles de *Tinder* de hombres cishetero cuentan con al menos un chiste del siguiente estilo: *Mirá viejaaaa ya estoy grande, tengo Tinder; Licenciado en sebar mates; se cocinar milanesas; cantante de ducha profesional; la primera consulta es gratis* [su perfil indica que es abogado].

Según Stephen Toulmin (2007), en la vida cotidiana la argumentación no está sometida a los criterios de validez *a priori* de la lógica formal, sino que cada campo construye criterios históricos y sociales. Si pensamos los perfiles como argumentos multimodales, “dame *like*” sería la conclusión. No obstante, en algunos casos son explicitadas las condiciones en las que no se debe dar *like*, esto es, arribar a la conclusión del argumento. A estas condiciones Toulmin las denominó “condiciones de excepción”. Tomemos el siguiente argumento como ejemplo: Bad Bunny tiene el disco con más reproducciones del año, por lo que, seguramente, gane el premio *Latin Grammy*, a menos que prioricen la innovación y se lo den a Rosalía. La última parte del argumento “a menos que...” presenta las condiciones de excepción. Así, las condiciones de excepción refieren a aquellos condicionales que establecen una condición que si se cumple (se prioriza la innovación) anula la conclusión original (que Bad Bunny gane el premio). En el corpus me encontré con que las mujeres cishetero hacían un uso frecuente de las condiciones de excepción.

Mujeres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Si no sabes tener una conversa normal ni te gastes</i></li> <li>➤ <i>Si me vas a hablar para coger seguí de largo.. besoo</i></li> <li>➤ <i>Si sos de la masturbanda, ni lo intentes.</i></li> <li>➤ <i>Si la querés poner no es por acá</i></li> <li>➤ <i>Si la música no es el centro de tu vida entonces ni te gastes(?)</i></li> <li>➤ <i>Gente retrógrada, bye</i></li> <li>➤ <i>si Sos antivacunas, peronista, kirchnerista o pro vida... ni te gastes en hablarme ❤️</i></li> <li>➤ <i>(...) si no te gusta nada de lo que mencioné, ni te molestes, gracias.</i></li> <li>➤ <i>Busco amiguis o jodas (!! No tinchos</i></li> </ul>

Estos condicionales no proyectan una imagen pasiva de la enunciativa: por el contrario, mediante ellos se ejerce la facultad de aceptar o rechazar. Una facultad que permite la apropiación feminista de la plataforma al expulsar la masculinidad arquetípica (por ejemplo: *tinchos*; *masturbanda*; *pro vida*) y rechazar la constante objetivación sexual que impide un vínculo entre hombres y mujeres cishetero más allá del sexo (por ejemplo: *si me vas a hablar para coger seguí de largo... besoo ❤️*; *si la querés poner no es por acá*). En sintonía con el ritual de cortejo heteronormativa, la mujer tiene “la última palabra”. Esta estructura condicional pareciera indecible para los hombres ya que se no se encuentra presente en ningún perfil del corpus.

Sin embargo, también hay factores comunes en la auto-representación de ambos géneros. Si bien la explicitación de las condiciones de excepción es propiedad exclusiva de los perfiles de mujeres cishetero, ambos géneros comparten el uso de las condiciones de aceptación en sus perfiles. Con condiciones de aceptación nos referimos a aquellos factores que pueden operar como catalizadores de un *match*, intereses, consumos o hábitos compartidos, una vez más, presentados bajo la forma del condicional.

Mujeres cis heterosexuales	Hombres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Si te gusta el mate, háblame que me vas a caer bien</i></li> <li>➤ <i>Si tenés perro me vas a caer automáticamente mejor 🤪</i></li> <li>➤ <i>si cantas ganaste</i></li> <li>➤ <i>si medís más de 1.80 me sirve</i></li> <li>➤ <i>Me compras si tenés una foto de tu perrito o gatito en tu perfil 🤪</i></li> <li>➤ <i>si te gusta el watsapp, bienvenido a mi mundo seas.</i></li> <li>➤ <i>si me caes bien fumamos o tomamos vino &lt;3 🖤</i></li> <li>➤ <i>probablemente si tenemos gustos musicales parecidos me enamores 😊</i></li> <li>➤ <i>quiero más a los animales que a las personas así que mándame foto de tu mascota y te ganas mi &lt;3</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Si te gusta Harry Potter ya me caes bien</i></li> <li>➤ <i>Si te gusta The Office ya me gustas.</i></li> <li>➤ <i>Si te gusta el fernet, arrancamos bien</i></li> <li>➤ <i>Si te gusta el rock, el deporte o el fernet, háblame 🤪</i></li> <li>➤ <i>Si te gusta el café o la birra nos vamos a llevar bien</i></li> <li>➤ <i>Si tomamos un fernet me cas a caer bien</i></li> </ul>

En suma, la enunciación de los perfiles construye, a partir de diversos recursos retóricos y temáticos, una imagen de sí que tiene por finalidad provocar un efecto-*like* en un lector ideal. Esta enunciación retoma el ritual de cortejo heteronormativo tradicional en la que hay un enunciador-activo para una enunciataria-pasiva. No obstante, precisamente en la reiteración se encuentra también la posibilidad de la transgresión (Butler, 2018a; 2018b). En dicho ritual el hombre heterocis se acerca a una mujer, la llama, le hace un chiste y la invita a salir. La mujer heterocis espera, se da vuelta, se ríe, acepta o rechaza. Y si bien este ritual es reiterado en los perfiles, por momentos hay fallas y los sujetos se dan a la fuga. En ocasiones, las mujeres cishetero afirman su presencia en la plataforma (por ejemplo, *Estoy para qliar o para ver una maratón de shrek/Marvel, lo que pinte mientras sea en tu casa.:*); *Actualmente en busca de mimos, pues la facultad ya me está garchando*), hacen chistes que ridiculizan la cosificación de la mujer, el ritual del cortejo y objetivan a los hombres cishetero (por

ejemplo, *Quiero un pibe que me haga sonreír... Y que entre sonrisa y sonrisa me ponga la longaniza 😊*; *Mi pussy es gourmet*; *No como carne pero me encanta tu salame ;)*; *LA VIDA ES UNA PERRA Y YO TAMBIÉN 🐕*). Además, expulsan la masculinidad arquetípica y la cosificación y la violencia masculinas para apropiarse de la plataforma (por ejemplo, *Estoy buscando amigas así que no me mandes fotopija*). Como se señaló previamente, se puede hablar con autoridad sin tenerla (Butler, 1999; 2021). La interacción, operando desde la estructura, puede rebalsar la estructura que la contiene (Goffman, 2009). Aunque, nunca llega a ser “un imperio dentro de otro imperio” (Bourdieu, 1990).

### (III) La auto-representación de los géneros en un contexto postfeminista

Comencemos con un poco de análisis temático, o de contenido, a partir de la descripción de las escenografías discursivas construidas por los perfiles Goffman (1979; 2009).<sup>13</sup>

Primero: las fotografías del corpus en las que se realizan deportes están presentes en un diez por ciento de los perfiles de hombres cishetero, mientras que en los perfiles de mujeres cishetero el número tiende a cero. De manera similar, en Barcelona se halló que el cuarenta por ciento de los perfiles de hombres cishetero tiene una foto haciendo deportes (Rodríguez Cruz y Albertín Carbó, 2021). Los deportes, según Eduardo Archetti (2003), son uno de los lugares fundamentales en donde se performa y reafirma la identidad de género masculina, por lo que las fotografías realizando deportes en los perfiles de hombres cishetero operan como una garantía de la virilidad (Bourdieu, 2017). Podría inferirse que aquí operan los “mecanismos de exclusión” (Pujol, 2019) de las mujeres de los deportes, ya que no hay prácticamente imágenes de mujeres haciendo

---

<sup>13</sup> Ya señalé que, según Goffman, la dotación expresiva está compuesta por una fachada [*front*] y por la escenografía [*setting*]. La fachada sigue al actuante dónde vaya, la componen su edad, género, etnia, cargo, porte, pose, rasgos y expresiones faciales, dialecto y sociolecto, gestos, etc. En cambio, la escenografía se encuentra fija –en la mayoría de los casos– e “incluye el mobiliario, el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él.” (Goffman, 2009: 34). La escenografía es determinante para la performance, ya que los roles requieren de un medio determinado para ser ejecutados. Un médique puede prescribir conductas en cualquier momento, pero, para tener un efecto significativo en su auditorio, necesita de su guardapolvo u ambo, un escritorio que le distancie epistemológicamente del paciente, un recetario y una lapicera. Una lectura butleriana de la situación sería que no es médique hasta no contar con esa escenografía que le da inteligibilidad a su cuerpo y accionar. Primero ejecuta el ritual, luego se produce la creencia que en teoría lo motiva. Desde luego, el guardapolvo u ambo pueden funcionar como escenografías móviles, así como ciertas locuciones que le inscribirían en el discurso preventivo, por lo que la escenografía es de carácter discursivo.

deportes (“silenciamiento”), de lo cual se puede inferir que su asociación a la masculinidad supone una carga negativa para los cuerpos femeninos (“estigmatización”).

En sintonía con esto, prevalecen las fotografías de cuerpos trabajados, los hombres aparecen posando con gran parte del cuerpo, en particular el torso, desnudo. En estas fotografías, la pose ocupa un lugar esencial; esta tiene que permitir encuadrar los músculos sin por ello perder el vínculo con quien los porta mediante su rostro – generalmente en el límite del marco, pero presente—. Estas imágenes retoman la tradición fotográfica de las revistas de moda masculina y del fisicoculturismo. Siguiendo a Richard Dyer (2017), podemos decir que un cuerpo masculino musculoso y bronceado connota el estilo de vida del *fitness*, el imaginario cristiano de la realización mediante el dolor y sacrificio, y el ideal de una super-humanidad omnipotente. En suma, un cuerpo musculoso conlleva dominio intelectual sobre la crudeza animal de la propia carne y la de los otros hombres cishetero. Como sentencia en su *bio* el perfil de un hombre cishetero que tiene una fotografía jugando al fútbol y otra en la playa con el torso desnudo: *los tibios no hacen historia*.

Tercero: al escrutar en el corpus los perfiles de hombres y mujeres cishetero una de las principales cuestiones que me llamó la atención es que en los de ellos hay fotos con otras personas, mientras que en los de ellas no. La proporción es la misma que con las fotos haciendo deportes: uno de cada diez perfiles de hombres cishetero tiene al menos una foto con otras personas, mientras que en los de ellas este número tiende a cero, prevaleciendo las fotos individuales. En estas imágenes, los hombres posan juntos y de forma fraternal, entrelazados por sus brazos: unidad simbólico-índice de la masculinidad. De esta manera, en la escenografía discursiva de la foto grupal el hombre cishetero se construye como enunciador legítimo al mostrarse reconocido entre sus pares. Opera de fondo el principio de homosociabilidad: para afirmar su identidad, los hombres cishetero requieren de la aprobación de sus pares, quienes al certificar su virilidad le brindarán la membresía al grupo de los hombres de verdad (Kimmel, 1997; Bourdieu, 2017). Este principio es identificado y criticado activamente por usuarias mujeres cishetero en sus perfiles mediante el humor (por ejemplo, *Si sos de la masturbanda, ni lo intentes*.)

Cuarto: si bien la foto vacacional es un factor común a los perfiles de hombres y mujeres cishetero, en el corpus nos encontramos con que las fotografías en

escenografías discursivas turísticas (playa, montaña, monumento, lugares emblemáticos, ciudades extranjeras, y demás) aparecen con el doble de frecuencia en los perfiles de hombres cishetero que en los de mujeres. Frente a este fenómeno, Joaquín Linne y Paula Fernández Lopes (2019) infieren que esto se debe a una mayor posesión de capital económico. Podría objetar que saber si los hombres viajan más que las mujeres —es decir, comparar los capitales económicos que estos discursos expresarían— resultaría arduo y no nos diría nada sobre las prácticas de auto-representación, aunque sí hablaría sobre las características demográficas de les usuaries de *Tinder*, sobre la brecha salarial y la feminización de la pobreza. Lo que desde una perspectiva discursiva me interesa es por qué la masculinidad apela con mayor frecuencia a estas escenografías discursivas y a estos consumos culturales en su enunciación, y, por extensión, qué tipo de relación enunciadore-enunciatarie establece esta iconicidad. Observemos las auto-descripciones para abordar la cuestión. Mientras que en los perfiles de hombres cishetero se afirma la posesión y la oferta (por ejemplo: *Si, tengo ciudadanía europea, te la tiro.; Estoy buscando una segunda para viajar al sur (?); Piloto de avión, vamos a volar?*), en los perfiles de mujeres la posibilidad de viajar y de migrar se presenta como una demanda (por ejemplo: *Si tienen ciudadanía italiana denme like porfa sáquenme de etc etc*). De esta manera, se trata de un argumento multimodal en el que un enunciador se afirma como poseedor de riqueza material y conocedor del mundo, y se dirige a una enunciataria (auto)representada desde la pasividad, la espera y el desconocimiento. El entimema concluye con una invitación: “te puedo llevar a viajar”.

Quinto: las fotos de mujeres posando se repiten en casi todos los perfiles bajo ciertos patrones visuales: (I) *selfie* mostrando la cara de cerca, (II) foto en el espejo frontal donde el pecho adquiere protagonismo, (III) foto en el espejo sentada en el suelo con las piernas en primer plano, y (IV) foto dando tres cuartos de espaldas hacia la cámara y mirando de reojo torciendo el cuello. Estos patrones, que retoman una serie de códigos tradicionales del discurso publicitario y de la pornografía-*soft* en la representación del cuerpo femenino, aparecen tanto en perfiles de estudiantes de universidades privadas residentes en la capital como de trabajadoras de *Burger King* que residen en el conurbano bonaerense; es decir, son transversales a las clases sociales, más allá de que cada clase pueda entablar una relación diferente con ellos.

Sexto: cuando comencé la investigación había hipotetizado que los perfiles de hombres cishetero iban a referir con mayor frecuencia a su trabajo y estudios que los de

mujeres cishetero; hipótesis elaborada a partir de una observación empírica de Mirra Komarovsky en la década del cincuenta citada por Goffman (2009: 53). La hipótesis fue refutada por el corpus; lo cual no quiere decir que los estudios no tengan protagonismo en la construcción de la imagen de sí. A su vez, las referencias a la nacionalidad, las referencias a los idiomas hablados, y el uso de memes en la construcción del perfil se encuentran igualmente distribuidos.

Tales son los patrones visuales que rigen la auto-representación del género en *Tinder* en los perfiles de hombres y de mujeres cisheterosexuales de 18 a 25 años. Lo señalado muestra cómo las prácticas de auto-representación del género en *Tinder* reproducen estereotipos. En consecuencia, puedo afirmar que dichos estereotipos están arraigados en los sujetos y cumplen un rol performativo a lo largo del ritual de cortejo heteronormativo. Esto último en dos sentidos: le sujeto adquiere inteligibilidad como hombre o mujer al citar estas normas discursivas y, justamente, plegarse a estas normas le permiten a le sujeto realizar el ritual y lograr felizmente el efecto-*like*.

Habiendo dicho esto, me interesa detenerme en aspectos de índole enunciativa que permiten dar cuenta de las tensiones que se dan entre estos patrones tradicionales y los discursos feministas en las prácticas de auto-representación en un contexto de masificación de los feminismos. En los últimos años se ha producido una masificación de discursos feministas; esto ha traído aparejados cambios en las subjetividades, ha alterado los umbrales sensoriales de inteligibilidad de los cuerpos (Ranciére, 2007) trastocando las restricciones de lo socialmente verosímil (Metz, 1972). No obstante, esto no implica que las normas tradicionales hayan desaparecido. Por el contrario, sobreviven, generando tensiones en una situación de convivencia.

Desde el campo anglosajón de los *Feminsit Media Studies* se ha elaborado el concepto de “cultura mediática postfeminista” para describir este nuevo momento que se habría inaugurado en la década de los noventa en el norte global, una vez finalizada la segunda ola del feminismo. El debate sobre las características y los límites del concepto es amplio, pero hace más de una década se ha impuesto la versión de Rosalind Gill (2007; 2016; 2017; Gill, Banet-Waiser y Rottenberg, 2020). Influenciada por Foucault, Hall, de Lauretis y Butler, Rosalind Gill utiliza el concepto para describir, principalmente, dos fenómenos: la producción de una nueva subjetividad femenina

ligada a una nueva “sensibilidad” cultural y el entrelazamiento de los discursos feministas con los tradicionales en los medios de comunicación.<sup>14</sup>

Si bien deben realizarse varias consideraciones antes de incorporar el concepto al análisis de la coyuntura latinoamericana, este tiene una finalidad heurística en tanto permite describir la convivencia de discursos tradicionales con discursos feministas, tanto a nivel macro (las instituciones y políticas públicas), meso (los discursos mediáticos), y micro (el plano de la subjetividad). Ahora bien, nótese que el concepto se suele utilizar a nivel teórico como empírico para describir cuestiones vinculadas a las subjetividades feminizadas, cuando claramente se trata de un fenómeno más amplio que abarca el género en general y los discursos mediáticos y, por extensión, también interpela a los cuerpos masculinizados. En esta dirección ahondaron Daniel Jones y Rafael Blanco (2021), los sujetos masculinos pueden reaccionar de diferentes maneras a

---

<sup>14</sup> Vale la pena detenerse en ciertas aclaraciones sobre el concepto “postfeminismo”. En primer lugar, cuál es la relación entre postfeminismo y neoliberalismo. En segundo lugar, qué significa el prefijo “post-”. Y, en tercer lugar, una cuestión fundamental: hasta qué punto es aplicable a una sociedad Latinoamericana un concepto formulado por y para Estados Unidos y Reino Unido.

El postfeminismo no es un tipo de feminismo, a diferencia del feminismo neoliberal. Aunque, la relación entre neoliberalismo como forma de gobierno y postfeminismo es compleja ya que están “íntimamente conectados” (Gill, 2016). Gill (2007) señala tres puntos en común. Ambos hacen hincapié en la individualidad como eje de lo social, es más, borran lo social. Ambos se anclan en una subjetividad activa que elige libremente. Por último, las mujeres son llamadas a regularse y disciplinarse a sí mismas en el postfeminismo, por lo que Gill arriesga “¿podría ser que el neoliberalismo siempre-ya [*always already*] esté generizado y que las mujeres sean construidas como el ideal?” (Gill, 2007).

En otro orden de cosas, el prefijo “post-” en “postfeminismo” es problemático. En la obra de Paul B. Preciado, por ejemplo, se lo puede encontrar en la descripción de un quiebre epistemológico dentro del feminismo producido por la teoría *queer*. Rosalind Gill le da un uso completamente diferente y realiza un desplazamiento analítico paralelo al que Stuart Hall (2008) plantea en relación al “post-” de “postcolonialismo”. El prefijo vendría a indicar una doble ruptura: epistémica y cronológica.

Por un lado, el binarismo opresor/oprimida con el que el feminismo liberal habría planteado el análisis de las estructuras sociales se vendría a dispersar y multiplicar de la misma manera que las fronteras colonizadora/colonizada y centro/periferia perdieron claridad en un proceso de diseminación y multiplicación bajo las nuevas configuraciones del capitalismo global y neoliberal. Por otro lado, tras la segunda ola el feminismo liberal habría conquistado ciertas leyes y cierta circulación mediática que habría generado la creencia de que la igualdad ya ha sido alcanzada. Esto evidencia que el término acarrea eurocentrismo y teleologismo. Sin embargo, a partir de su trabajo de campo en Nigeria, Simidele Dosekun (2015) argumentó que a pesar de que su país no había pasado por las mismas “olas” que el Norte, el discurso postfeminista permea en las mujeres cisheterosexuales de clases altas en Nigeria. Según Dosekun (2015), entonces, el postfeminismo es una cultura que circula transnacionalmente e interpela sujetos a lo largo del globo. No obstante, no se trata meramente de la repetición o imitación de un fenómeno originario del norte occidental, tampoco es un producto que el norte exportaría unilateralmente a causa de la globalización cultural. El postfeminismo está a la venta transnacionalmente, pero son los sujetos de ciertas clases sociales quienes más lo consumen. De esta manera, el fenómeno no solo se vincula al neoliberalismo sino que debe ser analizado en relación con la clase. Será tarea de la investigación empírica identificar cómo, en cada situación y momento, la sensibilidad postfeminista es “localizada” e incorporada por los sujetos.

En suma, no es necesario haber pasado por una historia feminista para consumir productos postfeministas producidos en el Norte global, aún más, para una parte de la generación joven que invadió las calles con la marea verde el postfeminismo precedió al feminismo, con esto quiero decir que para algunas mujeres el primero sentó tierra fértil para la masificación del segundo.

la interpelación de los discursos feministas. El espectro de reacciones posibles va desde la autocrítica y el intento de “despatriarcalización” hasta el “backlash”<sup>15</sup> pasando por el “acompañamiento silencioso” y la “impostura”. No obstante, según los autores, una de las primeras reacciones –y de las más frecuentes– es el “desconcierto” y la “vergüenza”.

A continuación, me detendré en cómo se manifiestan estas tensiones en la auto-representación a partir de los perfiles de jóvenes hombres y mujeres cishetero del AMBA.

### *Postfeminidad en Tinder*

Gill (2007; 2016; 2017) suele asignarle siete características al postfeminismo; en lo que aquí nos convoca, resulta pertinente solamente llevar la atención hacia algunas: la construcción de la feminidad como una corporalidad bella que elige seguir los estándares de belleza y que a partir de estos se empodera. Para la visión postfeminista, tras las conquistas de los feminismos, las mujeres pueden tenerlo todo, solo necesitan determinación y elegir bien, ninguna desigualdad estructural las detiene. Así, aparecen dos figuras centrales en la cultura mediática postfeminista: la chica empoderada que todo lo puede [*can-do girl*] y la chica siempre lista para el sexo (heterosexual) [*always up for it*]. En cierta medida, estas dos figuras se vinculan con la adopción de la matriz erótico-afectiva lúdica por parte de cuerpos feminizados: la belleza es vista como un juego al mismo tiempo que el sexo toma un lugar central como práctica de consumo y relega a segundo plano las características que asumía lo afectivo en la matriz romántica.

La convivencia de estos discursos con normas más tradicionales de la feminidad genera que las mujeres cisheterosexuales se encuentran doblemente atenazadas. Al auto-representarse, se encuentran sometidas a continuas presiones cruzadas, “tiras y aflojes”: deben mostrarse sexuales, pero no demasiado, puesto que si no perderían estatus y serían insultadas; deben mostrarse con confianza y seguridad, pero no en demasía, puesto que no sería muy femenino de su parte; deben mostrarse vulnerables, pero no

---

<sup>15</sup> Según Michael Kimmel (2017), las crisis económicas generadas por el neoliberalismo han llevado a muchos hombres cishetero a los márgenes de la sociedad vedándoles el acceso al *American Dream*. Esto se traduce en una pérdida de identidad para ellos y, en consecuencia, ansiedad. En los últimos años, con la masificación de los feminismos, la ansiedad vendría a mutar hacia una sensación de enojo y una reacción contra este movimiento social [*backlash*]. Se construye así un contra discurso que permea todas las clases sociales en el que los hombres cishetero son víctimas del feminismo, por lo que se enarbolan a viva voz posiciones misóginas, racistas y homofóbicas. Considero que a pesar de que estos contradiscursos no suelen aparecer explícitamente en las plataformas de citas –los hombres cishetero buscan provocar *likes* de una lectora ideal y la discursividad política no es lo prevaleciente–, afectan las prácticas de auto-representación y explican cierto retorno a la masculinidad tradicional.

demasiado, puesto que eso sería patológico (Dobson, 2015; Milestone y Meyer, 2022). En las entrevistas, esto apareció bajo la oposición *tranqui/hot* (véase el Capítulo 2 y “5. Sistemas clasificatorios” en Anexo). No dar con el punto justo puede implicar ser condenada moralmente, humillada y etiquetada (Ringrose, 2016). Las mujeres cishetero negocian estas presiones de diferentes formas para sobrellevar su vida en una sociedad postfeminista y neoliberal. Veamos un ejemplo extraído de las entrevistas que realizamos a usuaries en el “Capítulo 3”. Daniela (#01), una usuaria mujer cis de clase media-alta y 22 años, expresó cómo vive y maneja estas presiones (nótese el lugar que ocupa el discurso feminista en su locución):

**¿Hay algo que vos no quisieras mostrar en tu perfil? ¿una imagen que no querías dar, por ejemplo?** ... .. A ver ... Yo siempre sentí que si subía, por ejemplo, demasiadas fotos mostrando mi cuerpo, demasiadas fotos en bikini (qué es “demasiadas” igual, cada uno puede hacer lo que quiera, suena mal estar diciendo esto, pero), me daba la impresión de que un hombre promedio iba a entender que yo solamente tenía un interés sexual, digamos interés solamente en un encuentro sexual, y no era así, entonces, nada. Sí, una foto en espejo y bikini puede ser. Pero, también dar a entender que mi único interés no es tener un encuentro sexual. (...) Procuraba no subir fotos en las que parezca intencionalmente que lo único que quería mostrar es mi cuerpo, porque me da una sensación de superficialidad a mí que no me gusta. Priorizo subir fotos en las que la estaba pasando bien y o son buenas fotos o con un fondo copado para subir una foto en la que salga bien mi cuerpo. (#M01).

Otra manera de habitar la tensión suscitada por estas presiones cruzadas es abandonar la partida, *à la Fierro*. En palabras de Julia (#3), una entrevistada mujer cishetero de clase media-alta y 25 años:

**¿Tu perfil es el mismo en *Tinder*, *OkCupid* y cuando tuviste *Badoo* o va cambiando en cada app?** (...) Para *Tinder* por hay lo dejé armado de una manera como más... o sea, con una identidad, una imagen mía que sabía que podía llegar a funcionar mejor más por si necesitaba algo de *Tinder* [la voz se agudiza y se sonroja]. Y después, en *OkCupid*, tratando de formar una identidad más propia. (...) [En *Tinder* lo armaba de manera] más careta (...) quizás, hay cosas como de cierto perfil por hay más artístico que te las guardas porque sabés que no la van a comprender digamos, la mayoría. No sé, siento que una vez me hubieran juzgado, no sé. **¿Qué es eso que dejás de lado y cómo lo juzgarían?** (...) [Mi lado más andrógino porque] es más binario en *Tinder* lo que se espera, o cierto estereotipo de mujer. **¿Cómo describirías ese estereotipo?** Uy... ehh... ay, quiero llorar [risas]... eh... uf... es un tema muy complicado, claro, es horrible... Y sí [se lleva la mano a la frente y la comienza a frotar tapándose la cara mientras habla], y claro, sin darte cuenta, creo que terminas cediendo un poco a eso, al sistema, o sea, claro, una forma de pelear contra eso era no tenerlo. (...) [Hoy] dejé de tener la aplicación.

Además de las tensiones señaladas, estos dos fragmentos muestran que la auto-representación es una práctica condicionada por sistemas clasificatorios y que les

usuaries reflexionan sobre sus propias prácticas en relación con estos. Conocen las reglas del juego, las han internalizado.

Regresemos a los perfiles: en sus descripciones también se hallan estas tensiones.

Mujeres cis heterosexuales
<p>➤ <i>Emprendedora, social, amo a mi perro y el gimnasio. No tolero a la gente que se queja por todo y no hace nada de su vida. Me encanta manejar y aprender cosas nuevas siempre.</i> <i>Hago tremendo asado y los domingos me la paso en el autodromo.</i></p> <p>➤ <i>Soy adicta al skincare, amo viajar y comprar</i></p> <p>➤ <i>Estudiante de arquitectura</i> 📐 📏 <i>Me gusta mucho escuchar música, dibujar, cocinar, a veces toco el piano</i></p> <p>➤ <i>Me gusta tratarme como una obra de arte en ig: @XXXXXXX</i> <i>Lo más importante q tenés que saber:</i> <i>Amo ser libre y mostrarme como lo que soy: una mujer con virtudes y defectos.</i> <i>Me apasionan 3 cosas:</i> <i>- Sacarme fotos, y que me vean</i> <i>- El autocultivo para sanar</i> 🍀 🍀 <i>- Las ventas y la atención al cliente</i> <i>No puedo vivir sin música, los auris son una extensión de mí ser.</i> <i>Amo a los 🐶, y me traten como una reina.</i> <i>La última foto me representa 100%, y me parece un plan superior. [en la foto, se la ve con una mesa en un patio en la que hay abundante comida]</i></p> <p>➤ <i>Estudio</i> <i>Trabajo</i> <i>Me encanta bailar y hacer ejercicio</i> <i>Vivo sola</i></p> <p>➤ <i>Estudio medicina, trabajo en una oficina y soy docente ad honorem en la facultad.</i></p> <p><i>Amo los gatos, las papas con cheddar, viajar y el techno</i> 😊 <i>Tengo 3 tatuajes y mido 1,71 cm</i></p> <p>➤ <i>De Aries. Me gusta el mar, el cielo, viajar, aprender cosas nuevas, el conocimiento, el arte, la música y la naturaleza</i> <i>Soy docente</i> 🙌</p> <p>➤ <i>Estudiante de turismo, modelo y manicursita profesional!</i> ❤️</p> <p>➤ <i>Estudio arquitectura, soy makeup artista y de vez en cuando te canto algo.</i> <i>Hago alto café así que cuando quieras me hablas y te bato uno</i> 😊</p> <p>➤ <i>@XXXXX</i> 🇷🇺 <i>Siempre planeando el próximo viaje. Soy guía de turismo y hablo 5 idiomas [banderas: Argentina, Brasil, Francia, Estados Unidos, Italia]</i> <i>Este año empecé a estudiar otros dos [banderas: Alemania, Sur Corea]</i> <i>Me encanta cocinar, bailar y reírme.</i> <i>Kitesurf, natación, telas, pole, handball</i> 🏊</p> <p><i>Le saco un millón de fotos a mi perro y siempre sale posando</i> 🍪 🍻</p> <p>➤ <i>Tec en producción digital</i> 🖥️ <i>Futura programadora</i> 💻 <i>BDSM femdom</i> 🔥 <i>Charlas nerd</i> 🤓</p>

Estas biografías conviven con las fotografías previamente señaladas en los perfiles y están acompañadas por intereses como “entrenar”, “moda” o “emprender”. El consumo tiene un lugar central en estos discursos y la belleza se presenta como una elección. A su vez, sus intereses, consumos y especialidades están vinculados al cuerpo, eje de la feminidad y fuente de su poder en el discurso postfeminista. En suma, estas prácticas de auto-representación construyen una imagen de sí centrada en la actividad: la enunciadora lo puede todo –no hay límite estructural que la detenga– y está decidida a alcanzarlo todo, en todos los terrenos, desde lo económico y profesional hasta en el amor y en lo sexual. Algunos de los estereotipos a partir de los cuales se construye esta imagen de sí son los de la chica “*fit n healthy*”, la “*business woman*”, la “*fashion girl*”, la “chica aplicada”, la “aventurera” y la “emprendedora”. Todas son mujeres cishetero que están decididas y “van para adelante”.

Como hemos dicho, las presiones son muchas y, por extensión, las posibilidades de no “dar con la talla” también. Así, en algunos casos aparece otra imagen de sí en los perfiles, aquella de las mujeres cishetero que no hacen tantas cosas, que no reivindican *expertise* alguna, que se afirman malas en lo que hacen. Frente a tantas presiones por ser exitosa y decidida, partir desde la incapacidad y la duda puede ser aliviador, una forma de sobrellevar la vida propia en una sociedad postfeminista y neoliberal. Fallar puede dar paso a vivir de otra manera, puede ser una forma de resistencia (Halberstam, 2011).

#### Mujeres cis heterosexuales

- *No tengo sin filtro pq soy fea*
- *I'm dumb as shit, me olvidé de como andar en bici 🤪*
- *De escorpio pero no entiendo un carajo de signos*
- *Estudio economía, no sé sacarme fotos jaja*
- *Soy muy mala empezando una conversación, sepan disculpar*
- *Estudio veterinaria, pero no me preguntes cómo me va*
- *Si hicimos match háblame, porque me da vergüenza empezar la conversación.*
- *Estoy en programación pero no se nada jajan't*
- *Todo lo que buscas pero en gorda 🤪👍*

Estos enunciados también podrían ser leídos como una reivindicación del estereotipo de la mujer tonta y vulnerable. Ahora bien, en este mismo retorno se da una reivindicación del estereotipo y, en consecuencia, una suerte de empoderamiento lúdico

mediante el mismo. La paradoja constitutiva de la dominación simbólica, según Bourdieu (2007b), es que la sumisión puede ser liberadora.

### *Postmasculinidad en Tinder*

La representación de la masculinidad también ha sufrido cambios bajo la cultura mediática posfeminista. En su recuento de los estudios de masculinidad, Milestone y Meyer (2021) identifican cuatro configuraciones histórico-discursivas que se desplegaron a lo largo del siglo XX y que coexisten en tensión y de forma solapada. Hasta los ochenta la masculinidad “arquetípica” parecía ser el único modelo, en ese momento apareció la “humanista”, que rechaza el sexismo y es emocionalmente empática. En los noventa, con el esplendor de la sociedad de consumo, surge la masculinidad “narcisista” en un momento en el que se empezaron a sexualizar los cuerpos masculinos en los medios de comunicación (Nixon, 1996). A su vez, a partir de los noventa y principios de los dos mil, comenzaron a emerger discursos propios de una masculinidad “furiosa” que enarbola a viva voz posiciones misóginas, racistas y homofóbicas, reclamando aquello que cree que le pertenece por derecho.

En los últimos años, uno de los principales terrenos de la representación de la masculinidad ha sido la ficción seriada. Producciones como *Breaking Bad*, *24*, *Dexter*, *Homeland*, *Peaky Blinders* o *Game of Thrones*, Milestone y Meyer (2021) observan una “complejización” de los protagonistas masculinos, que ahora deben afrontar una serie de presiones laborales, familiares y emocionales. Aunque, también señalan el resurgimiento de la figura del héroe arquetípico que se sacrifica por el bien general (familia, nación, etcétera). De esta manera, en dichas series se observa una tensión entre lo emocional y lo tradicional.

En la misma dirección, Jones y Blanco (2021) señalan que en los últimos años se ha dado un “giro emocionalista” en las representaciones de la masculinidad que reivindica la expresión de afectos entre hombres, el amor filial, los vínculos horizontales con animales de compañía y el respeto hacia las mujeres. Esta mal llamada “nueva masculinidad”, según Jokin Azpiazu Carballo (2017), vendría a ser el norte actual de los valores considerados aceptables y deseables; sin embargo, no es novedosa –la representación afectiva y estética de la masculinidad se remonta a los ochenta– y sigue manteniendo valores heteropatriarcales como la competitividad, el protagonismo y la dominación. A su vez, un binario tradicional en las representaciones de la masculinidad

en la cultura popular es aquél que diferencia entre hombres cishetero “buenos” y “malos”, siendo tarea de las mujeres cishetero aprender a distinguirlos para encontrar el amor ideal (McRobbie, 2000; Firminger, 2006). A partir lo analizado en el primer capítulo puedo decir que, en este binomio, serían “buenos” aquellos que se relacionan bajo las reglas de la matriz erótico-afectiva romántica, expresan sus emociones y “respetan a las mujeres”, mientras que los “malos” harían uso de las mujeres y las cosificarían desde la matriz lúdica. Esta distinción entre *Mr. Right* y Don Juan tiene claras resonancias en los sistemas clasificatorios que representé anteriormente mediante dos nubes de palabras.

Previamente, había descripto representaciones más tradicionales de la masculinidad en el corpus; los patrones comentados al principio del apartado conviven (a veces en el mismo perfil) con estas tramas de sentido en las que la masculinidad adquiere sensibilidad afectiva y se corre del estereotipo del hombre tradicional proveedor.

Hombres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Soltero. Busco alguien con quién conversar y salir en las tardes, laburo todas las mañanas (...) el de la foto no es mi hijo, es mi hermanito</i></li> <li>➤ <i>Busco una relación estable, algo del momento no me va. Soy de tauro, me gusta cocinar!! Quiero estudiar gastronomía, laburo todos los días, no te voy a romper las bolas y nada eso (?)</i></li> <li>➤ <i>Me puedes hablar de cualquier cosa que de alguna forma te saco charla o al menos esa es mi intención, lo unico de lo que se un poco son de autos, ahi ya se me defender si pinta como tema de conversación</i></li> <li>➤ <i>soy tranquilo, hago un poco de musica y busco personas que les guste relajarse, charlar y pasarla bien</i></li> <li>➤ <i>Me gusta tocar la guitarra, ir al cine y salir a bicicletear. Hablo mayormente de boludeces 😊 (De igual manera me gusta charlar de todo)</i></li> <li>➤ <i>En la última foto pueden apreciar la belleza de una de mis hijas [en la imagen se observan dos gatas]</i></li> </ul>

Ahora bien, también hay otros sentidos que al escapar a las tramas de la masculinidad tradicional critican sus mandatos y explicitan el fracaso del modelo mediante el estereotipo del antihéroe.

Hombres cis heterosexuales
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>mi cara es un 4, mi personalidad es un 6 así que técnicamente soy un 10</i></li> <li>➤ <i>Si te parezco facha preparate para la decepción :)</i></li> <li>➤ <i>You like bad boys? Well I'm bad at everything 😏</i></li> </ul>

- *Soy de virgo y un virgo bue*
  - *Nno soy flaco ni estoy trabado pero soy buena onda*
  - *Disculpen que no tengo todas fotos de viajes como ustedes.*
  - *Elegante, seductor, fachero, carismático, exitoso, adinerado...*
- Así es Brad Pitt, yo soy Joaco 😊*

Además del uso tradicional del humor en el ritual del cortejo, en los perfiles de *Tinder* de hombres cishetero también se encuentra este humor particular en el que el enunciador se descalifica a sí mismo. Se trata del estereotipo del antihéroe, aquel que falla en la proeza pero que hace de su fracaso un motivo de risa y permite empatizar con él. La aparición de este estereotipo en los perfiles de hombres cishetero tiene dos connotaciones: por un lado, obedece a un ritual del cortejo heteronormativo en el que el hombre cishetero hace reír a la mujer cishetero, por otro lado, en su autoflagelación, los perfiles dan cuenta de cierta incomodidad generada por los mandatos del ideal de masculinidad tradicional. Es decir, critica las expectativas al mismo tiempo que cumple su rol.

En conclusión, he señalado la subsistencia de representaciones tradicionales de la masculinidad y la feminidad que conviven con nuevas tramas de sentido que ponen en jaque a las previas y acarrear otras formas de dominación difíciles de percibir bajo esquemas binarios tradicionales que ubican de un lado la resistencia-actividad y del otro la vulnerabilidad-pasividad. En los perfiles de *Tinder* de hombres y mujeres cisheterosexuales se puede atestiguar la ambigüedad, en ocasiones incluso dentro de un mismo perfil.

Ahora bien, tal como señala Gill (2007; 2016), hay algo que permanece incuestionable en las representaciones mediáticas posfeministas: la heteronormatividad. A este respecto, resulta llamativo que en un contexto en el que circulan masivamente discursos críticos de la monogamia estas críticas hayan sido asimiladas por sujetos heterosexuales sin poner en cuestión la heteronormatividad (Palumbo y Marentes, 2021; Sessano Jiménez, 2022). Así, por ejemplo, las relaciones no monogámicas son practicadas por personas cisheterosexuales bajo una matriz lúdica: en *Tinder* abundan los perfiles de parejas cis conformadas por un hombre heterosexual y una mujer bisexual en búsqueda exclusiva de una mujer bisexual para hacer un trío; el fenómeno es tan frecuente que emergió la categoría nativa “buscar un unicornio”.

## Implicancias

De toda la tesina este fue el capítulo más difícil de escribir y el que más veces tuve que repensar debido a la cantidad de obstáculos epistemológicos que tuve que sortear para realizar un análisis sensato que no cayera en el aplicacionismo. Mi objetivo era romper con los binarismos (vulnerable/resistente, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas) en los que se asienta el sentido común académico (punitivo y etnocéntrico) sobre la auto-representación. Para ello realicé dos desplazamientos paralelos. Primero, uno cultural: concebí la auto-representación como una práctica y la positivicé; luego, uno discursivo: inserté esta práctica en un proceso productivo.

Gracias a estos dos desplazamientos evidencié que la auto-representación no es una práctica etérea, sino que se encuentra sobredeterminada de forma histórica y situada. En el caso de las plataformas de citas, su finalidad es producir un efecto-*like* en una audiencia ideal que el mismo discurso construye. Las prácticas también se encuentran atravesadas por tramas de sentido que remiten a matrices relacionales erótico-afectivas históricas y por rituales que estructuran la interacción. Además, hay toda una serie de sistemas clasificatorios en lo que respecta al género y la sexualidad propios del grupo etario denominado “juventud” y de valores ligados a las plataformas de citas que guían las prácticas y cuyo conocimiento les permite a les usuaries desenvolverse exitosamente.

En cuanto a la representación de los géneros, tanto han escrito los (trans)feminismos sobre el tema que es difícil realizar un aporte que supere la mera bibliografía ilustrada. El desafío en el contexto actual, entonces, estaría en dar cuenta de los cambios y las continuidades que se han producido tras la masificación de los feminismos. Al respecto, el análisis previamente expuesto me permite rastrear dos tendencias.

Por un lado, encuentro un ritual de cortejo heteronormativo presente en los perfiles de les usuaries cisheterosexuales y patrones visuales que dan cuenta de una internalización de las relaciones de poder y estructuras opresivas en relación con la permanencia de patrones tradicionales del siglo XX en la representación de la masculinidad y la feminidad, las oposiciones *tranqui/hot* y buenos/malos, las estructuras

retóricas de interacción, la nueva figura de la mujer que todo lo puede y es sexualmente activa, el hecho de que la heterosexualidad permanezca incuestionable, entre otras cosas, me permiten afirmar una continuidad de las estructuras opresivas tradicionales a pesar de la masificación de los feminismos. (De allí que sea difícil decir algo nuevo.)

Por otro lado, encuentro en algunos perfiles críticas y cuestionamientos a estas tramas de sentido tradicionales al mismo tiempo que nuevas tendencias en la representación de los géneros. Aquellas ocasiones en las que se construye acción desde un lugar de enunciación pasivo, en las que el estereotipo del antihéroe vehiculiza un rechazo a la masculinidad tradicional, en las que se resiste a las presiones cruzadas generadas por la clasificación binaria *tranqui/hot*, en las que se reivindica el estereotipo de la chica tonta y débil, en las que se asocia la masculinidad a la sensibilidad y lo afectivo, me permiten afirmar que las múltiples interpelaciones de los feminismos han producido cambios en el plano subjetivo. Estos desvíos serían, entonces, expresiones de cierta incomodidad con el lugar que las estructuras les asignan a los sujetos.

A partir de estas dos observaciones puedo construir una hipótesis sencilla, quizás obvia, que exploraré en el próximo capítulo: las subjetividades cambiaron más rápido que el orden de la interacción, lo cual produce un profundo malestar al mismo tiempo que un desentendimiento a la hora de vincularse. El orden de la interacción, estructurado heteronormativamente, se convierte así en un obstáculo a derribar para lograr la transformación social transfeminista. (Por esto tenemos que seguir investigando.)

## SEGUNDA PARTE:

# ANÁLISIS EN RECONOCIMIENTO

*Nuestra tarea es desarrollar un análisis integrado y práctico basado en el hecho de que los mayores sistemas de opresión están entrelazados [interlock]. La síntesis de esos sistemas crea las condiciones de nuestras vidas.*

Colectiva Rio Combahee, “Colectiva Rio Combahee Statement” (1977)

*La recepción era un proyecto. Criticando la noción de pasividad de la audiencia, nuestro estudio se inscribía en torno a cómo los sectores populares, hombres y mujeres, resistían y creaban alternativas políticas y culturales en el marco de un proceso de transformación radical.*

Michèle Mattelart, “Género, comunicación e investigación desarrollada por mujeres” (2014)

## **CAPÍTULO 3**

### **Consumo interseccional de aplicaciones de citas Género, sexualidad y clase en jóvenes cisheterosexuales del AMBA**

El presente capítulo tiene por objetivo reconstruir las gramáticas de reconocimiento interseccionales que rigen el consumo de jóvenes (18 a 25 años) cisheterosexuales usuaries de plataformas de citas residentes del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) en términos de género, sexualidad y clase a partir de veintidós entrevistas semiestructuradas efectuadas a esta población. Apoyándome en los resultados de los análisis discursivos llevados a cabo en los dos capítulos previos realizo un giro etnográfico y pongo el foco en la instancia de consumo: me propongo indagar sobre las prácticas de consumo de les usuaries, vinculando estas a sus experiencias vividas interseccionalmente.

Comenzaré el recorrido dando cuenta del marco teórico-metodológico: una serie de teorías, enfoques y métodos de los que me apropio desde el campo de Comunicación y Género. Luego, describiré detalladamente todo el proceder metodológico: cómo accedí a les informantes, qué preguntas les hice y cómo les clasifiqué. El capítulo presenta el análisis a partir de tres ejes: la decodificación, la interacción y la ambigüedad de la opresión y la resistencia. En torno al primero, hallé una estratificación de las plataformas de citas que refuerza la homogamia de clase produciendo una plataformización del espacio social. En cuanto al orden de la interacción, encontré que conforma una estructura que impide el cambio social transfeminista al obstaculizar la experimentación sexual y provocar malestar en les sujetes que intentan huir de los roles de género tradicionales. En el tercer apartado analítico interpreté las experiencias vividas de dos mujeres cisheterosexuales de sectores populares en *Badoo*, intentando reconstruir sus puntos de vista y estrategias-tácticas. En cada instancia busqué entender la cuestión en toda su complejidad y escapar de cualquier análisis lineal y binario. El artículo finaliza con algunas consideraciones que se desprenden de lo analizado y que están lejos de pretender conclusión.

## Marco teórico

Las primeras teorías de la comunicación, tanto el funcionalismo norteamericano como la escuela de Frankfurt, cayeron recurrentemente en una noción lineal del proceso comunicacional. La audiencia ocuparía un lugar pasivo frente a un producto mediático monolítico y omnipotente que la manipularía. En sintonía, el cuerpo –y con él sus placeres y deseos– fue considerado externo al proceso comunicacional y dejado a un lado por la primera semiología: la subjetividad y la experiencia no eran dignas de atención científica. Estas perspectivas impregnaron las primeras investigaciones feministas sobre los medios de comunicación durante la década de los setentas. Betty Friedan, Germaine Greer, Gaye Tuchman, entre otras, consideraron que las audiencias eran manipuladas por representaciones sexistas estereotipadas que mostraban a las mujeres como inferiores a los hombres, socializándolas en roles de género. A su vez, los productos mediáticos consumidos típicamente por mujeres (telenovelas, música y novelas románticas, revistas femeninas, literatura erótica, etcétera) fueron y son sistemáticamente menospreciados y considerados ideología patriarcal, por lo que, incluso en el caso de considerar digno investigar sobre ellos, el placer de la audiencia era dejado a un lado y se procedía a la crítica textual.

Estas primeras investigaciones son criticadas hoy en día desde el campo de Comunicación y Género por reposar sobre una serie de supuestos epistemológicos erróneos: (I) asumir que la representación es un “reflejo” de la realidad; (II) ignorar la polisemia del texto y tener una concepción “pasiva” de la recepción que no permite dar cuenta ni del placer ni del deseo; y, en sintonía con el determinismo mediático señalado, (III) llevar adelante un “textualismo” que deja a un lado las estructuras socioeconómicas y las relaciones de poder; (IV) asumir que le autore ejerce “soberanía” sobre lo que dice como si se tratara de una fuente de sentido, de allí la idea de que de haber más mujeres y diversidades trabajando en los medios el contenido sería más inclusivo; (V) anclarse en una concepción esencialista del género, de allí la idea subyacente al punto anterior de que una mujer producirá contenido feminista (*cf.* van Zoonen, 1996; Hollows, 2000; Laudano, 2010; Dobson, 2015; Justo von Lurzer y Spataro, 2015; Justo von Lurzer, 2019). A ello se le suman una serie de binarismos (vulnerable/resistente, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas) que articulan el análisis a partir de un axioma: la cultura de masas es perjudicial para las

mujeres. Lo llamativo es que, a pesar de las críticas, estas visiones siguen alimentando ciertos lugares comunes en los feminismos y en ocasiones fundamentan la legislación estatal (Justo von Lurzer, 2015).

En lo que sigue, intentaré construir un marco teórico-metodológico que me permita acercarme a las experiencias de les usuaries sin caer en posturas punitivas y etnocéntricas ni en binarismos que conocen las conclusiones antes de empezar la investigación. En este camino defenderé tres tesis que rompen con algunas oposiciones tradicionales del campo de la Comunicación. Primera: la lectura es activa. Segunda: todo consumo está generizado y es generizante. Tercera: el consumo se encuentra signado por el desfase entre la realidad vivida y los modos de vivirla.

### *Lectura activa*

En Latinoamérica, a fines de los sesenta y comienzos de los setenta, al calor del debate entre las revistas *Lenguajes y Comunicación* y *Cultura*, se consolida la hipótesis de la lectura activa en el naciente campo de Comunicación (Grimson y Varela, 1999). Recuperemos estos desarrollos.

Por un lado, ciertos semiólogos, a partir de Charles Sanders Peirce (1978), sostuvieron que toda instancia de consumo es también una instancia de producción: “leer es hacer” (Verón, 2004). Así, según Eliseo Verón (1993), la comunicación no es un proceso lineal: hay una diferencia constitutiva entre las condiciones sociales de producción de un discurso y sus condiciones sociales de reconocimiento. Si bien un texto es producido de una vez y para siempre –por lo que tiene una sola gramática de producción–, las condiciones sociales en las que es consumido varían interseccionalmente en cada situación y en cada momento histórico –por lo que hay múltiples gramáticas de reconocimiento–.

Por otro lado, les analistas culturales, mediante trabajos de campo de corte etnográfico, dieron cuenta de cómo los sectores populares en su lectura del texto mediático producen nuevos sentidos a partir de su experiencia vital concreta y situada, sentidos no necesariamente contenidos en el texto original producido por la cultura dominante (cf. Mattelart y Piccini, 1974). Dirá Aníbal Ford (1994) que lo popular lleva consigo un “modo de conocer”. De esta manera no entenderé aquí la opresión como una pesada carga, sino que en línea con bell hooks (2015) y María Lugones (2021) me

aproximaré a los márgenes como lugares de productividad, (re)conocimiento, placer, deseo, resistencia y lucha.

Jesús Martín-Barbero (1983) buscó sintetizar los aportes de las teorías del discurso y de los estudios culturales en torno a la lectura activa en una línea de investigación: “los usos populares de lo masivo”. Esta línea se inspira en Michel de Certeau (1996), quien había indagado en las formas en que los sujetos se apropian de productos culturales ajenos. No obstante, el modelo de de Certeau (1996), o, mejor dicho, los usos que se han hecho de él, han recibido críticas por centrarse en los desvíos de los subalternes y dejar a un lado las estructuras en las que estas se inscriben (*cf.* Sarlo, 1992; 2001). En este sentido, considero que la actividad de los usuarios se da en el marco ideológico que la plataforma ofrece y se encuentra atravesada por sus experiencias vividas en términos interseccionales. En otras palabras, “se hace lo que se puede con lo que se tiene” (Sarlo, 1992), “se teje con lo que hay” (Lugones, 2021).

En paralelo, por los mismos años, los estudios culturales británicos (Fiske, 1987; Morley, 1993; Hall, 1994) llegaban a conclusiones similares al establecer una distinción entre la instancia de codificación ideológica de un texto mediático y su decodificación llevada adelante por los consumidores. Dado que todo texto es polisémico, cada usuario puede leerlo de diferentes maneras –preferente, negociada u oposicional– según el ambiente en el que lo reciba y la interseccionalidad que le constituya. Al respecto, Stuart Hall (1994) insistió en que las desigualdades y diferencias, sobre todo las de clase, resultan un condicionante primordial de las lecturas que llevan adelante los sujetos de los medios masivos; tesis que Adrienne Shaw (2017) retoma y actualiza para el análisis de las plataformas digitales. El consumo está enclasadado (Bourdieu, 1979).

En conclusión, la hipótesis de la lectura activa tuvo en su momento de concepción una fuerte carga política que pervive hasta hoy: afirmar el rol activo y creador de los subalternes supone afirmar que el pueblo no es idiota y, por extensión, que no puede ser sometido a la manipulación (Alabarces, 2008). Análogamente, puedo decir que afirmar el rol activo de las mujeres conlleva rechazar enmarcarlas como tontas culturales y víctimas de la cultura de masas heteropatriarcal al tiempo que supone recuperar sus producciones simbólicas, placeres y deseos.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> El hecho de que las mujeres cisheterosexuales usen las aplicaciones de citas –entre otras cosas (*cf.* nota al pie 2, donde estaba implícito esto)– para tener sexo constituye una obviedad que muchas investigaciones y reflexiones tienden a olvidar o pormenorizar.

### *Consumos generizados y generizantes*

A partir de la conceptualización del género, los medios y la experiencia de la teoría *queer* (cf. "Capítulo 1"), Katie Milestone y Anneke Meyer (2021) afirman que el consumo mediático está condicionado por el género –entremezclado con otros factores; ya volveré sobre esto–. Este condicionamiento se da en dos aspectos. Primero, la instancia de consumo está generizada. El texto mediático mismo apunta a una audiencia construida en términos de género, por ejemplo, tómease el caso de las telenovelas y los programas de chimentos, en contraposición a los videojuegos y los noticieros deportivos: los primeros construyen una audiencia femenina y los segundos una masculina. Segundo, la instancia de consumo es generizante: produce efectos sobre los cuerpos. El consumo es una instancia de “performatividad de género” (Butler, 2018a; 2018b) en la que se va conformando una “experiencia de género”: a través del consumo el cuerpo encarna hábitos, disposiciones, asociaciones, y percepciones (de Lauretis, 1984). Desde luego, estos dos aspectos (el generizado y el generizante) son una distinción analítica, en el papel, de algo que sucede a la par en el nivel empírico. Ilustraré esto a partir de investigaciones concretas.

Tomemos las investigaciones de Valerie Walkerdine (2006) y Alison Harvey (2015) sobre videojuegos. Se trata de un producto mediático de experticia tecnológica que ha sido tradicionalmente asociado a la masculinidad, por lo que jugar videojuegos puede reforzar la masculinidad. Ahora bien, las mujeres que juegan se enfrentan a una serie de estereotipos (“marimacho”) y prácticas expulsivas (acoso, menosprecio de sus habilidades por parte de sus compañeros y también de sus padres, etcétera) que compensan y superan con diversas tácticas (desapego, elegir un avatar femenino, adoptar el rol de cuidadora del avatar, etcétera). De esta manera, los videojuegos están generizados como masculinos y, por lo tanto, generizan a quienes los consumen de una forma particular.

Otro caso, la investigación de Carolina Spataro (2012) sobre música popular y el *fandom*. La música de Ricardo Arjona ha sido considerada un producto cultural femenino y desbordante de misoginia. No obstante, las mujeres que integraron su club de fans encontraron en su música la posibilidad de construir un espacio de autonomía y placer que ponía un freno a las demandas familiares y transgredía normas de género y edad. Al igual que las *gamers*, eran cuestionadas por sus familiares, lo cual generaba

culpa en las integrantes del club de fans. Dicha culpa fue compensada agregándole a la agrupación una dimensión asistencial encargada de realizar obras de caridad (actividad tradicionalmente asociada a la feminidad). En esta oportunidad, el consumo de un producto cultural permite sociabilidad y transgresión en términos de género, una transgresión que es sancionada y cuya compensación también es una respuesta generizada.

En ambas investigaciones el género no puede ser aislado de la edad. En el consumo el género y la sexualidad siempre se encuentran entrelazadas con otras categorías: la clase, la edad, la etnia, la lengua, los dialectos y sociolectos, la nacionalidad y la ubicación, la religión, la forma y tamaños de los cuerpos, y la diversidad funcional.

### *Interseccionalidad*

A partir de Mara Viveros Vigoya (2016) y Vivian May (2014), se puede caracterizar provisoriamente la interseccionalidad como un proyecto político y epistemológico que se propone analizar el entrelazamiento de múltiples sistemas de opresión –con foco en las identidades que producen– y crear herramientas y alianzas políticas para transformarlos.<sup>17</sup> Se trata de una de las apuestas epistemológicas más grandes que han visto las ciencias sociales. A la hora de llevar adelante una investigación, la interseccionalidad opera como una teoría y como un enfoque que la guía. A continuación, expondré algunas aristas de este enfoque que orientaron operativamente este trabajo dedicado a analizar el entrelazamiento de clase, género y sexualidad en las experiencias de usuaries jóvenes de plataformas de citas en el AMBA.

A partir de los ochenta en Estados Unidos, diferentes feminismos cuestionaron sistemáticamente el carácter blanco, heterosexual y de clase media de las corrientes imperantes en el movimiento poniendo en tela de juicio a la sujeta política del mismo (Rich, 1986; Davis, 2022; hooks, 2020). Contra una noción universal, unitaria y monolítica de la feminidad, comenzó a ganar terreno una concepción diferente de la subjetividad. Le sujeto interseccional es un ser transicional, impure, mestize, fracturado, habitante de fronteras; se trata de una concepción concreta, histórica y situada de la subjetividad, los sujetos son un campo de batalla y alianzas, no le escapan al conflicto ni

---

<sup>17</sup> Véanse los trabajos de Elizabeth Jelin (2014) y Mara Viveros Vigoya (2009) para una investigación sobre los antecedentes del pensamiento interseccional en América Latina.

a la ambigüedad, sino que desde allí piensan y actúan (Anzaldúa, 2016; Grüner, 2011; Lugones, 2021).<sup>18</sup> De esto se desprende que el sujeto se encuentra atravesado por múltiples sistemas de opresión que dan cuenta de la densidad de su experiencia vivida en diferentes dimensiones (por ejemplo: mujer cishetero de clase popular).

Entonces, la pregunta central es cuál es la relación entre las estructuras de género (mujer cis), sexualidad (heterosexual) y clase (popular). En sintonía con María Lugones (2012), sostengo que las categorías deben pensarse de forma interrelacional y no como sistemas aislados, unitarios y homogéneos a sumar. Es decir, analizaré cómo el género y la sexualidad están siempre ya enclavados, y cómo la clase está siempre ya generizada y sexualizada. Esto permite dar cuenta de diferencias intracategoriales (no es lo mismo ser hombre cishetero de clase popular que de clase alta) y, así, de la simultaneidad de los privilegios y las opresiones. En suma, en todo problema hay más de una categoría operando, cada categoría presenta diferencias dentro de sí y la relación entre las categorías es una “pregunta empírica abierta” que debe ser respondida a partir de investigaciones situadas (Hancock, 2007).

Lo ilustro a partir de dos ejemplos que presentan un contraste. Angela Davis (2022) describe cómo durante fines del siglo XIX en Estados Unidos las mujeres esclavas trabajaban a la par de los hombres esclavos adquiriendo una autonomía mayor en el seno familiar que las mujeres blancas burguesas. En esta investigación encontré que hoy en día en Buenos Aires en lo que respecta a la sexualidad, las mujeres de sectores medios altos universitarios transgreden las normas con más frecuencia que las de sectores populares. En conclusión, ser mujer cishetero de determinada clase en un momento histórico y situación no tiene las mismas implicancias que serlo en otro.

Dado que los diferentes sistemas de opresión operan en múltiples niveles, el análisis debe dar cuenta de ellos, de sus relaciones y tensiones (Collins, 2000). En lo que a esta investigación respecta, en el plano macro se encuentran las instituciones, los sistemas y las estructuras: el capitalismo, el poscolonialismo, el racismo (lingüístico) o supremacismo anglo-blanco, la desigualdad socio-económica latinoamericana, y el

---

<sup>18</sup> Tanto Eduardo Grüner (2011) como María Lugones (2021) trazan una distinción entre el sujeto de la “bibliografía posmoderna” y los sujetos del pensamiento interseccional y decolonial. Si bien los posmodernos reaccionaron exitosamente contra el sujeto cartesiano, según Grüner no fueron capaces de dar cuenta de su historicidad y propusieron un sujeto igualmente abstracto y ahistórico. La bibliografía posmoderna no da cuenta del origen histórico violento y desigual de la subjetividad, al olvidar su concepción durante la colonización de América y la esclavización de África. De esta manera, a pesar de tener un vocabulario similar en ciertos aspectos –argumenta Lugones– se desprenden diferentes implicancias políticas de cada concepción.

heteropatriarcado –con sus matrices relacionales erótico-afectivas y sus respectivos rituales de cortejo–. El nivel meso está constituido por las plataformas de citas –sus posibilidades y constricciones, sus contratos de lectura, algoritmos y sistemas de intercambio discursivo mediatizado– y los rituales. Por último, el nivel micro permite describir la experiencia vivida de les usuaries de las plataformas en su vida cotidiana, así como sus interacciones con otros usuaries. El análisis será dialéctico atravesando en cada oportunidad todos los niveles. Proceder de esta manera habilita analizar simultáneamente las estructuras y los procesos sociales, por un lado, y les sujetos y su experiencia vivida, por el otro, sin confundir los niveles y atendiendo al carácter interseccional de cada uno de ellos (Magliano, 2015).

## **Método**

Con el objetivo de reconstruir las gramáticas que rigen el consumo de les usuaries jóvenes cishetero de aplicaciones de citas en términos de género, sexualidad y clase, así como su experiencia y las relaciones de poder en las que se encuentran, conformé un corpus a partir de veintidós entrevistas semiestructuradas a hombres y mujeres cishetero de entre dieciocho y veinticinco años de diferentes clases sociales residentes del AMBA. Todas las entrevistas duraron entre cincuenta minutos y una hora y diez minutos (a lo que se suman mis notas e impresiones subjetivas pre y post entrevista), un total aproximado de veinticuatro horas de audio y video grabadas. Opté por criterios cualitativos de conformación de la muestra, finalizando la recolección cuando consideré que se había saturado en relación a las variables que quería analizar a partir de los resultados de los dos capítulos previos.

Accedí a les informantes a través de dos mecanismos. En primer lugar, le pedí a diferentes amigas de la facultad que me pusieran en contacto con amigos o conocides suyes que cumplieran con los requisitos demográficos (cishetero, dieciocho a veinticinco años, residentes del AMBA) y hubieran utilizado al menos una vez aplicaciones de citas. Por este medio accedí a once informantes que en la mayoría de los casos entrevisté por videollamada desde mi casa. Ahora bien, esta muestra suponía un sesgo en términos de clase, por lo que busqué otras estrategias para contactarme con usuaries de sectores populares. La solución que encontré viable fue abrirme una cuenta en *Badoo* y crear un perfil con un anuncio para participar de la investigación ofreciendo

una remuneración de setecientos pesos argentinos, debido a que eran pocos quienes estaban interesados en participar recurrí a la “bola de nieve” (Goodman, 1961). Por estas vías también accedí a once informantes que en la mayoría de los casos entrevisté por llamada telefónica (la mayoría prefirió resguardar su rostro ya que no nos conocíamos ni había un contacto intermedio) desde mi hogar.<sup>19</sup> (cf. “6. Estrategias de contacto” en Anexo). No se hicieron entrevistas cara a cara.

Tras una breve conversación amistosa, las entrevistas comenzaban con la lectura en voz alta de un consentimiento informado (cf. “7. Consentimiento informado” en Anexo). Luego, en pos de conocer la clase de los informantes, procedía a hacerles una breve encuesta de dieciséis preguntas (cf. “8. Encuesta” en Anexo). Así, pasados unos cinco minutos, daba inicio a la entrevista semiestructurada propiamente dicha en la que indagaba sobre su experiencia en las plataformas de citas. Las preguntas del cuestionario fueron elaboradas a partir de las hipótesis que extraje de los dos capítulos previos en los que analicé las plataformas de citas y los perfiles de usuarios cishetero en *Tinder* en producción (cf. “9. Cuestionario entrevistas” en Anexo).

Opté por las entrevistas semiestructuradas porque dan la posibilidad de producir datos contrastables temáticamente (Valles, 2002; Flick, 2004; Souza, Giordano y Migliorati, 2012). A su vez, mediante la repregunta, pude acceder al universo de sentido en el que cada informante enmarcaba su experiencia. No debe ser desestimado el hecho de que las personas suelen sentirse incómodas al hablar con desconocidos sobre sus experiencias en aplicaciones de citas. En este sentido, manejar el cuestionario con cierta libertad me permitió crear un clima de conversación con el entrevistado a partir de la semejanza etaria.

---

<sup>19</sup> Implementé sin éxito otras dos estrategias de contacto:

Por medio de un familiar ingeniero civil le hice llegar a un capataz de obra un aviso en el que se invitaba a obreros a participar en una entrevista sobre aplicaciones de citas por setecientos pesos argentinos (el salario por hora de un obrero en aquel momento). La respuesta que obtuve del capataz fue: “No, boludo, acá lo' de Cañuela' se mete en *Tinder* y le' salen la prima nada má'. Lo máximo que se garcha es un caballito, algún perrito que se haya perdido. En Uribelarrea ponen *Tinder* y le sale la mujer. No, no. Y después los de Solano, ¿viste? ellos son machos, no usan eso. Se cogen entre ellos, pero son macho'.”

Además, le pedí a una familiar que vive en un barrio privado y cerrado en el partido de Escobar que contacte a amigas de su colegio y otros barrios como el suyo preguntándoles si querían participar. Todas sus amigas dijeron que no utilizan aplicaciones de citas.

Ambos fallos implican algo que también se atestiguó en las personas efectivamente entrevistadas: los extremos del espectro social (es decir, tanto las personas de clase baja-3 como las de clase alta-1) no usan aplicaciones de citas. Las razones pueden obedecer a una “juventud” más acotada debido a la precariedad y pobreza (Margulis, 1996), la recurrencia a otros espacios de sociabilidad erótico-afectiva y/o la existencia de otros códigos de contacto.

Una vez finalizadas las entrevistas modifiqué los nombres de los informantes para resguardar su identidad y procedí a completar una grilla con la información de la encuesta con el objetivo de definir la clase social de cada informante. Adopté la definición de clase social de Pierre Bourdieu (2001) y tomé las siguientes variables para la clasificación de los informantes: la trayectoria educativa propia y familiar, la situación laboral propia y familiar, el lugar de nacimiento y de residencia. A partir de estas variables, dividí el espacio social en tres clases (alta, media, baja) con tres respectivas subclases (alta, media, baja), obteniendo un total de nueve categorías (de arriba para abajo: alta-1, alta-2, alta-3; media-1, media-2, media-3; baja-1, baja-2, baja-3) (véase “10. Gráfico del espacio social para esta investigación” y su aplicación en “11. Tabla informantes”, ambas en Anexo).<sup>20</sup> Posteriormente, desgrabé las entrevistas y procedí al análisis. La estrategia de desgrabado adoptada consistió, en primer lugar, en realizar un esquema general de contenidos de cada entrevista y, una vez identificados los fragmentos pertinentes para las hipótesis, desgrabarlos. De todas formas, prioricé el trabajo con los documentos primarios y relegué la desgrabación definitiva para el final, desgrabación en la que los discursos de los informantes fueron editados lo mínimo indispensable. Por último, se notará tanto en las preguntas que hice durante las entrevistas como en la extensión de las transcripciones, que intenté darle un lugar privilegiado a la voz de los entrevistados. Esto se debe a una postura política que propone reconocer la visión de la realidad social que han desarrollado los sujetos resistentes desde los márgenes como una visión epistemológicamente válida (hooks, 2015).

Debido a que es el primer trabajo que realicé desde un enfoque interseccional – perspectiva sobre la que no he tenido formación institucionalizada –, dejé afuera cuestiones étnicas (raza y nacionalidad), religiosas y etarias para operativizar la empresa. Líneas que quedan abiertas para futuras investigaciones empíricas.

## Resultados

A continuación, presentaré los resultados de la investigación ordenados en tres ejes temáticos: clase, interacción, subjetividad activa. El primer apartado se focaliza en la

---

<sup>20</sup> Se optó por estas categorías porque resultaban operativas para el enfoque que propusimos sobre la entremezcla de género y clase. Desde luego, la pertinencia de las variables consideradas queda circunscripta a la estructura social de la mega metrópolis bonaerense para el año 2023. Otras clasificaciones resultarán pertinentes para otras investigaciones.

decodificación de las plataformas de citas que hacen les usuaries según su género y su clase. El hallazgo es que estamos ante una estratificación de las plataformas de citas que refuerza la homogamia de clase y termina por producir una plataformización del espacio social. El segundo apartado pone en relación los cambios en la subjetividad –acaecidos en un contexto de masificación de los feminismos– con el ritual de cortejo heteronormativo. En este caso se halló que el orden de la interacción se presenta como un límite para el cambio social, provocando malestar en sujetos que han cambiado más rápido de lo que la interacción puede. El tercer apartado se construye a partir de dos casos en los que sujetas de una marginalidad radical crean un punto de vista y una clasificación de lo social que les permite sentir alegrías y placeres. Así, el análisis va desde lo macro hasta lo micro pasando por lo meso. En cada ocasión se optó por una estrategia diferente para presentar el corpus.

### **(I) Plataformización del espacio social**

Ya sea enfocándose en los usos y las gratificaciones sin perspectiva de género alguna (Ward, 2017; Timmermans y De Caluwé, 2017) (*cf.* nota al pie 2) o en los criterios de selección desde los feminismos (Palumbo, 2019b; Berkowitz, Tinkler, Peck and Coto 2021), al día de hoy las investigaciones sobre consumo en plataformas de citas no han dado cuenta de algo evidente para les propias usuaries (sobre todo de clases bajas): las aplicaciones de citas están estratificadas socialmente. Dicha estratificación refuerza la homogamia de clase y termina por producir una plataformización del espacio social. Hipotetizo que la omisión de la problemática se debe a que –hasta donde han especificado– han trabajado exclusivamente con informantes de clase media provenientes principalmente de ambientes universitarios similares a los de les investigadores. Así, han olvidado que les sujetos “clasifican desde su posición en las clasificaciones” (Bourdieu, 2001), es decir, las valoraciones que hacen les usuaries de las plataformas de citas y de les otras usuaries que en ellas encuentran está determinada tanto por su género como por su clase. Léase el apartado “12. Fragmentos sobre plataformas y clase” en el Anexo teniendo este principio de lectura. A partir de la experiencia vivida de les informantes atestiguada en dichos fragmentos quiero detenerme en tres fenómenos.

(A) En primer lugar, la ya mencionada estratificación de las plataformas de citas. Esto se atestigua con facilidad si se leen las experiencias de los usuarios teniendo en cuenta su clase social: a medida que nos movemos por el espacio social cambian las preferencias y valoraciones –es decir, las clasificaciones–.

*Bumble* tiene su público en las personas de clase alta-media, ya que en esta aplicación hay gente “más selecta” (#06). En el otro extremo se encuentran *Badoo* y *Facebook Parejas*, a las que los usuarios de clases populares (medias-3, bajas-1 y bajas-2) las suelen preferir por tres razones: es donde hacen más match, sus suscripciones son económicas, y les permiten conectar con personas geográficamente próximas (es decir, residentes de las mismas zonas del AMBA). Cabe destacar que el único entrevistado de sectores medios-altos que utilizó *Badoo* la calificó como “un espanto” (#03). Para los sujetos de sectores populares, *Badoo* y *Facebook Parejas* les permiten resguardarse del “clasismo” (#18) que viven en *Tinder*. En ciertas ocasiones, para algunos informantes, *Badoo* puede llegar a funcionar como un lugar de construcción de comunidades en una sociedad latinoamericana donde la desigualdad –cada vez más profunda– resquebraja el lazo social (véanse al respecto los dos casos del último apartado). Esto no quita que, como veremos luego, algunos informantes de sectores populares también utilicen *Tinder* para salir con personas de clases más altas. La estratificación no niega las estrategias y trayectorias.

*Tinder* tiene la particularidad de ser utilizada por sujetos ubicados a lo largo de todo el espacio social: de los veintidós informantes, veinte la usaron al menos una vez y muchos la mantienen como segunda aplicación a pesar de que no sea su preferida. Su masividad es motivo de preferencia para algunos informantes, a su vez, la convierte en el grado cero en este mercado, aquel producto contra el cual el resto se define. Cuando se comparan las experiencias de los informantes en *Tinder* según su clase, se evidencia que la plataforma se puede presentar como un terreno hostil para las clases populares y que los sujetos de clase media-1 y alta-2 son quienes más éxito tienen en ella. Si a esto se le suma el funcionamiento algorítmico de *Tinder* (descrito en el “Capítulo 1”), se puede inferir que la plataforma construye como usuario ideal la clase media-alta, a pesar de que sea utilizada en todas las clases.

*OkCupid* se caracteriza por tener más llegada en población universitaria de sectores medios-2 y medios-1 que, en línea con la promesa de la plataforma, buscan lógicas diferentes de contacto que les permitan diferenciarse de *Tinder*. A su vez, los

informantes la suelen asociar más a lo “artístico” (#01; #03; #04) y a consumos que suponen cierto capital cultural. Si bien dentro de los sectores dominantes, *Bumble* se podría vincular al capital económico y *OkCupid* al cultural, hay otros factores que entran en juego, por ejemplo, sus interfaces y contratos de lectura, a su vez, la suscripción de *OkCupid* es más cara que la de *Bumble* (recuérdese lo desarrollado en el “Capítulo 1”). Por último, cabe señalar que en el corpus –salvo por una informante– *Happn* no fue mencionada. Hipotetizo que esto se debe a que la aplicación no es exitosa en este segmento etario aunque posiblemente lo sea en la población adulta, ya que es la cuarta aplicación con más ingresos en la *playstore* de Argentina, solamente superada por *Netflix*, *Spotify* y *Tinder* –la primera–.

Una de las consecuencias de esta estratificación de las plataformas de citas es que refuerza la tradicional homogamia de clase. Así, Victoria, una mujer cishetero de clase alta-2 prefiere “Bumble porque la gente que hay es gente que... no sé, tipo de las zonas en las que yo me muevo, en Palermo, Villa Crespo. Gente que le va esto de que la mujer pueda escribir primero...” (#06). Cuando a Yanina, una mujer cishetero de clase baja-2 se le pregunta si salió con personas de otras clases sociales responde: “Me parece que no. Siempre salí con chicos como que estudian y trabajan pero no tienen un trabajo wow que digamos, como mucho se pueden garpar una cena, un almuerzo, algo así, tranqui, nunca salí con alguien con una economía bastante elevada” (#11). Y cuando se le repregunta por el motivo afirma que es “porque yo los elegí y porque me cayeron bien” (#11). Para Sebastián, un hombre cishetero de clase media-3, *Tinder* es la peor aplicación porque “te recomienda gente que o tiene muchos matches o gente muy *top* con mucho ego. Es como que congeniar con eso es difícil, uno está acá en Lomas y te recomienda una modelo de Palermo. Y bue. Aunque te diera match... y está medio complicado, ¿viste?” (#22).

En síntesis, se observa una plataformización del espacio social en la que lo *online* se corresponde con cuestiones de clase *offline*.

**(B)** En segundo lugar, las plataformas de citas son leídas mayoritariamente de forma “preferente” (Hall, 1994) y les informantes tienden a inteligir sus relaciones desde los valores de la matriz relacional romántica.

En el “Capítulo 1” describí los contratos de lectura de las plataformas de citas a partir de las matrices relacionales erótico-afectivas que se habían conformado en el

último siglo. Noté que *Badoo*, *OkCupid* y *Bumble* proponen un vínculo romántico entre el usuario, la plataforma y los otros usuarios. En este vínculo, lo importante es compartir intereses y consumos con la otra persona y la pareja es tanto la fuente de felicidad como el centro de la vida erótico-afectiva. En cambio, *Tinder* y *Happn* proponen un vínculo lúdico que tiene a la persona soltera por eje. Este sujeto lúdico disfruta más de conquistar que de lo conquistado. Véase “13. Un playboy” en Anexo para un ejemplo canónico de esta subjetividad. Ahora bien, ¿qué sucede en la instancia de reconocimiento con estos contratos de lectura?

La abrumadora mayoría de las lecturas fueron preferentes. En línea con el contrato de lectura de las plataformas, los informantes suelen asociar a *Tinder* con un consumo lúdico y sexual, en cambio *Badoo*, *OkCupid* y *Bumble* suelen aparecer asociados a valores románticos: “vínculos más genuinos” (#03), “conocerse bien y conectar” (#10), etcétera. Un informante lo resumió con una metáfora: “*OkCupid* es un pueblo y *Tinder* es más como la capital” ya que en la primera “charlás y llegás a tener conversaciones interesantes”, mientras que la segunda “tiene toda esa vorágine del microcentro” en torno a lo sexual (#07).

De ninguna manera esto quiere decir que las posibilidades determinen el uso, ya que también hay lecturas “negociadas” y “oposicionales” (Hall, 1994). Por ejemplo, Juan (#05) es un hombre cisheterosexual de clase media-alta que se relaciona con sus potenciales parejas de forma romántica y le gusta más *OkCupid* como aplicación, pero utiliza *Tinder* porque en ella obtiene más *matches*.

Por último, cabe señalar que gran parte de los entrevistados están interpelados por la matriz romántica. El amor romántico sigue siendo fuerte, incluso en la población cisheterosexual de la generación Z (aquellas nacidas entre fines de los noventa y mediados de los dos mil; los entrevistados nacieron entre 1997 y 2004), tanto en hombres como en mujeres y a lo largo de todas las clases sociales. En las subjetividades, esta matriz ha mutado de tal forma que admite desplazamientos momentáneos hacia lo lúdico, un solapamiento que no ocurre en la dirección contraria, es decir, cuando hubo informantes con subjetividad lúdica no se registraron valores ni conductas románticas.

(C) En tercer lugar, hasta aquí pinté un cuadro estático, pero los sujetos se mueven por el espacio social, interactúan con miembros de otras clases sociales y

desarrollan un punto de vista y clasificaciones prácticas que les permiten obtener placeres, crear comunidad y luchar. Analicemos en tres casos concretos las tensiones y los choques que estos desplazamientos acarrearán en términos de clase y género.

Gala (#13) es una mujer cishetero de clase alta-2, es manicurista y maestra jardinera, tiene 25 años, por lo que, de ser una cuestión lineal, le correspondería usar *Bumble*. Sin embargo, Gala es feminista y precisamente por ser feminista no se encuentra cómoda vinculándose con hombres de su misma clase social; en estas personas, que denomina “los *Ken*” (en referencia a la pareja de las muñecas *Barbie*), suele encontrar valores más tradicionales y una superficialidad anclada en lo corporal-estético. A su vez, la decepcionan porque a la hora de tener sexo lo hacen de forma “egoísta” priorizando su placer y sin interesarse por el de ella. Ahora bien, Gala ha desarrollado una “táctica estratégica” (Lugones, 2021) que le permite divertirse y encontrar placeres: salir con hombres de clases más bajas a la suya en *Tinder*. De esta manera, encuentra hombres más “copados”, “graciosos” y, sobre todo, “gauchitos en la cama”: se interesan por ella, por cómo la pasa y “lo dan todo”.

Guillermo (#21) es un hombre cishetero de clase media-3, estudio y se recibió como analista en sistemas, trabaja a tiempo completo como programador y toma lateralmente otros trabajos en el rubro. Su aplicación favorita es *Facebook Parejas* por razones económicas: “no te cobra”. Educado desde lo popular, Guillermo desarrolló un ojo preciso en lo que respecta a las clases sociales y las variaciones de clase en cada plataforma de citas. Si bien con las personas que se siente “100% a gusto” es con las de su clase, también ha salido en múltiples oportunidades con mujeres de clases más altas a la suya, no siempre con resultados positivos. En una oportunidad, una mujer que conoció por *Tinder* lo menospreció por utilizar *Facebook Parejas*: “me dijo ‘*Facebook parejas* es más de rata, medio pobre’”. El menosprecio lo hirió. En otra ocasión, Guillermo se encontró con una “distancia invisible” entre el estilo de vida suyo y el de otra mujer de clase más alta que conoció por *Tinder*: ella le cuenta de sus vacaciones en Nueva York y él siempre ha vacacionado dentro de Argentina. No obstante, en su relato de la cita y su explicación de lo acontecido la burla le permite romper jerarquías:

capaz que me veía con una chica con la que salía y decía: [agudiza la voz para imitar] “ay, no, ¿nunca fuiste a *New York*?”, [regresa a su tono habitual] Yo en *Google maps* fui a *New York*, ¿viste? “No, no, la verdad que no, pero conozco...”, [vuelve a alterar la voz] “ah, pero, lo viste por Internet, tenés que ir”. [Regresa a su tono habitual] Y yo digo “uy, mierda”. Económicamente, culturalmente, capaz que las cosas que conoce la chica las conozco, sé de qué me habla, pero el no vivirlas ni

haber viajado a ningún lado, hay veces como que decís: “che, hay una distancia invisible igual, entre la capacidad económica de esta persona y la mía”.

Zaida (#19) tiene 24 años y es una mujer cishetero de clase baja-2. Utiliza *Badoo* para “salidas normales” y *Tinder* para “sexo casual” porque los hombres cishetero de la primera son –según infiere ella a partir de las fotos y las zonas en las que viven– de su misma clase social y suelen “histeriquear”, mientras que los de *Tinder* son de clases más altas y suelen ser más “atractivos” y “directos”.

En estos tres casos la subalternidad (ya sea de género o de clase o de género y de clase) no se presenta como sufrimiento e impotencia. Por el contrario, la condición de estar siendo oprimido supone en ellos un modo de conocer dinámico y práctico que no solo les permite identificar principios de diferenciación social y la lógica de las cosas, sino también actuar para obtener placeres. En contraposición, las diferencias de clase generalmente permanecieron invisibles para los informantes de clases dominantes.

## (II) Interacción: los límites del cambio social

*Salir del dominio de lo decible implica poner en peligro el estatuto de uno mismo como sujeto.*

Judith Butler, *Excitable Speech* (2021: 133, traducción propia).

Es bien sabido que las plataformas de citas son un lugar idóneo para la exploración de la sexualidad y esto se atestiguó en las entrevistas: muchos informantes abrieron las puertas del placer y el deseo a partir de estas aplicaciones (léase al respecto el apartado “14. Placer, deseo y sociabilidad” en el Anexo). También puedo dar por sabido que las aplicaciones de citas son un terreno donde se ejercen múltiples formas de violencia de género y abusos; al respecto algunas investigaciones se han dedicado a indagar sobre las tácticas de resistencia feministas llevadas adelante por usuarias en clave colectiva (Hess y Flores, 2016; Shaw, 2016; Thompson, 2018). En este apartado quisiera llevar la atención a un fenómeno menos estudiado: la interacción.

Una vez que dos usuarias de una plataforma de citas se han dado *like* mutuamente tienen la posibilidad de escribirse por un sistema de mensajería dentro de la aplicación. Si la conversación se desenvuelve correctamente, migran hacia otra plataforma (en el caso de nuestras informantes, *Instagram* y/o *WhatsApp*) y, eventualmente, una persona

invita a salir a la otra y, si la segunda acepta, tienen una cita. A partir de las entrevistas observé que en todas las clases sociales esta interacción toma la forma de un ritual de cortejo heteronormativo. Una y otra vez registré el mismo patrón de comportamiento: él manda el primer mensaje, ese mensaje tiene que ser original (de no serlo, ella no lo responderá y él perderá ante la competencia), luego él hará un máximo esfuerzo por mantener la conversación interesante; con el paso del tiempo, si la conversación es buena, él la invitará a salir y, si ella acepta, irán a una cita en la que él pagará y, de gustarle, intentará besarla. Algunos fragmentos:

Yanina (#11), mujer cishetero, clase baja-2: A mí lo que me pasa, por ejemplo, es que yo tengo como un montón de chicos de todas las edades, bueno, mandándome mensajes. Yo la verdad que doy más posibilidad de una respuesta a alguien que me manda como un mensaje distinto, no al simple “hola, qué tal”, “cómo estás”, “qué haces”. No, no respondo mucho eso.

Zaida (#19), mujer cishetero, clase baja-2: **Después de hacer el match, ¿mandás el primer mensaje, esperás que te lo manden? ¿Cómo sigue la cuestión?** No, espero que me lo manden, la verdad. (...) Me suelen mandar un simple “hola, ¿cómo estás?” si no... tienen unas frases más ingeniosas con las que empezar la conversación. No sabría decirte una. **¿Te gustan esas frases ingeniosas?** Sí, la verdad que sí. Me dan risa en el momento, es como que eso me hace ver que es buena onda, que es simpático, hace ver eso. Un “hola, ¿cómo estás?” así, seco, no, no me llama tanto la atención. Veo esos mensajes y los dejo ahí, por más que sea un perfil en el que sea un hombre atractivo.

Juan (#05), hombre cishetero, clase media-1: **Una vez que hiciste el match, ¿sos de dar el primer paso?, ¿te hablan o vos les hablás?** Con respecto a mandar el primer mensaje sí, yo creo que en el 80% de las veces lo he hecho. Siempre espero un rato igual, o sea si yo matcheé con una persona tiendo a esperar, media hora, cuarenta minutos, a ver si no recibo. (...) Nunca jamás he mandado un “hola, ¿todo bien?/¿cómo andás?”. Eso nunca. Siempre intento ser un poco más original, en el marco de lo que hay. Intento, no sé, si veo una foto con un perro digo “qué lindo perro”, si veo una foto con un gato digo “qué lindo gato”. Si menciona algo dentro de los gustos, tipo “me gustan *Los simuladores*”, [le escribo] “uy aguante *Los simuladores*, que buena serie”. Intento empezar la conversación de una manera que no sea con un “hola, ¿todo bien?” porque me parece que no aporta nada.

Victoria (#06), mujer cishetero, clase alta-2: **En Bumble las mujeres tienen que empezar la conversación, cuando escribís vos primero, ¿elaborás un mensaje en particular o simplemente “hola, ¿cómo estás?”?** “Hola, ¿cómo estás?” risas. Antes trataba, no sé, si vi que en tu perfil te gusta *The office*, te mando un gif de *The office*. Pero después dije era mucho esfuerzo y no va.

Jonathan (#20), hombre cishetero, clase baja-2: **¿Dirías que cambió algo en tu vida a partir de usar estas aplicaciones?** (...) Fue cambiando un poquito mi manera de comunicarme tal vez con algunas personas. Tipo... ya que veía que habían varias personas que no les gustaba mucho el tema de “hola, ¿cómo estás?”,

“bien, ¿y vos?”, y todas esas cosas. Bueno, empecé a enviarles mensajes por ejemplo de “hola, ¿cómo estás? Que lindas fotos”, no sé, o “me gustó tu descripción” o “a mí también me gusta cierta cosa”. Qué sé yo, cosas por el estilo, tipo empezar a hablar un poquito más diferente y nada, como para llamar más la atención.

Ahora bien, hace muchas décadas los feminismos vienen cuestionando los roles de género, expectativas y presiones que este ritual supone. En los últimos años, en un contexto de masificación de los feminismos, estos discursos comenzaron a interpelar con mayor precisión y producir cambios en las subjetividades. La subjetividad interpelada por los feminismos entra en tensión con el ritual de cortejo heteronormativo, tensión encarnada en los informantes bajo la forma de un malestar. Analíticamente, en el papel, se pueden distinguir dos grandes terrenos en los que este malestar se expresa: (A) el género y (B) la sexualidad.

(A) El carácter binario del ritual de cortejo heteronormativo está dado, entre otras cosas, por una serie de roles y expectativas que producen performativamente un sujeto generizado. Sin embargo, algunas informantes feminizadas buscan romper con este ritual tradicional y se desvían de lo asignado y esperado. Las consecuencias que pagan por esa transgresión van desde el rechazo –es decir, menos citas– hasta una sensación de inseguridad por la falta de certezas y libretos que indiquen cómo llevar adelante el accionar de forma exitosa.

Julia (#03), mujer cishetero, clase media-1: Lo que más resultó fueron las veces que esperé más o me hice la difícil, la loca, terminaba llegando a concretarse una salida. O bien, si quizás, encaraba yo de forma alternativa, se concretaba primero la salida. **¿Si vos rompés con el rol de esperar, cómo reaccionaban los tipos generalmente?** 50 y 50, 50 de las veces no funcionó y 50, sí.

Martina (#02), mujer cishetero, clase alta-2: **¿Sos de tomar la iniciativa?** Me gusta que el esfuerzo sea el mismo, que me propongan y, sí me gusta, proponer. Pero a veces me paso sobrepensando, soy una boluda. Pienso si le escribo ahora soy una hinchapelotas. (...) Le mandaba el mensaje, pasaba un minuto y me quería pegar un tiro. Decía “me va a decir que no”, “no le va a copar el plan”. Obvio que me daba vergüenza (...) en una de esas agarré y le mandé cuatro opciones “podemos ir a tomar un café”, “podemos ir a tomar una birra” ... Y yo después leí eso y decía [se sonroja y ríe]. Nada, me pareció un montón [mueve la cabeza de izquierda a derecha].

Informantes hombres, por su parte, sienten incomodidad ante el rol de pasividad que este ritual supone para las mujeres y demandan más actividad por su parte en búsqueda de un trato más equitativo, vínculos más horizontales.

Jonathan (#20), hombre cishetero, clase baja-2: **¿Encontrás alguna dificultad a la hora de vincularse con mujeres?** (...) En ellas, tal vez al principio pueden ser medias tranquilas, como mucho te dicen “bien” o hablan poquito, no hablan mucho. Y ya si te empiezan a contar un poco más digo: “bueno, me está contando un poco más, está...está viendo a ver si se puede charlar conmigo” y ahí mejora un poco la comunicación. **¿Y te gustaría que sean de otra manera?** (...) Entiendo que estás hablando con una persona desconocida y eso, pero si hicimos match por lo menos me gustaría saber qué buscás, no sé, si es que podemos hablar algo, qué te gusta y esas cosas. Es como digo, hay algunas que piden que no sea un “hola, ¿cómo estás?”, “bien, ¿y vos?”, pero después te llegan chicas que te dicen dos palabras y el que tiene que seguir preguntando, indagando, sos vos. No sé, estaría bueno que varias tuvieran mentalizado que ‘ta bueno por lo menos charlar un poco más, no sé, ser ellas las que pregunten también.

Manuel (#07), hombre cishetero, clase media-1: **¿Alguna experiencia que te haya marcado saliendo con alguien?** No, no. Lamentablemente fueron todas bastante tranqui. Generalmente medio como que eran gente muy introvertida, no sé, de pocas palabras. (...) **¿Por qué crees que eran así?** No sé, se notaban así. Se hacían notar de esa manera. Pero, no era esta cuestión de que eran ortivas y qué sé yo, eran tímidas, qué sé yo, y había onda, qué sé yo... ¿Entendés?, ¿viste? como, o sea, en jodas, chistes, comentarios, y la onda está. **O sea, ¿vos les hacías preguntas y respondían tipo “sí” y “no” y no repreguntar, ese tipo de cosas?** Claro **¿Cómo te gustaría que sean?** Podés ser introvertida y tímida, pero tampoco tanto, ahre (...) Me gusta esto, ponele, si estás hablando de determinados temas ver tu postura, ver qué es lo que vos pensás, no sé, básicamente es una persona, ¿no? O que me des tu opinión de algo, no sé. (...) [eran] muy tranquilos, no decían mucho, también en muchas cuestiones eran como “sí”, “no sé”.

Por último, recuperemos el relato de Juan (#5), un hombre cishetero de clase media-1 que expresa las presiones que este ritual encarna.

**¿Sentís que hay cierta presión por mandar un primer mensaje original?** Sí, re. Re. Yo siento que si vos te mandas al “hola, ¿todo bien?” es muy difícil que te contesten. Y yo creo que, no lo he verificado *per se*, de forma empírica, pero sí, cuando charlo con amigas y todo eso, me dicen constantemente que un pibe que todo lo que tiene para decir cuando matcheamos es “hola, ¿todo bien?” no es alguien con quien me interese hablar más. Me lo han dicho muchísimas amigas. **¿Y creés que esa vara está igual para las mujeres también?** No, para nada, para nada. Honestamente, si una mujer me habla primero, en el caso mío, y me manda un “hola, ¿todo bien?” es muy probable que yo le responda, muy posiblemente yo le responda. Porque, para mí, desde mi lado, me parece que no es algo importante. A mí me parece más importante tener la conversación y ver adónde va y no el primer mensaje. Pero, desde mi lado, siempre tuve una re presión por: qué mando como primer mensaje. **¿Y así, como esta presión, hay otras que hayan identificado a lo largo de la conversación o ya sea en el momento de la cita?** En general, por no decir el 80% de las veces, la persona que siempre propuso el plan, primero, de hacer algo por fuera de la aplicación fui yo. (...) Y yo no sé si es una

presión, porque a mí me sale decirlo, yo no me siento presionado a hacerlo. Pero, un poco poniéndomelo a pensar, quizás sí es una presión hasta cierto punto, porque nunca una piba me lo pregunto a mí antes que yo se lo diga. **¿Qué creés que pasaría si no mandás vos ese mensaje?** (...) Por ahí el miedo que surge es que se esfume un poco el interés que había inicialmente después de matchear y empezar la conversación, que eso se difumine y la conversación se corte. (...) **¿Te gustaría que sea de otra manera?** ... [mira al suelo] ... Con menos presión al final del día. (...) No sentirme forzado a decir “si no tomo el primer paso, está el riesgo de esto”. Y estaría bueno también el que haya un buen flujo en términos del primer mensaje. Y que no haya tanta presión con, a veces el, que esto sí siento que es presión: “el pibe tiene que mandar el primer mensaje y tiene que ser original al hacerlo, porque si no lo hace no le voy a responder”. En tanto, la verdad que a mí me chupa un huevo, con una mano en el corazón, me chupa un huevo. (...) **En la situación de la cita, así como está la presión del primer mensaje y de invitar a salir, ¿sentís que en la cita también aparecía alguna presión, quizás en relación a pagar o no pagar?** Yo, en términos de pagar, no, siempre hice lo que le correspondía a cada uno. (...) Pero, sí, hay una presión por hacer el “primer movimiento”, por así decirlo. (...) En todas las citas que he tenido siempre fui yo el que ha tomado la delantera. Un poco uno puede plantearse: “bueno, por ahí, lo hiciste vos porque te adelantaste a que la otra persona lo hiciera.” Pero, en muchos de esos casos lo he hecho hacia el final de la cita. De manera tal que si no lo hacía yo, realmente no pasaba. Si yo no lo hago, la otra persona no lo hace. **¿Y esa presión cómo te afecta en lo subjetivo, algo de nervios, malestar?** Re. Re, re. Noto que cuando empiezo a pensar que debería hacerlo, se me empieza tipo [se toma el pecho con la mano], me siento más duro, me empieza a latir más rápido el corazón, me re da ansiedad te diría.

Recapitulemos, el ritual de cortejo heteronormativo se asienta en una serie de roles y expectativas que producen performativamente sujetos binarios. En los últimos años, la interpelación de los contradiscursos feministas ha generado cambios subjetivos. Estos sujetos se sienten a disgusto con el ritual y, en su propia repetición, buscan posibilidades de transgresión. Los hombres cishetero, por ejemplo, demandan mujeres más activas, lo cual les permitiría aliviar tensiones y entablar vínculos más horizontales. Las mujeres cishetero también anhelan vínculos más horizontales, pero cuando toman la iniciativa se encuentran con castigos correctivos (menos éxito) e inseguridades (no saber cómo actuar). De esta manera, se genera un círculo vicioso que termina potenciando el malestar.

**(B)** El carácter heteronormativo del ritual de cortejo está dado, entre otras cosas, por la constricción de las posibilidades de formar vínculos no heterosexuales. Múltiples informantes feminizadas tienen el deseo de salir con otras feminidades. Sin embargo, no lo logran. Las estructuras de interacción se presentan como un límite para el cambio social, a pesar de que ya se haya producido un cambio en el plano subjetivo. Como se trata de feminidades que también desean hombres cishetero y no encuentran la

forma de franquear ese límite, de romper la estructura, terminan conformándose e incorporándose a un ritual que les ofrece resultados seguros, un ritual que promete felicidad.

Lucía (#4), mujer cis ns/nc sexualidad, clase media-2: **Me dijiste que usaste las apps para ver mujeres también, ¿lo hiciste con frecuencia o por momentos? ¿Concretaste alguna vez una cita?** Voy variando, depende de lo que tenga ganas. Me pasa como que, cuando pongo para ver mujeres también, por ahí sí puedo matchear, pero es mucho más complicado concretar con una chica para salir. Por ahí sí, hablamos, qué se yo, pero nunca se concreta nada puntual. Es más difícil. Salí con una chica, dos, tres veces, pero no hubo onda, lo intentamos las dos y, bueno, no hubo onda. Esa fue la única vez. **¿Solamente con ella?** Sí. (...) **¿Cómo te gustaría que te traten [en las citas]?** Bueno, te doy un ejemplo, ponelo. Cuando conocí a mi novio de ahora, salimos y como que él fue super atento y me preguntó. Me gusta que me pregunten cosas sobre mí y se interesen sobre mi persona. Pero, también me gusta que me cuenten de su vida, como que, si voy y solo hablo yo en una cita, siento que nada, un embole porque no te conozco al final, no te conozco más de lo que te conocía antes y siento que si solo me contás de vos, no me querés conocer a mí. **¿Y te ha pasado eso, casos en los que vos fuiste a una cita y solo hablaste vos?** Cuando me vi con esta chica siento que yo la remé un montón, le pregunté un montón de cosas sobre su vida. Y no sé si ella era muy tímida o qué, pero como que no me preguntaba mucho.

Julia (#03), mujer cis ns/nc sexualidad, clase media-1: **Me dijiste que durante un tiempo también usaste la aplicación para ver chicas ¿llegaste a concretar una cita?** Concreté una cita con una chica una vez y hace mucho tiempo con otra chica, pero después no fluyó. Hay una parte de mí que no resuelvo, o sea siempre fue como un deseo, pero no... no... me es difícil por la aplicación con las chicas. **¿Por qué te es difícil?** Creo que yo tengo un problema, no sé... A veces en ciertos *tiktoks* aparecía el tema de la iniciativa... como que debería haber un código... o como que a veces quedan muy esperando de los dos lados o actuando de los dos lados y como que a veces no se equilibra y no se terminaba dando naturalmente. Tampoco entendía cuál era mi rol. **Para cerrar la idea, ¿sentís que las apps te permiten explorar tu sexualidad?** Creo que me lo permitió más que si no estuviera, pero no sé si termina de suceder también en mi caso. No sé si para las demás personas, si les cuesta también.

Daniela (#01), mujer ns/nc sexualidad, clase media-1: Usé *Feeld* más para probar, en un momento tuve un... dije "a ver si salgo con una mujer, vamo' a probar". No sé. Al final nunca lo hice eh. Pero me quería fijar. **¿Llegaste a hablar con una mujer?** No con mucha gente en *Feeld* y en *Happn* solo con tipos, con hombres cis. En *Tinder* también puse para ver minas, pero no hable con ninguna, solo de curiosa para ver cómo era. (...) **¿Te permitieron experimentar las aplicaciones?** Experimentar en cuanto a mi sexualidad no lo logré, yo siempre quise estar con una mujer y no lo concreté. Pero, no sé si por las aplicaciones o por tema mío. (...) A mí me daba la sensación de que si, por ejemplo, me metía en la aplicación de citas con mujeres, y yo estaba solamente para probar, lo ponía en la biografía, como que iba a quedar mal, porque, nada, "me estas usando para probar y yo estoy segura de que soy gay y vos querés venir a ver si te funciona". Entonces, me dio cosa y no lo hice. Lo puse un toque y lo saqué, no fue un intento con ganas [cierra el puño].

Micaela (#15), mujer cis ns/nc sexualidad, clase baja-1: **Me dijiste que tenías puesto para ver chicas y chicos, ¿saliste alguna vez en una cita con una chica que conociste mediante las apps?** No, nunca se dio. (...) **¿Por qué crees que nunca se dio?** Porque generalmente es como que soy más tímida para darle me gusta a las chicas. Como que a los chicos es como instantáneo darle me gusta e iniciar la conversación. Y con las chicas, si ellas no inician la conversación yo no la inicio, me da más vergüenza. (...) **¿Qué dificultades encontrás a la hora de vincularte con mujeres?** Hmm... A ver... A veces no responden, a veces yo soy muy tímida y como que lo dejo ahí y sigo a otra cosa, a veces no tenemos como los mismos intereses, entonces lo dejamos ahí, más que nada eso, problemas de comunicación. **¿Cómo te gustaría que fuera?** Capaz charlar un poco más, ver qué cosas tenemos en común, que la charla se dé un poco más y que no se corte ya sea por mi lado o por su lado.

El reiterado fracaso de las feminidades que desean salir con mujeres me remite a dos problemáticas sociales tradicionales: la falla en el sistema y la lucha política por transformarlo. Las matrices relacionales erótico-afectivas que emergieron durante el siglo XX –la romántica y la lúdica (ver “Capítulo 1”)– solo posibilitan cierto tipo de vínculos codificados heteronormativamente y pareciera no haber lugar en ellas para un vínculo que transgreda dicha norma. Las disidencias producen fallas geológicas en las cartografías afectivas que mediante diversas sanciones son redirigidas de manera tal que se reincorporen al ritual de la reproducción (y con “reproducción” me refiero tanto a la copulación binaria-hetero reproductiva, como a la reproducción del orden social *à la* Althusser [2015] y a la iteración de la norma *à la* Butler [2021]). De allí también la búsqueda de los transfeminismos (Tenenbaum, 2019; Vasallo, 2020; Cano, 2022) tanto por estrategias tácticas que permitan huir del ritual y franquear los límites de las estructuras interaccionales, como por la construcción de vínculos que escapen a las matrices relacionales imperantes. Lucha política y colectiva en contra de la cis-hetero-mono-normatividad por la invención de formas de interactuar que supongan una apertura radical hacia la alteridad y una afirmación tajante de la pluralidad.

En síntesis, la interacción en las plataformas de citas que aquí analicé toma la forma de un ritual interpelativo que produce retroactivamente en cada una de sus instancias subjetividades generizadas y heteronormativizadas. Con la masificación de los feminismos emerge una serie de contradiscursos que buscan desanudar a los sujetos. Los hombres cishetero comienzan a sentir presión por seguir el libreto y se frustran cuando se encuentran con mujeres que lo siguen a rajatabla, entendiendo que esto imposibilita un vínculo horizontal. Los cuerpos feminizados llevan adelante prácticas de

transgresión. Algunas toman la iniciativa y, o bien se encuentran con el castigo de no alcanzar la felicidad prometida, o bien comienzan a sentir mucha inseguridad por la falta de certezas que supone no tener un libreto a seguir. Otras buscan fugarse del ritual y explorar deseos y placeres no heterosexuales. Sin embargo, no lo logran. La estructura interaccional que han incorporado les impide vincularse con otras mujeres.<sup>21</sup> “Problemas de comunicación” (#15), resume una informante.

En todos los casos la tensión entre el ritual de cortejo heteronormativo y la progresiva conformación de una subjetividad feminista se encarna en los sujetos bajo la forma de un malestar que no tiene nombre más allá de su deseo de transformación. Si la expresión “histéresis de habitus” (Bourdieu, 2007a; Meccia, 2022), sirvió para denominar un proceso de cambio en el que la estructura cambió más rápido que la subjetividad (que siguió operando bajo la antigua estructura), lo que sucede aquí es lo contrario: la subjetividad cambió más rápido que la estructura por lo que no encuentra dónde hacer pie, dieron un paso hacia el vacío. De esta manera, a pesar de los cambios subjetivos la magnitud que podría tener el cambio social transfeminista se ve reducida por la imposibilidad de romper con estas estructuras interactivas a nivel masivo. El orden de la interacción se presenta como un obstáculo para el cambio social transfeminista. Desde luego, esto no debe desanimar la lucha, por el contrario, identificar el problema es fundamental.

Y haciendo honor a esto último, quiero señalar que si bien atestigüé el ritual de cortejo heteronormativo en todas las clases sociales, las expresiones de malestar y transgresión fueron más frecuentes en los sectores altos.<sup>22</sup> Una vez más, somos llamadas

---

<sup>21</sup> En el plano subjetivo, uno de los correlatos de este fenómeno meso es el menosprecio de la propia bisexualidad. Aparece la idea de que una tiene que probar la propia bisexualidad frente a un estándar externo. Así lo expresa Martina (#02), una mujer de clase alta-2 de 22 años:

**¿Tenías puesto para ver hombres, mujeres, ambos, otros?** Primero puse solo hombres, después ambos y después volvía a solo hombres. Yo estoy abierta a posibilidades, me defino heterosexual porque nunca estuve con una mujer y es como que siento que decirme bisexual porque me he sentido atraída, quizás, que todavía no sé, a algunas mujeres, me parece medio ladri. (...) **¿Sentís que la aplicación te permite experimentar?** Porque... O sea... Yo no... es como que, no sé... No quiero vender algo que quizás (...) No quiero decir ay soy bisexual porque me gustó Miley Cyrus y después... no sé, siento que me apropio de algo que quizás no es mío, no sé, no quiero faltar el respeto, no sé.

<sup>22</sup> Esto podría reconfirmar los hallazgos de Bourdieu en Francia en los setenta (1979: 389-390): las clases populares permanecerían más apegadas a una moral más rigurosa en lo que respecta a género-sexualidad, al tiempo que las diferencias de género y restricciones sexuales tienden a debilitarse a medida que se sube en la jerarquía social. Sin embargo, cabe cierto escepticismo, existe la posibilidad de que el cortocircuito entre “querer” y “concretar” no se halla atestiguado en las clases populares, no porque ellas

a reflexionar sobre el sujeto del feminismo, ¿A quiénes estamos dejando afuera? ¿Cuáles son las posibles estrategias de construcción de transfeminismos populares?

### **(III) Subjetividades activas**

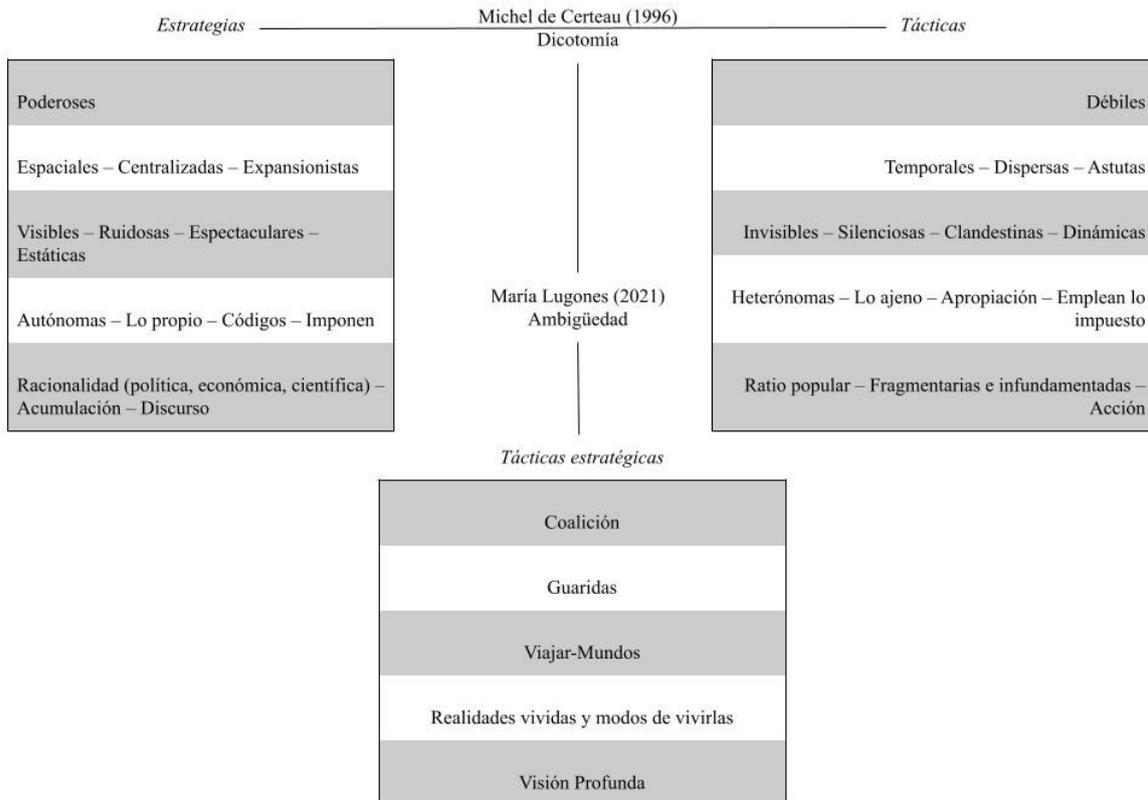
Sin ánimo de dar respuestas, quisiera detenerme en dos casos que pueden llegar a esclarecer la cuestión. Cuando hice las entrevistas hubo dos en particular cuya complejidad me dejó perpleje. Se trataba de dos mujeres cishetero de clases populares cuya experiencia en *Badoo* resistía a esquemas interpretativos unidimensionales. Ante la perplejidad reanudé la investigación bibliográfica y encontré en el feminismo interseccional y decolonial de María Lugones (2021) algunas claves que me permitieran dar cuenta de la tensión entre las estructuras y las sujetas a partir de las lecturas que las mismas oprimidas hacen de sus propias resistencias y de las opresiones que las atraviesan. Si bien son minoritarios, se pueden encontrar abordajes de este tipo sobre las aplicaciones de citas en otros países con otros marcos teóricos (Chan, 2018; Naezer, 2020; Lee, 2021).

Brevemente, según Lugones (2021), hay una tendencia epistémica en la academia a realizar lecturas binarias: o bien hay resistencia o bien hay opresión. Quien ve una, tiende a dejar a un lado la otra. Los enfoques centrados en la opresión suelen retratar a las personas oprimidas como consumidas y agotadas por la estructura que las oprime, mientras que aquellos que se centran en la resistencia suelen caer en la noción (neo)liberal de agencia en la que un individuo cargado de intencionalidad es autónomo y, por extensión, responsable. Ambos puntos de vista, se asientan en una concepción monolítica del sujeto y fragmentada de lo social (hay categorías y unidades donde los sujetos se ubican) incapaz de dar cuenta de los mestizajes. Lugones (2021) encuentra en la obra de Michel de Certeau (1996) un intento por superar esta dicotomía, pero

---

no quieren, sino porque concretan con menos obstáculos; es decir, que las mujeres cishetero de clases populares que quisieron salir con mujeres lo lograron, por lo que no las entrevisté (puesto que se consideran lesbianas o bisexuales y solo entrevisté gente que se considera heterosexual). Esta última opción se aproximaría a los hallazgos de Angela Davis (2022) sobre las mujeres esclavas negras a fines del siglo XIX en Estados Unidos: las mujeres de clases populares –en parte, por la necesidad material– rompen con mayor frecuencia con los roles de género y mandatos erótico-afectivos. Si bien a partir del trabajo de campo intuyo que las conclusiones de Davis son más pertinentes para el objeto aquí analizado y que los postulados de Bourdieu no se aplican a las clases populares del AMBA, se deberían realizar más investigaciones para llegar a afirmaciones concluyentes sobre la cuestión.

argumenta que la dicotomía que separa las “tácticas de los débiles” de las “estrategias de los poderosos” lo ha llevado a obviar el entrelazamiento de la resistencia con la opresión, la ambigüedad: las tácticas estratégicas. Como afirma Lugones, “una persona puede estar siendo oprimida a la vez que resistiendo y actuar de acuerdo con ambas lógicas.” (2021: 46). De esta manera, a partir de un planteo posidentitario y no subjetivista Lugones reformula el esquema de cerateauiano.



Fuente: elaboración propia.

Quisiera detenerme en la última fila. Según de Certeau (1996), los débiles trabajan en un espacio ajeno, por lo que deben aprovechar la oportunidad, ese momento no vigilado que permanece invisible para los poderosos. Al ser efímeras, las tácticas no son precedidas por una planificación, no tienen un discurso que las ordene, son un cálculo veloz que tiene por resultado una acción inmediata. No hay distancia entre pensamiento y acción. Los débiles no disponen del tiempo que el pensamiento demanda por lo que se ven condenados a actuar sin largas meditaciones previas. En suma, los débiles son ajenos a lo discursivo, el pensamiento, y, con ello, a la posibilidad de comprender lo

social. Los débiles no entenderían las lógicas de dominación ni los principios de diferenciación, solamente sabrían operar en ellas para obtener beneficios.

Lugones, en cambio, sostiene que los márgenes son lugares desde los que se desarrolla una “visión profunda” de lo social (2021: 316). Les marginades leen las estructuras de dominación desde abajo. Es un conocimiento anti-utópico basado en lo concreto y que tiene por punto de partida el diálogo polifónico entre los múltiples mundos por los que viaja (el de la familia de la que viene, el barrio en el que vive, la(s) comunidad(es) marginada(s) que integra, el trabajo en un ambiente dominante, entre otros). Al habitar los márgenes y el centro, ambos son comprendidos así como su interdependencia. Esta comprensión es la que posibilita que las políticas de alianza deriven en coaliciones profundas que no ignoren las diferencias internas y sean capaces de transformar lo social.

Habiendo dicho esto, sin más preliminares, presento los dos casos.

#### *Yanina*

Me resumo: no me va pasar pack/charla hOt.  
SexO gratis? hacelo con tu v1eja. Un diseñador para marketing digital xfa  
Como soy wee: alta-gordita-t3tOna-no hay culo señores, se lo llevó Cristo.  
Quiero conocer amigo o la wea que sea que me saque de la rutina.  
Alguien interesante y no rata.  
[Mi primera cita ideal sería:] cena en barco, salir a la playa, todo lo que sea loco y no conozca.

Esa es la descripción de Yanina (#11) en su perfil de *Badoo* al día de hoy. Ella es una mujer cisheterosexual de 23 años. Nació en Buenos Aires, Argentina, y siempre vivió en Parque Chacabuco con su hermana y su madre. A su padre no lo conoce, su madre tiene estudios terciarios y hoy en día está desempleada. Yanina estudió en colegios públicos (en el que tuvo clases inglés) y actualmente estudia en un terciario público para ser maestra jardinera. Tiene un emprendimiento propio de venta de ropa *online* en el que su hermana también trabaja.

Cuando tenía dieciocho años la mayoría de sus amigas estaban de novia, entonces no tenía mucha gente con quien hablar. Con otra amiga soltera se aliaron y empezaron a usar *Badoo*.

Nos habíamos unido y salíamos con chicos por distintos lados, ella por su parte y yo por la mía, nos juntábamos a contarnos las experiencias. Pero, buscábamos más como una salida para divertirse. (...) usaba la aplicación de *Badoo* para salir con chicos que me paguen las cosas. Llegué a salir con chicos copados, no a cambio de nada sexual, pero sí me gustaba como salir a divertirme y que garpe todo.

En aquel entonces, a los dieciocho, usaba las aplicaciones para salir con hombres y divertirse lúdicamente. Hoy en día tiene una aproximación más romántica a la cuestión: “Yo solamente busco dos cosas, una amistad sana y, si con el tiempo esa amistad sana me agrada y me gusta su actitud, se podría llegar a algo más, de ser pareja.”. Aun así, como afirma en su perfil, al día de hoy sigue buscando chicos “no rata[s]” y le gusta que la inviten. El acceso a los bienes de consumo ocupa un lugar central a lo largo de su relato.

Construye su identidad femenina a través del valor de la pureza, diferenciándose del resto de las personas de su edad que buscan “algo casual”, mientras que “yo no chapo en la primera cita”. A su vez, establece una diferencia con su amiga, “hegemónicamente ella [mi amiga] es hermosa, entonces la invitaban a salir chicos de todas las economías, chicos musculosos, re lindos, y ella como, se siente, sabe que es linda, entonces no tenía vergüenza ni nada e iba”. Yanina, en cambio, por momentos siente vergüenzas relativas a cuestiones de clase y la forma y el tamaño de su cuerpo (“alta-gordita-t3tOna-no hay culo señores, se lo llevó Cristo”) que la llevan a que use menos las plataformas. En ciertas ocasiones hace *match* con personas que portan bienes de distinción y un capital legítimo, lo cual le levanta la autoestima.

Y te levanta bastante el ánimo el ver que hay chicos que por ahí vos decís “wow, este jamás me daría bola en mi vida”, o lo que sea. Pero, por ahí, ahí te da *match*. Y vos decís como “waa, es re lindo, o sea, le gusto”. Eso me pasó muchas veces. Muchos tinchos, muchos así, me han dado *match*, musculosos, doctores, y ese tipo de cosas que por ahí yo me imagino y digo “frente a frente quizá’ ni me hablaría”, pero les gusté, les gustó mi foto, qué sé yo, les parecía linda, atractiva, o algo les llamó la atención de mí. Y, entonces, como que te levanta el ánimo eso.

Aunque, esto también tiene un doble filo ya que luego de hacer *match* con chicos “re lindos” le da un “un poco de vergüenza”:

Digo: “ay, no, si me conocen en persona y, no sé, soy horrible” y como el “qué pensarán”, “qué dirán”, como que me da vergüenza por ese lado. (...) Me pasa más que nada con los chicos que son así, super lindos, super musculosos. Veo muchos en sus perfiles que ponen que les gusta mucho ir al gimnasio. Pero, yo gimnasio cero. Entonces, me imagino que buscan a otra piba que sea también así.

Amante de su cuerpo y que lo tenga super bien esculpido, no sé [se ríe] y como que yo no soy la correcta para eso. Además, no me gustan los musculosos igual, paso.

Por otro lado, sus inseguridades también aparecen cuando se compara con otras mujeres. Le “molesta” la posibilidad de que un hombre cishetero con el que tuvo una cita siga “saliendo con muchas minas”, lo cual la lleva a pensar que “siempre hay alguien mejor, así que por ahí estoy perdiendo mi tiempo”.

En suma, hasta aquí Yanina parece ser un caso paradigmático de reconocimiento e internalización de las estructuras y los principios de diferenciación. Se trataría simplemente de una mujer cishetero gorda de sectores populares que anhela bienes de consumo legítimos y de distinción, concibe su feminidad de forma victoriana, y se percibe de menor valor en comparación con su amiga y otras mujeres. El producto de esto es una multiplicidad de “inseguridades” que se traducen en una sensación de “vergüenza”, la contracara es que la aprobación de quienes poseen capitales legítimos le sube la autoestima.

Sin embargo, estas lógicas opresivas están mezcladas con múltiples lógicas de resistencia. Al respecto, me detendré en tres aspectos fundamentales de su experiencia con las aplicaciones de citas. Cabe destacar, que en la entrevista la opresión y la resistencia se dan unidas y aquí las distinguí en el papel simplemente para facilitar la lectura y evitar extensiones indeseables (la entrevista duró una hora y media).

En primer lugar, “no me gustan los musculosos igual, paso”. Si bien Yanina reconoce lo legítimo, ha desarrollado un rechazo hacia lo dominante basado en una comprensión de la relación entre plataformas de citas y clases sociales.

Llegué a usar *Tinder* una vez, pero... pero no me gustó. No me gustó *Tinder*, me parecía que... parecía que había muchos chicos de muy nivel económico bastante alto, *Tinder*, y como que no es de mi preferencia tanto, eh por así decirlo, chetos, porque la aplicación estaba llena de chetos, entonces la eliminé por esa razón. (...) [*Badoo*] me gustaba porque, como que, me aparecían más personas más, no sé si decirlo [así], como de mi nivel económico. Como que hay toda una mezcla que me pareció que en *Tinder* no había.

Desde los márgenes, Yanina desarrolla una serie de categorías prácticas (“musculosos”, “hegémónica”, “lindos”, “nivel económico”) que le permiten moverse por el espacio social, rechazar la dominación y obtener placeres.

Y bueno, si bien no salgo con alguien de una economía más alta como las que hay en *Tinder*, me imagino y bueno, pienso ¿no? A ver, por ahí yo salgo con alguien super cheto, quizás juzga que mi ropa no sea de marca, o en vez de que mis zapatillas sean *Nike*, sean Quique [se ríe], entonces como que me da para pensar, me hace pasar un mal momento y no me siento con ganas de pasar un mal momento así. (...) Siempre, las salidas que he tenido con los chicos de la aplicación, que tampoco fueron muchas, pero, siempre la pasé re bien, charlar, reír y demás.

En segundo lugar, *Badoo* no es solo un lugar de reconocimiento para Yanina, sino también una guarida colectiva en la que se recompone de diferentes violencias y diseña tácticas estratégicas para combatir la soledad y los conflictos familiares.

**¿Dirías que cambió tu vida en algún sentido al usar *Badoo*?** Eh, yo creo que sí. En el sentido de que, por ejemplo, todas las amigas que yo tengo, que son 5 nada más, están todas de novia en pareja y ninguna me habla. No tengo con quien hablar. Entonces, al entrar en esas aplicaciones, quizás hasta puedo llegar a charlar con alguien más que quizás me escuche y pueda tener una charla como amistosa también. (...) A veces, las aplicaciones estas son como psicólogos, porque encontrás psicólogos [se ríe]. (...) Hablar con desconocidos, con gente que quizás no te juzgue tanto como te juzgaría tu mamá, tu papá, tu primo, contándole cosas, que por ahí un desconocido no le choca tanto, porque total, qué sos de él [se ríe], así que a cuántos habré usado de psicólogo [se ríe]. Igual es mutuo también, porque el otro también te cuenta sus cosas. **¿Qué tipo de pregunta les hacías a los psicólogos?** A veces como que yo tenía problemas en mi casa quizás, con mi mamá y por ahí encontraba a alguien para charlar un rato, no sé, le decía “mi mamá se enojó por esto” y como que el otro me decía “ah, pero por ahí, no sé, pensaste en hacer esto...”. Como que era una charla re constructiva ¿viste? El charlar con un extraño porque te podía dar otro punto de vista ¿viste? Escucharte. Por ahí, me sentía triste porque, quizás, me sentía como fea, por así decirlo. Le contaba “mirá, engordé, subí unos cuatro kilos de más” y el otro “tranqui, podés hacer dieta, podés empezar a ir al gimnasio” como que eso ayuda también, ayuda bastante en pandemia, como la charla con el otro sin que sea “che, vamo' a ponerla”.

Claro está, la lógica de la resistencia se enreda con las de la opresión y aquello que sirve para mejorar un vínculo familiar también sirve para reconocer los estándares de belleza y someterse a dietas.

En tercer lugar, los múltiples deseos poscoloniales. A los dieciocho y diecinueve años –antes de que *Badoo* deshabilitara la función– Yanina hacía “vivos” a los que se podía sumar cualquier usuaria de la plataforma como espectadore e interactuar con ella. Sus transmisiones no tenían “nada sexual”, se maquillaba e interactuaba con hombres cishetero que la miraban. A través de estos vivos, llegó “a conseguir una especie de *sugar daddy*”.

Me había hablado un señor de (bah, digo señor pero tiene treinta y algo, tranca, tampoco era muy señor), me había hablado desde Estados Unidos. Él era italiano, vivió en Cuba y de Cuba se fue a Estados Unidos, entonces, hablaba bien el español fluido y podía charlar conmigo, me acuerdo que en el vivo se apareció para preguntarme de forma respetuosa, diciéndome como que le agradaba mucho, como que le caía muy bien, ehh... que le gustaría conocerme un poco más, le gustaría darme un regalo, mandarme un regalo. Me acuerdo que yo todo esto se lo conté a mi amiga y mi amiga me dijo “sí, sí, dale, hablale, pasale tu número”. Me acuerdo que le pasé mi número y el chabón me iba a regalar un peluche grande de unicornio porque había escuchado en mis vivos que yo era muy fan de los unicornios y me lo iba a comprar y me lo iba a mandar. Y, nada, el chabón me dijo que él era alguien que le gustaba, como, como que yo le parecía muy linda, como había escuchado un poco que yo no era como alguien de una economía muy alta que digamos, me había propuesto irme a Estados Unidos con él. Yo obviamente dentro mío dije “no, porque, a ver, es un desconocido, no me voy a ir a Estados Unidos, y si es alguien de la trata, qué”. Me acuerdo que le conté a mi amiga y mi amiga me dice [cambia el tono hacia una voz extasiada] “ay, vos decile que sí, decile que sí, que te vas a ir a Estados Unidos con él, sigan hablando así le sacas plata, le sacas dólares”. Y, bueno nada, charlando con él, con el tiempo como que él me propuso tener como [baja el tono de la voz] tener charlas sexuales a cambio de... de dinero. También se lo consulté –me acuerdo– a mi amiga, porque yo era como muy tímida, un poco, pero en ese momento, como te dije, yo no trabajaba, entonces, accedí. Entonces, me acuerdo que por tener, no sé, charlas *hot*, o por ahí por enseñarle las chichis un rato por foto lo que sea, me mandaba dólares. No me mandaba mucho que digamos. Pero, su ilusión más grande era que yo sea la novia, que yo me vaya a Estados Unidos con él, cambiarme la vida y demás, me decía como cosas así. Y, nada, con él me llevaba bien aunque era bastante [se corta la señal momentáneamente]. Entonces, nada, ehh, fue mucho tiempo el que estuve hablando con él gracias a *Badoo*, siendo mi *Sugar Daddy* en el sentido de que me mandaba plata para comprar, no sé, lencería y esas cosas. Y después consiguió... como vió que yo no, no me iba a ir con él, entonces consiguió alguien más y me terminó eliminando de su vida. **Viendo la experiencia para atras, ¿crees que estuvo buena, crees que estuvo mala, harías algo diferente?** No, la verdad que no, no cambiaría el pasado porque la verdad que estuvo muy divertida. Gracias a algunos de los dólares que me mandaba por ahí me compré sandalias, invité a mi amiga a salir a comer, cosas así. Así que estuvo bastante divertida. Creo que esa es una de las razones positivas por las que sigo usando *Badoo*, me parece. **¿En qué sentido?** En que llegué a encontrar a alguien que, quizás, se preocupó un poco por mí, por así decirlo. Como porque no dar otra oportunidad, si ya pasó una vez, podría pasar de nuevo.

Estructuralmente, estamos ante una desigualdad y una dominación de índole poscolonial que se suman a las lógicas opresivas previamente descritas. Un hombre del Primer Mundo ejerce una dominación material y simbólica sobre una mujer del Tercer Mundo. De fondo operan dos “fantasías” (Hall, 2003b) poscoloniales. Por un lado, el hombre rico y blanco que salva a una mujer pobre y racializada y recibe a cambio su amor. Por el otro lado, la exotización de lo anglo-europeo y la fetichización de los dólares en Argentina. Ambos imaginarios unidos por el relato de la migración hacia el norte como búsqueda de mejores condiciones de vida. Ahora bien, el punto de vista

estructural focalizado en las lógicas opresivas de la racialización de la sexualidad y la sexualización de la raza, no debe llevar a perder de vista las lógicas de la resistencia ancladas en los deseos y placeres de los subalternes (Wade, 2008). Yanina tuvo una experiencia positiva con su “*sugar daddy*” italo-americano. Los dólares que le enviaba le permitieron adquirir bienes de consumo y realizar una acción que para ella (como se infiere de lo señalado previamente) es de un valor enorme: invitar a comer a su amiga, “garpar todo”. Pero, más allá de esto –y también más allá de que la haya “eliminado de su vida”–, él la trató bien. Él se preocupaba por ella. Es más, Yanina la pasó tan bien con su “*sugar daddy*” que es lo que la motiva a seguir usando *Badoo*, en búsqueda de un hombre cishetero que la trate tan bien como la trató él.

### *Maribel*

El perfil demográfico de Maribel (#18) es en muchos aspectos similares al de Yanina, aunque en su experiencia se activan algunas lógicas de la opresión y de las resistencias sobre las que aún no he indagado. Maribel nació en el partido de Esteban Echeverría de la Provincia de Buenos Aires, Argentina, hace 24 años. Vive allí con su madre y dos hermanos. Su padre tiene el secundario incompleto, vive en Paraguay y ella no lo conoce. Su madre sí terminó el secundario siendo adulta y trabaja en la industria textil como costurera. Maribel estudió en colegios públicos (donde tuvo clases de inglés) y actualmente trabaja *part-time* en un *call center* y estudia ingeniería informática en la Universidad Nacional de La Matanza.

Ha desarrollado, al igual que Yanina, una visión profunda de lo social que le permite reconocer la estratificación de las plataformas de citas y desarrollar una serie de categorías prácticas y sistemas clasificatorios (diferentes clases sociales, “clasista”, “careta”, “tincho”, “mili-pili”, “responsabilidad [afectiva]”, “vínculos familiares”, “manera de ver las cosas”, entre otras) que le permiten moverse por el espacio social maximizando placeres.

**Entre *Tinder* y *Badoo*, ¿cuál es tu preferida? Va ganando *Badoo* ¿Por qué?** Y por el tema de que *Badoo* te da más opciones a la hora de conocer gente, tiene la opción para filtrar que eso está bastante bueno, y quizás *Tinder* es un poco más abarcativo, ehh, y no sé por qué siento que es un poco más clasista, ehh, noté mucho eso en que en *Tinder* hay más gente de plata en *Tinder*. En *Badoo* podés conocer a más personas y que verdaderamente están más dispuestos a sociabilizar. *Tinder* la veo muy, como, muy careta por decirlo así, hay mucha gente que quizás

es muy superficial a comparación de *Badoo*. **¿Y esto en qué lo notas, en las fotos, en el trato, en ambas cosas?** En las fotos y en las personas que llegué a conocer. **¿En las fotos en qué se ve?** Ehhh... siempre son en playas, en lugares así, muy... y no en lugares tranqui como una placita. (...) esto lo digo también por las localidades que me saltan, porque la mayoría son de San Vicente, Palermo, Tigre, de zona norte, y bueno, sin ir más lejos, no vas a encontrar una persona de clase baja en zona de Palermo o Tigre. Y a mí me llamó mucho la atención eso de *Tinder*, entonces quizás lo planteaba desde ese lado. O personas que quizás eran de, no sé, toda zona capital, que tenían fotos en París, Italia y esas cosas y bueno, es muy llamativo, demasiado llamativo. (...) Quizás la única diferencia que hay entre salir, no sé, con una persona que vive en capital y otra que vive, no sé, sin mentirte, en Monte Grande, es en el tema de la comida. El de capital siempre te va a decir, o va a ser más quisquilloso con lo que quiere que uno de provincia —es muy clasista lo que digo—. Le decís: “bueno, vamos a comer papafritas en la plaza” y se re copan, cosa que le decís a un porteño y no sé, te ven con cara de “nooo, vamos a un local, ah”.

Maribel utiliza *Badoo* tanto para encontrar una relación seria como algo casual o una amistad. En su círculo social no utilizan estas aplicaciones y no se hablan estos temas, son más de conocer gente “persona a persona” y “amigos de amigos” porque desconfían de estas plataformas. Sostiene que lo peor de utilizar las aplicaciones de citas es que le cuesta “congeniar” con los hombres porque “solo quieren coger” o “tienen cero responsabilidad” ya que empiezan una conversación, pero después “cuelgan”, dejan de responder. Quizás se podría inferir que por estos dos motivos también tiene configurada la aplicación para ver perfiles de mujeres en búsqueda de una amistad, lo cual le permitió conocer una amiga de una clase social más alta. Precisamente esto es para Maribel lo mejor de utilizar las plataformas de citas.

**Mirando hacia atrás toda tu experiencia con las aplicaciones de citas ¿qué fue lo mejor de usarlas?** Me copa que hasta ahora (por eso sigo apostando a usar estas aplicaciones) podés encontrar y conocer personas de diferentes ideologías, mentalidades, profesiones, trabajos y de diferentes lugares. Y eso está buenísimo. Creo que es un re plus porque podés, no sé, hacerte amiga de una persona que vive en Belgrano, una persona que vive en Florencio Varela, y bueno, si hay buena química, amistad, puede darse lo que sea.

Romper con la homogamia de clase le permite a Maribel, cual etnógrafa o socióloga reflexiva, cuestionar sus propias prácticas y modificarlas.

**¿Te gustó, entonces, conocer gente de otras clases? Sí. ¿Qué dirías que es lo mejor de esa experiencia?** La manera de pensar o de ver las cosas. Eso es lo que me gusta mucho. Digamos, las personas que tienen diferentes clases sociales ven las cosas de manera distinta a la tuya. No sé, el año pasado me había hecho amiga de una persona que vivía en Palermo. Le decía de cariño “Mili Pili”. [Merío]. Esa amistad me ayudó bastante a empezar a llevarme bien con mi familia. Igual, esto es muy clasista, lo sé, pero normalmente pasa que las personas que

tienen posición alta, medianamente estable, suelen tener vínculos mejor afianzados con la familia que, quizás, las personas de clase media abajo. Es algo bastante llamativo, no sé por qué sucede. Y, por lo menos en mí, esta amistad que tuve me ayudó bastante a plantearme si mis vínculos con mis familiares estaban siendo realmente buenos o si hay manera de mejorarlos. Así que ese es un pequeño ejemplo. **Okay, yendo a lo más concreto, ¿cómo fue ese cambio?** Bueno, no fue que concretamente me dijo: “¡mejoré la relación con tu mamá!” [risas]. Si no que, quizás... que cuando hablábamos de nuestros familiares ella me contaba del suyo, me contaba cómo se llevaba con su mamá, con sus familiares y a mí como que me hizo replantearme. Primero, me llamó bastante la atención cómo se llevaba con sus familiares. Y bueno, eso como que a mí particularmente me hizo replantear si es que estaba teniendo yo el vínculo familiar correcto. De a poco fue como que empezó a cambiar mi manera de ver respecto a la familia y a vincularme de una manera más poroseable, por decirlo así. Quizás antes nunca había conocido esa parte, que uno podía llevarse así de bien con la familia y que bueno, es un trabajo que en realidad lo tenés que hacer bastante y trabajar mucho en vos mismo. Entonces, ver esta perspectiva de su situación familiar fue lo que a mí me ayudó por lo menos a querer mejorar la mía.

Desde los márgenes de clase y género, Maribel adquiere una visión profunda de lo social. Viaja de un mundo a otro, rompe el cerco y sale de las posiciones en las que las estructuras sociales la habían ubicado y, así, entra en contacto con otras realidades. Conocer un mundo que en principio le era ajeno le permite cuestionar el propio y apropiarse de ciertas prácticas que, en su contexto, se convierten en lógicas de resistencias múltiples. Despliega una serie de tácticas estratégicas que no se limitan a los vínculos familiares (como si fuera poco), sino que cuestionan la división sexual del trabajo y le permiten comenzar una trayectoria vertical de ascenso al retomar la universidad.

**Esto de “otra manera de ver las cosas”, ¿también lo notas con el estudio o con el trabajo?** Sí, lo noto bastante. Igual en esto se nota bastante que yo tengo otra clase social, pero es más que nada porque, ehh... generalmente me ayudó mucho a vincularme con esta clase de personas, porque son personas que, quizá por la condición social que ellos tienen, tienen la mentalidad un poco más relajada en cuanto a la vida en cuanto a su proyección de vida que quizás por mi parte nunca lo llegué a tener por un tema que siempre hubo necesidades en mi familia. Entonces, digamos que mi meta siempre era priorizar las necesidades de mi familia y gracias a que conocí a esta clase de personas es que empecé a relajar un poco más y a tomar más responsabilidad con mi vida misma que con la vida de mi familia, por decirlo así, o sea, sigo teniendo las dos prioridades, pero, ehh, a mí como que relacionarme con estas personas me ayudó a anteponer mi proyección de vida, mis metas, y a centralizar más en mis ideas y mis pensamientos. Cosa que quizás no lo hubiera logrado si no hubiera conocido a estas personas, y que bueno que es una realidad que a veces choca bastante, es bastante crudo, pero es así, una persona que quizás tenga una clase un poco más estable que una persona que no, tiene una mentalidad distinta de la otra, y una manera de ver la vida muy, muy distinta, que a veces eso puede ayudar, pero depende mucho de la otra persona, y bueno en mi caso como quería realmente ver o conocer otras formas de ver la vida, me ayudó y

me sigue ayudando conocer toda clase de persona, ya no es más específico sino que es más abarcativo, y que cada persona te pueda enseñar algo o te pueda ayudar a mejorar algo y bueno, es esa mi mentalidad. **¿Me darías un ejemplo de este cambio?** En mi casa me pasaba que trabajaba muchísimo, solamente tenía libre los domingos después del mediodía, o sea, metía toda cantidad de horas extras, insalubres, existentes y por existir básicamente, porque quizás quería cambiar las condiciones que había en mi casa. No sé, qué sé yo, algo tan simple como, no sé, arreglar algo, entonces para mí era trabajar para ayudar a mi familia, digamos. Hasta que después empecé como a frenarme un poco gracias a estas amistades. Decir, bueno, pero no estoy haciendo nada por mí porque sin ir más lejos vivía trabajando constantemente y los domingos el poco tiempo que tenía era para salir. Que, digamos, yo en su momento lo veía normal, lo veía bastante bien, decía: “bueno, estoy teniendo, por lo menos, medio día libre que lo aprovecho para salir”. Hasta que después llegué a conocer otra persona que tenía la misma edad que yo, ya estaba finalizando su carrera y como que me hizo replantear... Yo había dejado trancos los estudios hacía como dos años en ese momento y como que me di cuenta que no estaba haciendo absolutamente nada por mí. Igualmente, esta persona nunca me dijo eso, pero te das cuenta cuando quizás, no sé, quizás preguntan “¿qué hiciste en la semana?” Y la otra persona te dice que salió a la plaza con su familia a disfrutar el día y vos te das cuenta que lo único que hiciste fue tener la mitad del domingo libre y usarla para salir y ahí empezás a darte cuenta que no estás priorizándote. Era así, no estaba priorizando ni mi descanso, ni mis metas, ni mi proyección. Ahí particularmente me ayudó a darme cuenta que estaba trabajando demasiado, que no estaba dedicándome absolutamente nada en cuanto a mis metas o mi vida misma, porque sin ir más lejos, la vida parada por dos años solamente para trabajar. **¿A partir de eso decidiste retomar los estudios o algo?** Sí, tal cual, empecé a tomar menos horas, después como a quizás darme el lujo (y digo “el lujo”, aunque no debería ser así) de salir dentro del rango horario que se suponía que tenía que laburar y empezar a estudiar cursos pagos como para ir adquiriendo la continuidad de estudio y ya cuando me sienta más preparada retomarlos. Eso en su momento, hoy por hoy ya lo retomé y toda la cosa. Así, que es un final feliz. [Chasqueo y seguimos hablando un rato, tengo la voz quebrada.]

Para concluir, las experiencias de Yanina (#11) y Maribel (#18) presentan un desafío epistemológico: no pueden ser reducidas a una única lógica, su ambigüedad me lo impide. A cada paso, encontramos opresiones y resistencias múltiples enredadas. Ambas están atravesadas por estructuras de clase y género que las ubican en posiciones subordinadas, ya sea frente a lo legítimo o frente a su familia y a sí mismas. Sin embargo, ambas también despliegan una serie de tácticas estratégicas que les permiten resistir a las lógicas opresivas, crear nuevos sentidos y darle cabida a sus deseos y placeres. Estas estrategias tácticas se anclan en una visión profunda del espacio social que Yanina y Maribel construyen desde abajo, desde los márgenes, por lo que estas estrategias tácticas no están en ningún sentido escindidas de las lógicas de opresión, sino que se producen desde adentro de ellas, con ellas, y suponen una creación que las

excede. Así, en un mismo movimiento ambas reconocen lo legítimo, lo rechazan (selectivamente) en búsqueda de placeres. Pero, sus prácticas con las plataformas de citas van más allá de una mera relación con lo legítimo/dominante. En épocas en las que las plataformas son criticadas por el sentido común académico por aislar a los individuos en un solipsismo espectacular yoico, Yanina y Maribel utilizan *Badoo* para crear guaridas y viajar-mundos, establecen alianzas interseccionales que les permiten transformar su cotidianidad y hacer sus vidas más vivibles.

## **Implicancias**

La mayoría de los análisis sobre los efectos de los discursos mediáticos en relación al género y la sexualidad suelen caer en perspectivas punitivistas y etnocéntricas asentadas en oposiciones binarias (vulnerable/resistente, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas) que identifican la cultura de masas con la opresión y el feminismo con la liberación. En este capítulo me propuse romper con estas tendencias a través de un trabajo de campo que se acerque a las prácticas de los usuarios desde su propia perspectiva teniendo en cuenta cómo el género, la sexualidad y la clase condiciona su experiencia. En vistas a ello, presenté un marco teórico-metodológico ecléctico a partir de la sociosemiótica, los estudios culturales latinoamericanos y británicos, la sociología bourdiana, y, principalmente, los estudios de género y el pensamiento interseccional.

Con estas perspectivas en mente analicé veintidós entrevistas semi-estructuradas que hice a usuarios jóvenes (de 18 a 25 años) cisheterosexuales de plataformas de citas, provenientes de diferentes clases sociales. Dado que el análisis estuvo centrado en tres ejes, quedaron muchos aspectos del género y la sexualidad sin ser abordados, así como cuestiones relativas a la etnia, nacionalidad, religión y edad. Quedan abiertas, entonces, múltiples líneas de investigación para quienes deseen estudiar las plataformas de citas desde una perspectiva interseccional.

Recapitemos, como indiqué, el análisis estuvo estructurado en torno a tres ejes: la decodificación de las plataformas según la clase social, el orden de la interacción en relación a la sexualidad y las resistencias múltiples a los sistemas de opresión entremezclados. A partir de la descripción de estos fenómenos formulé una explicación

acerca del funcionamiento social que invita a una reflexión transfeminista en diferentes planos.

El primer eje señaló que les usuaries clasifican las plataformas desde su lugar en el espacio social. Esto quiere decir que según su clase tienen determinadas preferencias en torno a las plataformas de citas y las juzgan con parámetros específicos. Así, se puede hipotetizar que estamos ante una estratificación de las plataformas de citas que se retroalimenta con la homogamia de clase. Haber llegado a esta conclusión invita a una reflexión política: ¿Con quiénes interactuamos y con quiénes no? ¿A quiénes interpelan nuestros discursos transfeministas y a quiénes no? ¿Cuáles son las fronteras de clase que debemos transgredir para establecer una coalición profunda capaz de transformar lo social?

El segundo eje estuvo dedicado al orden de la interacción, concluyéndose que este se presenta como una estructura rígida que impide la transformación social transfeminista. Siguiendo a Lugones (2021), Goffman (2009) y Bourdieu (1990), podría afirmar que el género y la sexualidad se presentaron a lo largo de la tesina como estructuras interaccionales en el nivel meso. Todo esto nos invita a una reflexión ética sobre nosotres mismas: ¿Qué roles ocupamos cuando interactuamos con quienes nos gustan y qué roles les asignamos a ellos? ¿Qué expectativas tenemos de ellos y qué expectativas tienen de nosotres? ¿Cómo nos sentimos cuando no cumplimos con estos roles y expectativas? ¿Qué posibilidades les damos a les otros para que no los cumplan? ¿Qué estrategias vamos a tomar para facilitar los caminos hacia la exploración y la desidentificación? ¿Qué vamos a descartar y qué vamos a resignificar?

El tercer eje versa en torno a la experiencia en las plataformas de citas de dos mujeres cisheterosexuales de clases populares cuya ambigüedad resquebraja cualquier intento de explicación lineal y binaria. Lo cual constituye una invitación para una reflexión epistemológica: ¿quiénes son objetos de conocimiento y quiénes sujetos epistémiques? ¿Cómo nos relacionamos con quiénes estudiamos y cuál es su rol en el proceso de construcción de conocimiento? ¿Quiénes son consideradas agentes de lucha y quiénes no? ¿Cuáles son las resistencias que ya son efectivamente llevadas a cabo y qué no hemos tenido en cuenta? ¿Cómo podemos participar de estas formas de resistencia y qué podemos aprender de ellas? Quizás sea momento de extender el epígrafe de David Halperin (2000) con el que empezó la tesina en clave interseccional.

## **Recapitulación**

Desde el campo de Comunicación y Género, en la presente tesina me propuse estudiar el funcionamiento del género y la sexualidad en las plataformas de citas utilizadas por jóvenes cisheterosexuales del AMBA. Durante ese recorrido acudí a diferentes teorías y enfoques que articularon el análisis, desde la teoría *queer* y el pensamiento interseccional hasta la sociosemiótica y los estudios culturales.

Las plataformas de citas son definidas como “aplicaciones basadas en el internet móvil y la geolocalización utilizadas, principalmente, para interactuar con potenciales parejas” (Comunello y Parisi, 2021). A la fecha han sido abordadas desde diferentes perspectivas: el ensayismo latinoamericano, la sociología del amor, la dramaturgia goffmaniana, la escuela francesa del análisis del discurso, entre otras. Si bien retomé la mayoría de estos trabajos, también señalé dos procedimientos, íntimamente ligados, que marcan la forma en que el sentido común académico suele aproximarse al fenómeno.

Por un lado, el reduccionismo (Verón, 1978): la tendencia a reducir todo lo que sucede en las aplicaciones de citas a una sola gramática de producción, sea ésta la del *show* del yo, la ruptura del lazo social, la mercantilización del amor, la ludificación de los vínculos erótico-afectivos. De esto se suele seguir cierto menosprecio por las prácticas de los usuarios, generalmente retratadas como banales y narcisistas.

Por otro lado, una “ficción fundacionalista” (Justo y Spataro, 2015): el axioma de que la cultura de masas es perjudicial para los sujetos –y, particularmente, para las mujeres– da forma a una serie de binarismos que estructuran los análisis: vulnerabilidad/resistencia, opresión/agencia, cosificación/liberación, víctimas/feministas, tontas/críticas. En ambos casos, no hay necesidad de trabajo empírico alguno: la conclusión ya se conoce antes de empezar la investigación. El sentido común académico sobre las aplicaciones de citas impide acercarse a las prácticas de usuarios concretos, al criticarlas (o celebrarlas) no intenta comprenderlas ni aproximarse a sus universos de sentido.

Para superar estos obstáculos epistemológicos, llevé adelante una investigación empírica que constó de tres instancias analíticas: (I) el análisis de las interfaces de las plataformas de citas; (II) el estudio de las prácticas de auto-representación de hombres y mujeres cisgénero heterosexuales de 18 a 25 años residentes de Buenos Aires en perfiles

de *Tinder*; y (III) la reconstrucción de las gramáticas de reconocimiento que rigen el consumo de usuaries cisheterosexuales en términos de género, sexualidad y clase a partir de entrevistas a usuaries. Los datos con los que trabajé fueron de dos tipos: capturas de pantalla y entrevistas. En la primera parte, doscientas capturas de pantalla de las interfaces y las notificaciones de las plataformas de citas. En la segunda parte, 2873 capturas de pantalla de cuatrocientos perfiles de usuaries de *Tinder*. Por último, veintidós entrevistas semiestructuradas, de una duración aproximada de una hora cada una, a usuaries jóvenes (de 18 a 25 años) cisheterosexuales residentes del AMBA. En cada una de estas instancias puse en juego diferentes conceptos con la intención de romper con el sentido común académico sobre las aplicaciones de citas. Estos conceptos adquirieron diferentes aristas a medida que se abordaba una faceta u otra de las plataformas de citas y su consumo. A continuación, se recapitularán algunos de estos desarrollos.

#### *Las matrices relacionales erótico-afectivas*

Existen múltiples matrices relacionales erótico-afectivas dentro de una cultura que condicionan las prácticas discursivas, insertan a los sujetos en relaciones de poder, brindan inteligibilidad a los cuerpos, producen alteridad y, al encarnarse en ellos, establecen un universo de emociones posibles y adecuadas ante cada situación (Martín-Barbero, 1987; Wittig, 2006; Butler, 2018a). De esta manera, las matrices suponen un régimen sensorial que rige la forma en que los cuerpos aparecen en escena: restringe las tareas que cada cuerpo puede realizar y aquello que considera posible (Rancière, 2007; Metz, 1972). Así, cada matriz construye una red de relaciones –más amplia que la mera pareja, ya que afecta también a familiares y amistades– en las que los sujetos encarnan un rol específico que les confiere cierto valor social, cierto reconocimiento (Marentes, 2019). Ahora bien, las matrices no son la eterna repetición de lo mismo; aunque parecidas, todas las telenovelas no son iguales. Cada vez que la matriz es puesta en práctica se actualiza, dando lugar a cierta variación. A tal punto que la matriz puede volverse contra sí misma en un movimiento de transgresión; de tratarse de un movimiento reiterado en el tiempo termina por producirse una transformación en la matriz.

A partir de la sociología del amor se pueden reconstruir al menos tres grandes matrices relacionales erótico-afectivas en el siglo XX: la victoriana, la romántica y la

lúdica (ver “Capítulo 1”). Hoy en día estas matrices han sufrido algunos cambios tras la masificación de los feminismos. No obstante, contrariamente a lo que se suele creer, la matriz romántica sigue teniendo un lugar central en la configuración de los sujetos. De un total de veintidós entrevistadas jóvenes de diferentes clases sociales, diecisiete expresaron principalmente valores y preocupaciones románticas cuando comentaban sus prácticas en las aplicaciones de citas. Desde luego, en muchos sujetos había solapamientos que manifiestan cierto carácter lúdico que se relaciona con las interfaces de las aplicaciones de citas, pero el romance sigue siendo la forma predominante de entender las prácticas erótico-afectivas en los jóvenes del AMBA (ver “Capítulo 3”). Por otro lado, en ciertas mujeres jóvenes universitarias y de clases altas pareciera impregnarse cada vez más cierta sensibilidad postfeminista en la que el empoderamiento se ancla en la belleza, el consumo y el éxito profesional. Los tropos de la chica que todo lo puede [*can-do girl*] y de la chica que siempre está lista para el sexo (heterosexual) [*always up for it*] son un *locus* que aparece a menudo en los perfiles y que se halló en dos entrevistadas. De esta manera, la apropiación postfeminista de la matriz lúdica habilita a algunas mujeres jóvenes a asumir el rol de *playboy*. Y si bien es indiscutible que aquí hay cierta liberación sexual y equidad de placeres, no debemos caer en la “ironía” del dispositivo de la sexualidad (Foucault, 2008). Este nuevo modelo de feminidad trae consigo una serie de presiones cruzadas: deben mostrarse sexuales, pero no demasiado, puesto que si no perderían estatus y serían insultadas; deben mostrarse con confianza y seguridad, pero no en demasía, puesto que no sería muy femenino de su parte; deben mostrarse vulnerables, pero no demasiado, puesto que eso sería patológico y no muy feminista de su parte. Presiones que son renegociadas y rechazadas mediante diferentes estrategias por las usuarias de aplicaciones de citas (ver “Capítulo 2”).

Siendo este el panorama de lo cisheterosexual, se abren preguntas políticas: cuando estas matrices erótico-afectivas producidas bajo la heteromononorma son habitadas por disidencias, ¿la matriz sigue siendo la misma? ¿El estereotipo de la lesbiana “intensa”, por ejemplo, opera dentro de la matriz romántica o su apropiación por parte de una corporalidad disidente supone una fuga? ¿Cuál es nuestro lugar, el lugar de los sujetos trans latinoamericanos, en estas matrices heteronormativas?

#### *El ritual de cortejo heteronormativo*

Erving Goffman (2009) ya había advertido que el género juega un papel determinante en el orden de la interacción. María Lugones (2021) hizo, a su vez, un aporte sustantivo al pensamiento interseccional y chicano al conceptualizar el racismo como un fenómeno interaccional. En este sentido, en la tesina se sostuvo que el género y la sexualidad se presentan como estructuras interaccionales en el nivel meso.

Las plataformas de citas, entre otras cosas, son un lugar de levante. Les sujetos cisheterosexuales las utilizan para concretar encuentros con otros sujetos cisheterosexuales. Hallé que las interacciones que se dan por chat y durante estos encuentros están estructuradas por el tradicional ritual de cortejo heteronormativo. En este ritual, el hombre cishetero se acerca a una mujer cishetero que lo espera; para iniciar la conversación él le hace un chiste y ella se ríe; luego, ya avanzada la conversación, él la invita a salir y ella acepta la esperada invitación; posteriormente irán a la primera cita, etcétera, etcétera. Toda esta serie de actos, roles, expectativas, disposiciones y ceremonias constituyen un ritual que estructura la interacción entre personas cisheterosexuales.

Según Butler (2021), los rituales producen a los sujetos a través de las prácticas que los conforman. La práctica produce la identidad que posteriormente justifica y explica la práctica: no rezamos porque creemos, sino que creemos porque rezamos (Althusser, 2015). Participar del ritual brinda identidad. En este ritual, el sujeto también es ubicado en el campo, la identidad va aparejada con un lugar en el espacio social. La repetición del ritual a lo largo del tiempo ancla esta creencia en los sujetos, que incorporan la estructura del campo con las disposiciones corporales adyacentes (Bourdieu, 2017). Los sujetos son inteligidos en tanto y en cuanto participan del ritual y a partir de su participación en este. En suma, el ritual de cortejo heteronormativo produce subjetividades generizadas y sexualizadas. Ahora bien, dado que el ritual se reproduce a través de la repetición de sus prácticas ceremoniales, los sujetos también pueden desviarse del ritual y dirigirlo contra sí mismos, ya sea al realizar sus prácticas en un contexto que les es ajeno o al realizar una práctica que rompa con las expectativas ceremoniales (Derrida, 1994).

A lo largo de la investigación se describieron dos manifestaciones de este ritual. En primer lugar, al examinar los perfiles de hombres y mujeres jóvenes cisheterosexuales del AMBA en *Tinder*, se señaló que estos perfiles están estructurados

retóricamente por el ritual de cortejo heteronormativo a partir del tradicional binarismo actividad/pasividad, incluso en aquellas expresiones que invierten las expectativas (ver “Capítulo 2). En otra oportunidad, a partir de entrevistas a usuaries jóvenes cisheterosexuales de diferentes clases sociales residentes del AMBA, se encontró que muchos individuos universitarios y de clase media hacia arriba experimentan cierto malestar cuando participan del ritual de cortejo heteronormativo (ver “Capítulo 3”). Hombres y mujeres cishetero sienten presiones por cumplir las expectativas y cuando se rebelan contra estas sufren castigos y la inseguridad les invade. A su vez, muchas mujeres intentan salir con otras mujeres a través de estas aplicaciones, pero no lo logran debido a que ya han incorporado el ritual de cortejo heteronormativo. En palabras de una informante: *hay problemas de comunicación.*

En conclusión, el orden de la interacción se presenta como una estructura rígida que impide la transformación social transfeminista. Cada vez más sujetos son interpelados por los feminismos y empiezan a cuestionarse sus propias prácticas, sexualidad, expectativas y roles de género. Debido a que el cambio se da más rápido en el plano subjetivo (aquí, nivel micro) que en el orden de la interacción (aquí, nivel meso), los sujetos experimentan malestar cuando participan del ritual de cortejo heteronormativo y cuando intentan salirse del mismo.

El análisis realizado de dicho ritual lleva a plantearnos una serie de cuestiones. Por un lado, un problema político: ¿quiénes son los sujetos del feminismo y quiénes no lo son?; ¿quiénes se están quedando afuera? No es menor el hecho de que las transgresiones de los roles y expectativas de género acá identificadas sean más frecuentes en los sectores altos. Por otro lado, un problema ético: ¿qué roles ocupamos cuando interactuamos con quienes nos gustan y qué roles les asignamos? ¿Qué expectativas tenemos de ellos y qué expectativas tienen de nosotros? ¿Cómo nos sentimos cuando no cumplimos con estos roles y expectativas? ¿Qué posibilidades les damos a los otros para que no los cumplan? ¿Qué estrategias vamos a tomar para facilitar los caminos hacia la exploración y la desidentificación? ¿Qué vamos a descartar y a resignificar? ¿Qué formas alternativas de interacción estamos construyendo?

*La (auto)representación del género*

En la década del setenta, cuando los feminismos se propusieron estudiar la representación del género en los medios de comunicación, había una división tajante entre el sujeto de la representación y el objeto representado. Recuperemos un ejemplo cinematográfico del “Capítulo 2”: de un lado de la cámara estaba Otto Preminger y del otro lado Marilyn Monroe. Sin embargo, hoy en día, con la llegada de las plataformas digitales, como sucede con las *selfies*, sujeto y objeto de la representación convergen. De allí que se haya empezado a hablar de auto-representación. Esto complicó los esquemas tradicionales con los que los feminismos habían pensado la cuestión: ya no se podía hablar de “sexualización” o “cosificación” a secas, como si las mujeres fueran simples víctimas del proceso, sino que era necesario dar cuenta de la internalización de las estructuras opresivas y las relaciones de poder.

La auto-representación es una “práctica significativa” (Hall, 2003a). En tanto práctica, (I) forma parte de un ritual que es previo a ella y que continúa una vez que ella ha terminado (Butler, 2021) y (II) supone trabajo y reflexividad (Harvey, 2020). En tanto trabajo (sexual), carece de valor axiológico (Preciado, 2021): la auto-representación no es buena ni mala por sí misma, no atenta contra los lazos sociales y afectivos ni contra la singularidad. Dicho trabajo no es etéreo, sino que se encuentra situado temporal y espacialmente, por lo que hay una multiplicidad de condicionamientos y de tramas de sentido que atraviesan las prácticas de auto-representación. En tanto significativa, forma parte de un proceso productivo intertextual (Verón, 1993) y como todo discurso, tiene una dimensión performativa, produce la identidad que vendría a develar (Arfuch, 2002; 2007; Butler, 2018). De esta manera, analizar la auto-representación del género no consiste en develar la masculinidad hegemónica que se escondería detrás del discurso, sino dar cuenta de las complejas tramas de sentido que atraviesan las prácticas de auto-representación en una cultura mediática postfeminista (ver “Capítulo 2”, especialmente la nota al pie 14).

Para finalizar, dado que la mayoría de los productos mediáticos postfeministas son producidos en Estados Unidos, podemos preguntarnos: ¿Cómo son reapropiados en Latinoamérica? ¿A los sujetos de qué clases sociales y configuraciones interseccionales interpelan? ¿Cuál es el rol de las celebridades postfeministas internacionales y locales en esta cultura mediática? Y, para finalizar la tesina con una cuestión que pretendo

indagar en el posgrado: ¿qué hacemos les sujetos trans latinoamericanes, en tanto audiencia, con la cultura mediática postfeminista? ¿Cómo consumen y son consumidos?

## **ANEXO**

## 1. Proyecto de beca estímulo UBACyT

Puede consultarse el plan de trabajo de la beca estímulo UBACyT (2021-2022) y el de su prórroga (hasta abril 2023) en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1x2RHBt-oomQFWOKWWgNo8R2in5CtnGfD?usp=sharing>.

## 2. Tabla tarifaria de suscripciones.

Las plataformas de citas analizadas ofrecen un servicio básico gratuito (crearse un perfil, hacer match y chatear) y la posibilidad de adquirir mayor visibilidad y ventajas especiales si se abona una suscripción. La mayoría de las suscripciones son mensuales y en divisa estadounidense (salvo por Badoo que hasta hace poco ofrecía la posibilidad de abonar en pesos argentinos). Algunas aplicaciones ofrecen dos tipos de suscripciones, siendo la más cara la que más beneficios ofrece; por ejemplo, *Tinder gold* ofrece likes ilimitados por 16 dólares estadounidenses mensuales y *Tinder platinum* ofrece ver quiénes nos han dado like por 20 USD mensuales. *Meetic* y *e-Harmony*, no utilizadas en el Río de la Plata, tienen la particularidad de no ofrecer servicios gratuitos y exigir una suscripción para utilizar la aplicación. Lo que nos interesa son las diferencias relativas de precios, que como veremos en el tercer capítulo tienen efectos considerables a la hora de elegir una plataforma por parte de los usuarios.

A continuación una tabla con las tarifas de las aplicaciones de citas más populares en el AMBA y algunas que son exitosas en otras regiones.

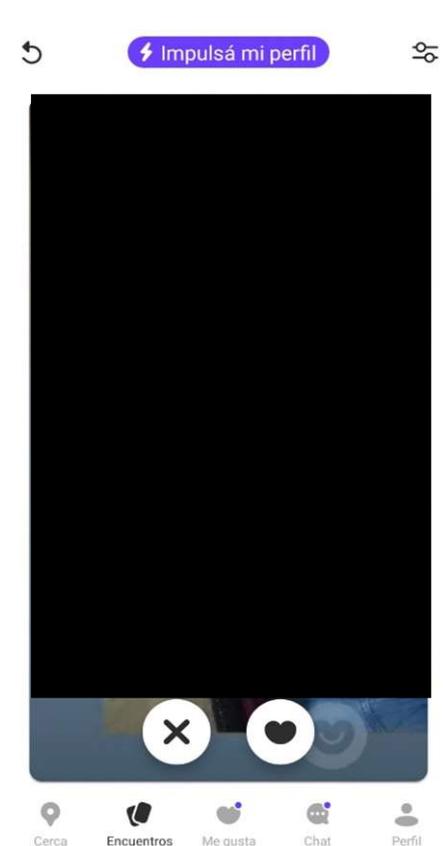
Tabla tarifaria			
↓	Servicio mensual gratuito	Tarifa diaria	Tarifa mensual
<i>OkCupid</i>	✓	✗	40 USD
<i>Bumble</i>	✓	✗	35 USD
<i>Tinder</i>	✓	✗	16 o 20 USD
<i>Happn</i>	✓	✗	10 USD
<i>Badoo</i>	✓	0.25 USD	6 USD
<i>Facebook</i>	✓	Gratis	Gratis
<i>Parejas</i>			
Usadas exclusivamente por la comunidad LGBTI+			

<i>Her</i>	✓	✗	15 USD
<i>Grindr</i>	✓	✗	10 USD
<i>Lex</i>	✓	✗	Gratis
No presentes en Argentina			
<i>Meetic</i>	✗	✗	40 USD
<i>e-Harmony</i>	✗	✗	36 USD

### 3. Interfaces

#### **Conjunto de imágenes N°1: *Swipe***

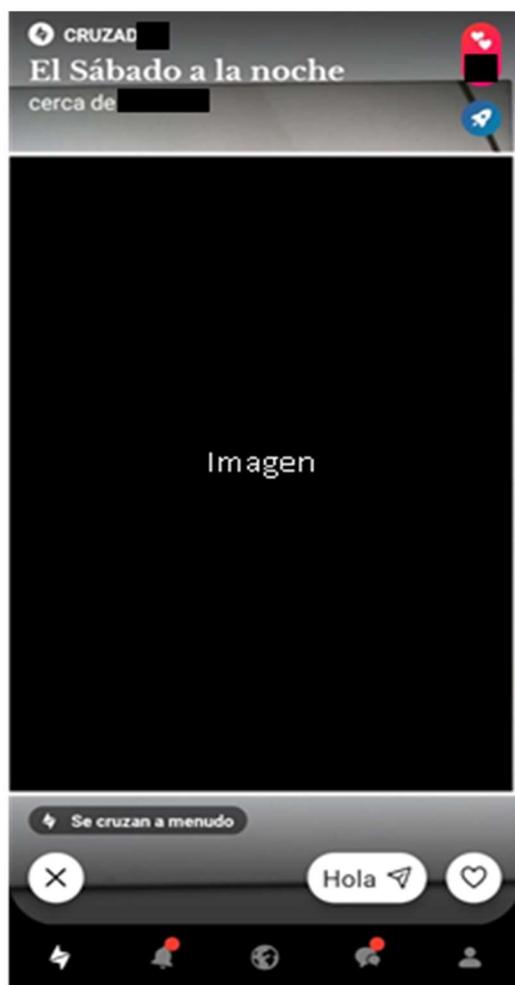
*Swipe* en *Tinder*, *Happn*, *Badoo* y *OkCupid*. Se pueden observar tres variables: imagen, texto y botonera. La distribución de las mismas lleva a que se priorice en mayor o menor medida el texto y, así, la plataforma se construye como más centrada en lo visual o en lo verbal.



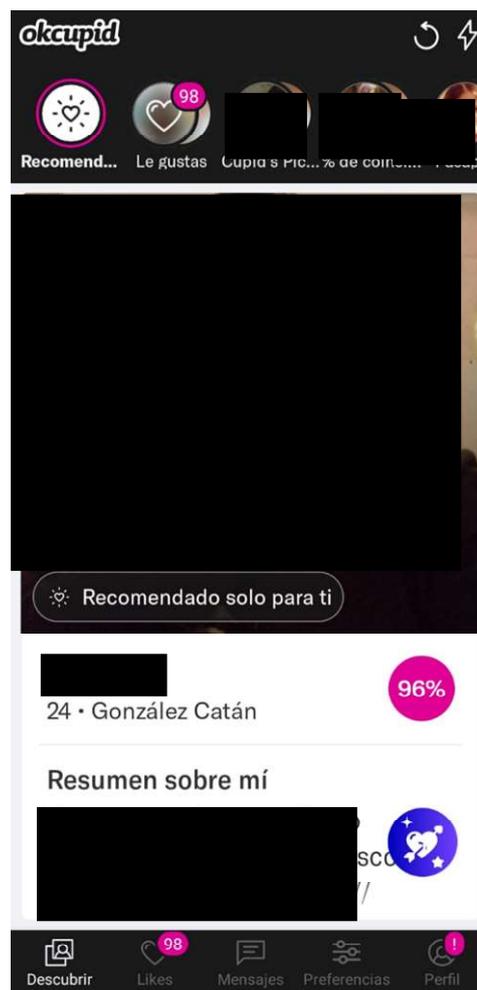
(*Swipe* en *Badoo*)



(*Swipe* en *Tinder*)



(Swipe en Happn)



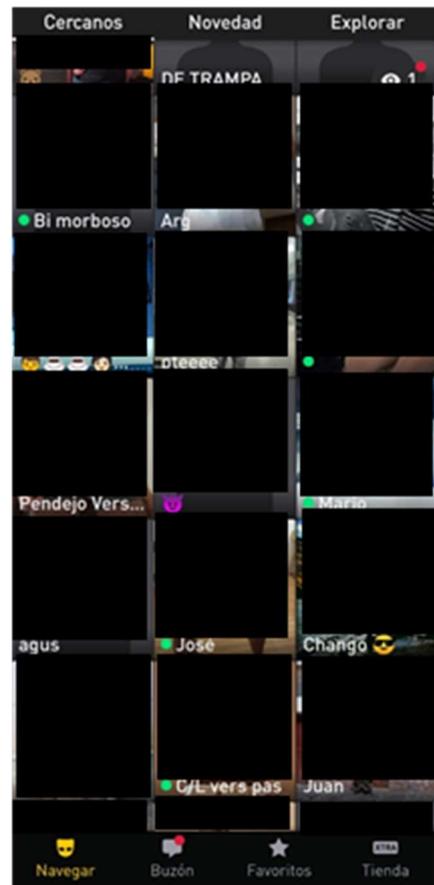
(Swipe en OkCupid)

### Conjunto de imágenes N°2: Feed

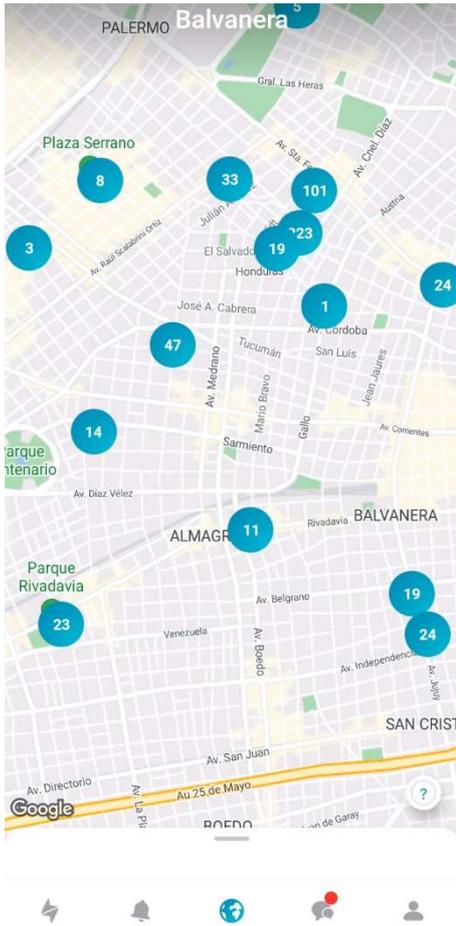
Feed en Badoo, Grindr y Lex, map en Happn. En los tres primeros casos se despliegan los perfiles como si se tratara del menú de un restaurante, en Badoo las imágenes tienen prioridad, en Grindr la imagen es fijada por breves palabras que dan cuenta de preferencia y/o estereotipos de la comunidad gay y en Lex el texto es el único protagonista.



*(Feed en Badoo)*



*(Feed en Grindr)*



(Map en Happn)



(Feed en Lex)

### Conjunto de imágenes N°3: Q&A

Q&A en *OkCupid*. Si se hace *tap* en el perfil (ver el *swipe* de *OkCupid* en la figura 1) y se desliza hacia abajo se encuentra con este cuestionario que fundamenta el porcentaje de compatibilidad. A la hora de crear una cuenta, *OkCupid*, *e-Harmony* y *Meetic* solicitan a sus nuevas usuaries que respondan un largo cuestionario acerca de sí mismas y de lo que buscan en otras personas; las preguntas generalmente están vinculadas a creencias (astrología, política, religión, etc.), hábitos de consumo (alcohol, cine, drogas, tabaco), rasgos de personalidad (ordenada/desordenada, intensa/despreocupada, emocional/racional/artística, celosa/confianzuda, normal/rara), estatus (empleo, estudio) y algunas trivialidades, como si gusta o no de aplaudir cuando el avión aterriza. En función de las respuestas las plataformas crean porcentajes de compatibilidad entre les usuaries y muestran los perfiles según estos. Las respuestas se dividen en tres categorías: “de acuerdo” (a X le gusta ir al teatro y a Y también o de vez en cuando), “en desacuerdo” (a X no le gusta ir al teatro y a Y sí, siempre y cuando Y haya indicado

que prefiere conocer personas a las que les guste el teatro) y “descubrir” (X respondió la pregunta, pero Y no).

*Tinder*, por su parte, incorporó esto bajo el nombre de “intereses” (dentro de los que incluye “café”, “fotografía”, “fútbol”, “astrología”, “emprendedurismo”, “memes”, “*Netflix*”, etc.), no obstante, estos son opcionales y los usuarios pueden elegir si quieren que el algoritmo les muestre personas con intereses similares o no.



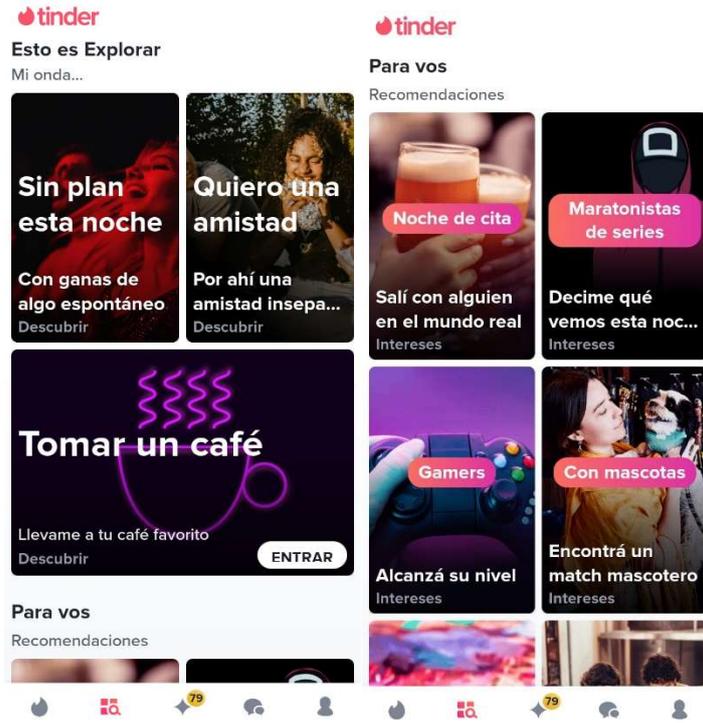
(Q&A en *OkCupid*)



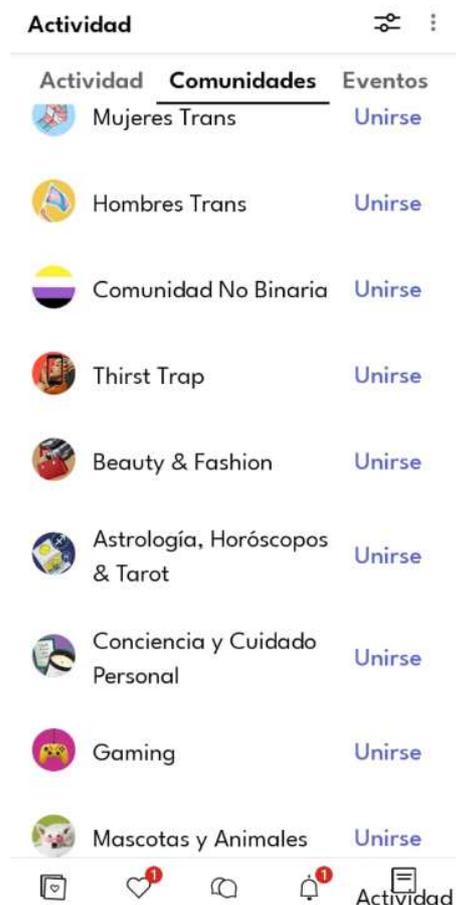
(Q&A en *Tinder*)

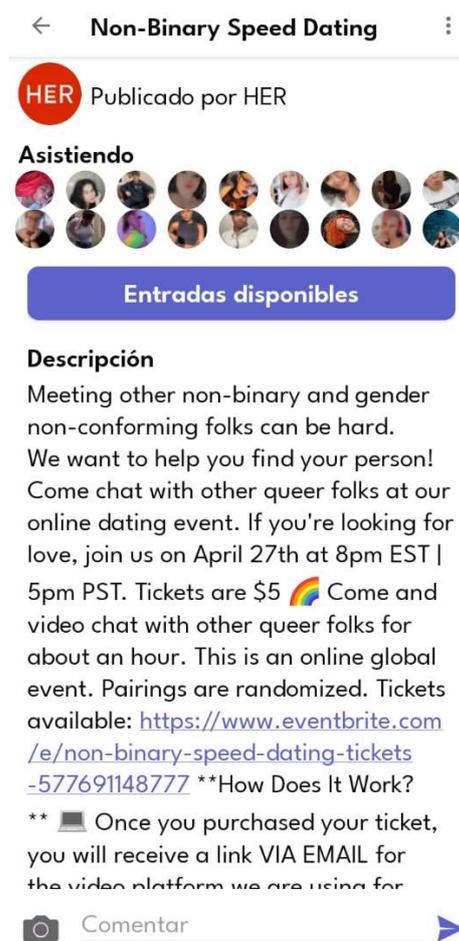
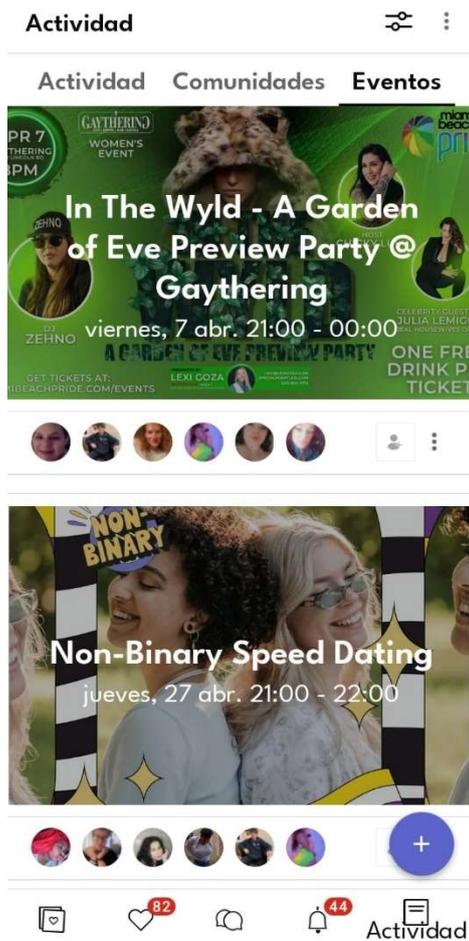
#### Conjunto de imágenes N°4: *Activity-Bonding*

*Activity-Bonding* en *Tinder* y *Her*. Le usuario se registra para una actividad y/o una comunidad, dentro de esta puede encontrar o bien un *feed* (en *Her*) o bien una dinámica de *swipe* (en *Tinder*).



(Activity-Bonding en Tinder)

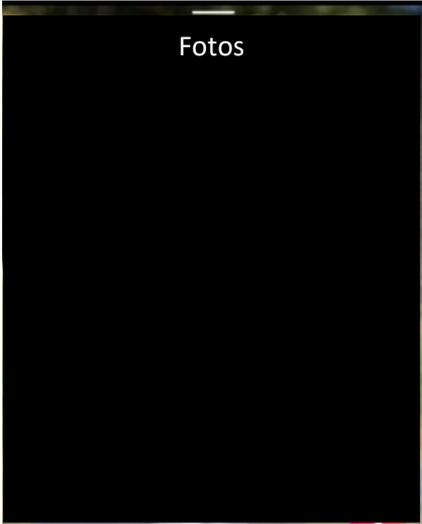




(Activity-Bonding en Her)

#### 4. Perfil de *Tinder*

Si bien es muy difícil encontrar un perfil que tenga todos los elementos ofrecidos por la aplicación, uno casi completo se ve así:



Nombre Edad

Verificado

- Trabajo
- Estudios
- Localidad
- Distancia

Busco  
Algo casual o algo estable

Sobre mí

Descripción

Lo básico

- Aries
- Todavía no sé
- Me vacuné
- Soy mejor en persona
- Compartir tiempo

### Estilo de vida

- Perro
- En ocasiones especiales
- No fumo Seguido
- Carnívoro/a
- Activo/a en redes
- Me gusta madrugar

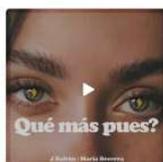
### Intereses

- Viajar
- Música
- Karaoke
- Salir a tomar algo
- Asados

**Mi canción**  
Cuando Nadie Ve  
Morat



### Mis artistas favoritos de Spotify



J Balvin  
Qué Más Pues?



Maluma  
Sobrio

COMPARTÍ EL PERFIL DE [REDACTED]  
FIJATE QUÉ OPINAN TUS AMIGOS

DENUNCIAR A [REDACTED]



## 5. Sistemas clasificatorios

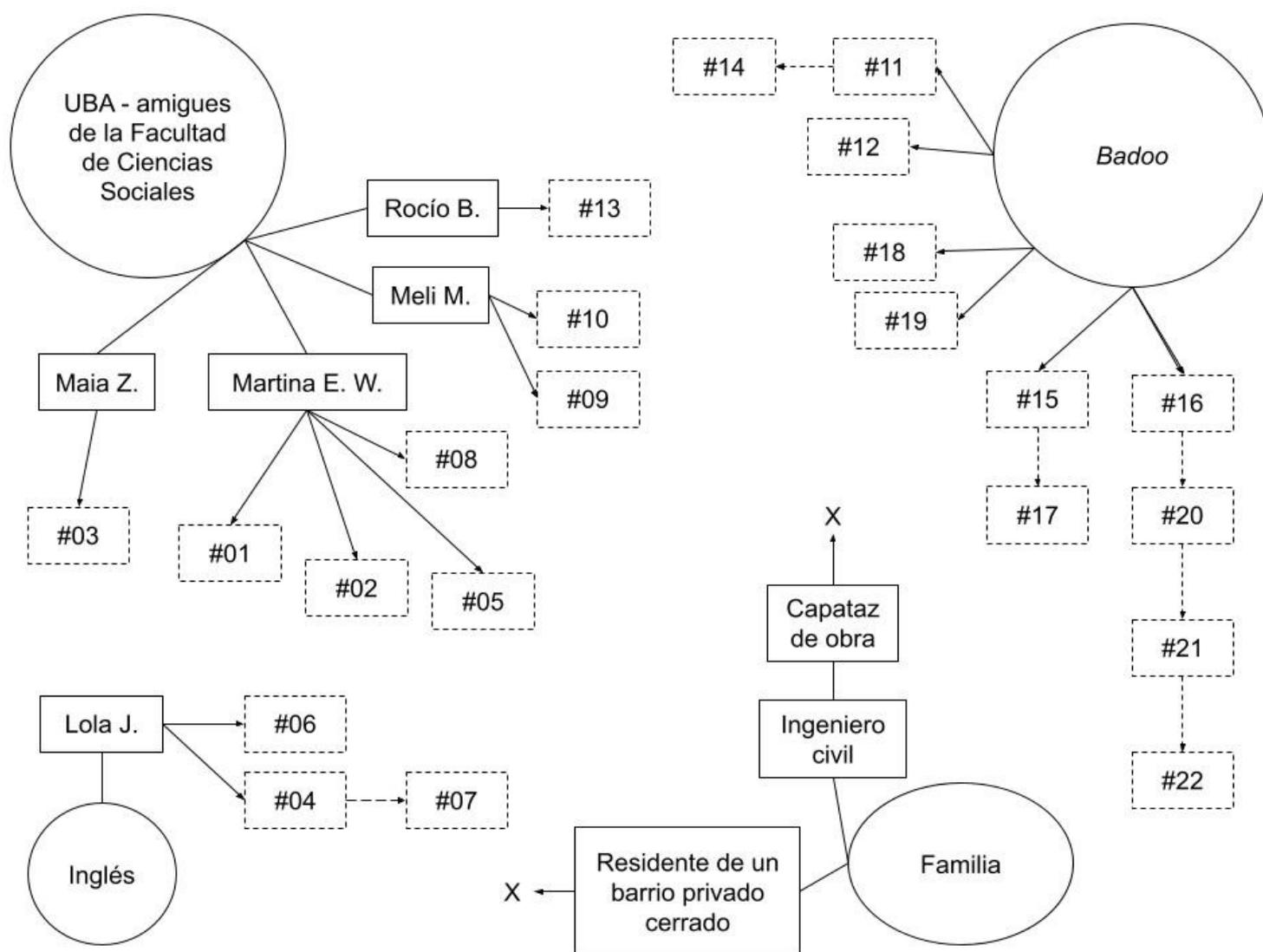
A lo largo de las entrevistas los informantes expresaban valoraciones sobre su propio perfil y los ajenos, manifestando los sistemas clasificatorios que guían sus prácticas de auto-representación y criterios de selección. Clasifiqué dichas valoraciones en positivas y negativas según cómo eran modalizadas en el discurso de los informantes, luego conté las ocurrencias y obtuve la tabla que figura abajo, posteriormente las transformé en una nube de palabras mediante WordClouds.com. Opté por mantener los marcadores de género que utilizaron los informantes en vez de adaptar las palabras al lenguaje

inclusivo porque hay categorías que cambian de sentido cuando se aplican sobre un hombre cishetero o sobre una mujer cishetero.

Valoraciones positivas (y número de ocurrencias)	Valoraciones negativas (y número de ocurrencias)
Tranqui (5)	Fotos en pelotas (3)
Buena onda (3)	Alocado (1)
Relajado/a (3)	Busca una sola cosa (1)
Artística (2)	Complicado (1)
Buena persona (2)	Con mucha guita (1)
Copada (2)	Exagerar (1)
Divertida (2)	Exigente (1)
Normal (2)	Fotos por toda Europa (1)
Real (2)	Frívolo (1)
Amistoso (1)	Hot (1)
Auténtica (1)	Impostura (1)
Bonita (1)	Intensidad (1)
Buenas vibras (1)	Le gusta salir (1)
Fiestera (1)	Mostrar algo que no sos (1)
Genuina (1)	Pedante (1)
Interesante (1)	Seria (1)
Mostrar quien soy (1)	Superficiales (1)
Natural (1)	Viva la pepa (1)
Original (1)	Vueltera (1)
Sexy (1)	
Sinceridad (1)	
Soy esto (1)	
Transparente (1)	
Verdadero yo (1)	

## 6. Estrategias de contacto

### Redes de informantes



### Perfil en Badoo

Debido a que la aplicación (por razones de seguridad) no permitía fotos que no tuvieran humanas, puse tres imágenes más (las mismas que tengo en *Instagram*)

y verifiqué el perfil. Luego completé la información que la aplicación solicita de la siguiente manera:

- ✓ Nombre: *Isabel*
- ✓ Edad: 23
- ✓ Para qué estás acá: *Abierto a chatear*
- ✓ Sobre mí:

*Estoy haciendo una investigación para la universidad sobre aplicaciones de citas. Ya entrevisté a gente de Tinder y ahora estoy entrevistando de Badoo.*

*La entrevista dura 1 hora, es completamente anónima y por llamada o videollamada.*

*\*\*Se paga 700\$\*\**

*Son preguntas sobre cómo usas la app, por ejemplo: qué querés mostrar cuando armas tu perfil.*

*Si te interesa, dame like y conversamos sobre cualquier inquietud que tengas.*

- ✓ Trabajo: *Docencia e investigación*
- ✓ Educación: *UBA*
- ✓ Estoy interesade en... *#escucharmúsica. #cocinar. #honestidad. #amistad. #películas.*

## **Mensajes enviados**

Los mensajes enviados por WhatsApp siempre fueron los siguientes:

*Hola! Cómo estás? Soy Isa, amigue de XXXXX*

*Me dijo que te sumas para hacer una entrevista sobre apps de citas, puede ser?*

*La entrevista sería anónima, por meet o llamada y la usaría solamente para la tesis y recibirme de comunicación en la UBA*



Los mensajes enviados por Badoo suponían un mayor nivel de responsabilidad ética puesto que muchas veces les usuaries suelen dar like sin leer las descripciones:

*Holi, cómo va?*

*Pudiste leer mi perfil? Te coparía sumarte a una entrevista?*

*Ayy, genial!*

...

*Tenés alguna duda sobre cómo sería la entrevista? O algo que quieras saber?*

*Perfecto, pásame tu WhatsApp y combinamos por ahí.*

...

## 7. Consentimiento Informado

Fecha: XX/XX/2023

Nombre de le participante: XXXXX  
Medio de contacto: Badoo/amigue de amigue

Nombre de le investigadore: *Isabel Vasen*

Título del proyecto de investigación UBACyT:  
*Retomas discursivas en tiempos de convergencia: producción, circulación, consumo*

Descripción de la investigación:  
*Conocer las prácticas de les usuaries de plataformas de citas jóvenes (18 a 25 años) y residentes del AMBA. Se indagará qué uso les dan y cómo entienden su propio uso.*

Declaro:

- la entrevista es completamente anónima y en ningún momento se utilizará el nombre de la persona entrevistada
- toda la información recolectada en la entrevista se utilizará exclusivamente con fines académicos
- extrema confidencialidad con toda la información compartida
- solamente le investigadore tendrá acceso a la grabación de la entrevista

Le entrevistade tiene derecho a:

- no responder preguntas
- terminar la entrevista en cualquier momento
- leer el resultado final de la investigación y hacerle llegar sus comentarios y opiniones a le investigadore
- En el caso de finalizar la entrevista, le entrevistade recibirá una remuneración de: 700 \$ (setecientos pesos)

Duración aproximada de la entrevista: 1 hora.

Las entrevistas se realizarán de forma sincrónica a distancia, ya sea por videollamada o, si le entrevistade prefiere mantener resguardado su rostro, llamada telefónica.

Al asentir a lo anterior este documento doy mi consentimiento a lo expresado previamente y declaro participar voluntariamente de la siguiente entrevista.

Lo que aparece subrayado variaba según el mecanismo de contacto. Solamente se les ofreció una remuneración a quienes había contactado a través de *Badoo* o por contactos de *Badoo* mediante bola de nieve. Tomé esa decisión ya que al ser personas que no me conocían, asumí que necesitaban un incentivo para ayudarme con su participación.

## 8. Encuesta

- I. Género:
- Masculino
  - Femenino
  - Otro: \_\_\_\_\_
- II. Hoy en día estás:
- Soltero/a/e
  - En pareja
- III. En las aplicaciones de citas tenes o tenías puesto para ver:
- Hombres
  - Mujeres
  - Ambos
  - Otro
- IV. ¿Entre que edades?
- V. Hoy en día estás:
- Laburando
    - ¿De qué trabajas? ¿Full-time, part-time o freelance?
  - Estudiando
    - ¿Qué estás estudiando? ¿En qué universidad?
  - Ambas
  - Ninguna de las dos
- VI. ¿En qué barrio o localidad vivís? ¿Desde hace cuánto vivís ahí? ¿Con quiénes vivís?
- VII. ¿Tu papá y tu mamá trabajan? ¿De qué? ¿Qué nivel educativo tienen (primario, secundario, terciario, universitario)? ¿Están casades, separades o divorciades?

Cabe aclarar que no se enunciaron las preguntas tal y como aquí aparecen modalizadas, sino bajo las convenciones de la conversación.

## 9. Cuestionario entrevistas

Se agradece a Gabriel Hernández y Nicolas Canedo por sus sugerencias en la elaboración del cuestionario. Con el devenir de las entrevistas se fue perfeccionando el cuestionario hasta alcanzar en la octava entrevista la versión definitiva aquí expuesta.

### Uso

1. ¿Qué aplicaciones de citas usaste y cuáles usas últimamente?
2. ¿Hace cuánto las usas?
3. ¿Cuándo las usas? ¿En qué momentos? ¿En qué lugares? ¿Cuándo sí y cuándo no? ¿Hay algo que te impida usarlas más seguido?
4. Usas alguna otra red social para levantar o chamuyar gente desconocida (*Twitter, Instagram...*)
5. ¿Para qué usas las aplicaciones? En el caso de que solicite especificación: buscar amigos, pareja, sexo casual, solo para ver, etc.
6. ¿Usas (o usaste) todas las aplicaciones de citas que tenés (o tuviste) para lo mismo? ¿Tu perfil es igual en todas las aplicaciones o cambias las fotos y el texto?
7. ¿Cuál es tu app de citas preferida? ¿Cuál es la que menos te gusta?
8. ¿Notaste alguna diferencia en las personas que usan cada aplicación? ¿En qué viste esa diferencia?

### Criterios de selección

9. En el momento en el que estas pasando de perfil en perfil, qué es lo que te lleva a aceptar o rechazar un perfil. Si no logra contestar, formular en concreto: (a) contame dos perfiles que hayas aceptado/rechazado, o, (b) hay gente que le da siempre like a los perfiles con fotos de gatos, ¿hay algo que sea un sí o un no definitivo para vos?

### Perfil

10. ¿Cómo armás tu perfil? ¿qué querés mostrar? ¿qué no querés mostrar? ¿te gustaría tener algo más para mostrar? Si tuvieras que resumir qué imagen querés dar con tu perfil, ¿qué palabras utilizarías?
11. ¿Qué buscan las mujeres/hombres cishetero (varía según el género y la sexualidad de le informante) en los perfiles? ¿Consideras que tenés eso que buscan?

### Círculo social

12. ¿Tus amigos usan estas aplicaciones? ¿Qué opiniones tienen sobre ellas? ¿Te afectan esas opiniones?
13. ¿Sabés con quiénes matchean? ¿Sabés si alguna vez las usaron para ver personas de su mismo género? ¿Vos alguna vez las usaste para ver personas de tu mismo género?

### Interacción

14. Vos estás deslizando por las aplicaciones de citas y de golpe hiciste un match, ¿qué pasa después? ¿Sos de enviar el primer mensajes o esperas que te lo manden?
15. Una vez que están hablando y la conversación es buena, ¿pasan a otra aplicación o se quedan en esa?
16. ¿Sos de invitar a salir o esperas a que te inviten?
17. En todo este proceso, desde que hicieron el match hasta la cita y durante la cita misma ¿sentís algún tipo de presión por actuar de cierta manera?
18. ¿Cómo dirías que se manejan los hombres/las mujeres a lo largo de este proceso? ¿Cómo te tratan? ¿Te gustaría que se manejen o te traten de otra manera?
19. ¿Notás alguna diferencia en cómo se maneja la gente en cada aplicación? ¿a qué crees que se debe?
20. ¿Saliste alguna vez con una persona de otra clase social, ya sea para arriba o para abajo? ¿Cómo te diste cuenta que era de otra clase? ¿Cómo fue la experiencia? ¿Notaste alguna otra diferencia?

### Placer y deseo

21. Viendo para atrás, teniendo en cuenta todo el tiempo que usaste estas aplicaciones, ¿qué es lo mejor y qué es lo peor de usarlas?
22. ¿Cambió algo en tu vida a partir del uso de las aplicaciones de citas? Lo ilustrarías con un ejemplo o anécdota.

Una vez más, cabe aclarar que no se enunciaron las preguntas tal y como aquí aparecen modalizadas, sino bajo las convenciones de la conversación.

## 10. Gráfico del espacio social para esta investigación

Clase	Subposición dentro de la clase	Nomenclatura dentro del texto
Clase alta	Alta-alta	<b>Alta-1</b>
	Alta-media	<b>Alta-2</b>
	Alta-baja	<b>Alta-3</b>
Clase media	Media-alta	<b>Media-1</b>
	Media-media	<b>Media-2</b>
	Media-baja	<b>Media-3</b>
Clase baja	Baja-alta	<b>Baja-1</b>
	Baja-media	<b>Baja-2</b>
	Baja-baja	<b>Baja-3</b>

## 11. Tabla informantes

También puede consultarse *online* en el siguiente enlace:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sODF5xV92TSMVWaw6fY4qa\\_Q68BEAToE/edit?usp=sharing&ouid=113281893119612939773&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sODF5xV92TSMVWaw6fY4qa_Q68BEAToE/edit?usp=sharing&ouid=113281893119612939773&rtpof=true&sd=true)

## 12. Fragmentos sobre plataformas y clase

Los fragmentos están ordenados de forma decreciente siguiendo un criterio de clase con el objetivo de evidenciar como cada clasificación está condicionada por su lugar en el sistema de clasificaciones.

Victoria (#06), mujer cishetero, clase alta-2: *Bumble* es más selecto, ponele, es medio nicho todavía. (...) Me cambié [de *Tinder* a *Bumble*] porque *Tinder* se había hecho tan popular que estaba lleno de chabones turbios que solo quieren coger, entonces era como [frunce la cara y mueve la cabeza hacia los lados]. (...) Y yo trato de seguir las tendencias. Ponele, ahora está de moda *Hinge*, pero acá no llegó. (...) **¿Habías dicho que los perfiles en *Bumble* eran “más selectos”, a qué te referís con eso?** (...) lo que decía es que, cuando vas swiipeando, *Bumble* no llegó tanto, o sea no está tan instalado (por lo menos cuando yo lo usé), entonces la gente que hay es gente que... no sé, tipo de las zonas en las que yo me muevo, en Palermo, Villa Crespo. Gente que le va esto de que la mujer pueda escribir primero, gente que está probando también, porque es algo más nuevo. *Tinder* ya está instalada también como “el lugar”, y, nada, es una paja.

Tomás (#10), hombre cishetero, clase alta-2: **¿Usaste tanto *Tinder* como *Bumble* para lo mismo o cambio eso?** Con *Bumble* capaz como que era una aplicación, sentía que más para conectar con alguien, que con *Tinder* que capaz es solo... para más... algo más casual. **¿Y eso lo notabas cuando hablabas con la gente o es algo que escuchaste o que crees?** Sí, sí, lo llegué a notar. Bah, por lo menos con la gente que chateé se notaba esa diferencia: capaz en *Tinder* ser más directo y en la otra más primero conocerse bien para después tener un encuentro que también sea más, no sé, un café a la tarde o alguna de esas cosas. **¿Y los encuentros de *Tinder* cómo eran?** Como que estaba más explícito, depende la persona también, de una quizás capaz ya querían juntarse o quizás citas más nocturnas de salida, para un encuentro, algo así. **¿Y esto de que la gente era más directa en *Tinder*, vos también eras más directo chateando o no entrabas en esa?** No, no. Así, como te dije antes, ¿viste? Yo no soy de... una persona que cuando no conoce a alguien puede, puede charlar mucho. Yo soy más hablar en persona, entonces como que por chat no, no puedo. [inaudible] Si ya la conversación se tornaba algo más directo como que, bueno —con cuidado, por así decirlo— iba.

Gala (#13), mujer cishetero, clase alta-2: **¿Conociste gente de otros ambientes, otras clases, otros países?** (...) Salí con gente de diferentes ideas capaz. Diferentes perspectivas, mismo, polémico, yo soy feminista, entonces, ahí en las charlas siempre sale, debatir, hablar y ver el pensamiento del otro lado. **¿Y tuviste alguna mala pasada?** No, no, más o menos también te das una idea por la imagen y por las cosas que ponen. Como que capaz nunca tuve a alguien tan tan opuesto a mí, entonces como que más o menos... **¿Cómo te dabas cuenta en las imágenes?** No sé, capaz yo elegía a los pibes más comunes, ponele, ¿no? Ehh, que están, no sé, en el pasto, no sé, no sé cómo explicarte esas imágenes, pero son pibes como más, más comunes, por así decirlo, como medio “hippies”. **¿Cómo son los pibes que no son comunes?** No sé, los que están muy muy producidos, que son muy *Ken*, que se fijan mucho en la imagen, esos claramente no porque no son mi estilo. Tipo, muy, que se fijan en lo, en lo físico y en lo estético de la imagen. Me gusta más el natural y en las fotos resale eso capaz. **El *Ken* me lo**

**imagino con una foto trabando en la playa, ¿sería ese estilo?** Claaaro, así, un poco trabado o con la camisa explotada en el medio de un boliche. (...) **¿Saliste alguna vez con un pibe de otra clase social?** Sí. **¿De clase más alta o más baja?** Más baja. **¿Notaste alguna diferencia o cómo fue la experiencia?** Son diferentes, pero no sé si es por eso, capaz para mí no sé si tanto clase social sino más si son más de barrio o no, como que no lo pondría tanto en clase social. Eh, como que, no sé, como que son más... piolas, no sé cómo decirte... más copados... más graciosos también, o en el caso que yo tuve, no. **¿En qué lo veías eso?** No sé, capaz en las charlas, en los puntos de vista, como que no son tan charlas... Igual nada, cómo que depende también lo que estás buscando. No sé, como, ehh, como, ehh, a ver cómo decirte... Pero, no sé si la palabra sería “mejores”, básicamente son más gauchitos. O sea, si no vamos tanto a la charla, porque las charlas capaz que son las mismas, si no si vamos más al acto, es diferente. Son más gauchitos. **¿En qué notas esa diferencia?** En como se manejan, corte, como que lo dan todo, o sea, sí se interesan por la otra persona y por cómo la pasa, no es tan egoísta en el “bueno, la paso bien yo y listo”. **¿Y solamente una vez saliste con personas así?** No, no. Varias. Son de mi preferencia. [Risas] (...) **Estos pibes, que vos decís que quizás son de otra clase ¿son los mismos que vos decías que eran “pibes comunes”, “con una fotito en el pasto” y “gente interesante”?** Sí.

Daniela (#01), mujer ns/nc sexualidad, clase media-1: **¿Cuál es tu aplicación de citas preferida?** *Happn* me pareció más accesible más real. Por el tipo de perfiles que encontrás. El tipo de gente que encontrás. Me pareció más real, un poco más real que *Tinder* seguro. En *Tinder*, mucho perfil grandilocuente, no sé cómo decirlo, y mucha gente, entonces, es muy difícil. *Happn* tiene menos. **¿Qué es lo que les hace ser más reales?** Biografías más honestas, fotos también. En *Tinder* encontrás muchos perfiles muy retocados, bueno nada gente muy bomba, así con fotos biceps, playa, y también tiene más pinta de catálogo *Tinder*. (...) **¿Que buscan los hombres en las apps de citas?** Yo creo que muchos hombres que entran a *Tinder* es porque están buscando “sin compromisos”, entonces buscan una mujer “relajada”, “suelta”, “desinhibida”, como para que se pueda dar una relación casual, nada, sexual, así, rápido. **¿Y en Happn eso cambia?** No, no, también. Igual, es mucha menos gente y *Tinder* tiene mucha más gente que busca eso. En *Happn* hay un poquito más de todo y menos gente, entonces la proporción es distinta, se reparte.

Juan (#05), hombres cishetero, clase media-1: **De esas aplicaciones que usaste (Tinder, Bumble, OkCupid), ¿cuál fue tu preferida?** Creo, creo que *Tinder*. Simplemente porque ahí es donde conocí a la mayor parte de las personas. De *Bumble* nunca saqué a nadie de ahí, o sea, nunca pude matchear con nadie ahí. Y en *OkCupid* sí, pero nunca terminé en nada. Probablemente sea porque *Tinder* es la que más usé. **¿Por qué la usaste más?** En términos de cómo funciona la aplicación, no, prefiero muchísimo más *OkCupid*, por ejemplo, porque creo que es mucho menos objetivista y muchísimo más ir a lo que te gusta, ese porcentaje que te da de cuanto matcheas con la otra persona creo que está bueno. Pero, al final del día, en *OkCupid* terminaba teniendo menos matches o las personas con las que matcheaba no terminaba llegando a nada. Entonces, era como medio situación del huevo y la gallina, como menos matcheaba por *OkCupid* o por otras aplicaciones, entonces menos la usaba, y entonces menos matcheaba, y entonces menos la usaba.

Julia (#03), mujer cis ns/nc sexualidad, clase media-1: **De las aplicaciones que usaste (Tinder, Badoo y OkCupid), ¿Cuál tu preferida?** La que me pareció que pude entablar como los vínculos más ehh, no sé, más genuinos y más acordes a mi

personalidad (que creo que algo del algoritmo debe tener que ver) es *OkCupid*. (...) [*Badoo*] era un espanto (...) era muy machista **¿En qué veías eso?** Como que aparecía mensajes todavía más inapropiados que en *Tinder*, no sé cómo explicarlo. (...) Burdamente podría decir que en *Tinder* quieren garchar así como a robots, como garchas a un robot y en *OkCupid* sea una intención más de conocer a una persona en todas sus facetas, a un nivel quizás más humano.”

Lucas (#08), hombre cishetero, clase media-1: **¿Qué aplicaciones de citas usaste y usas hoy en día?** Eh, *Tinder* más que nada. **¿Y has probado otras?** Eh, tuve un tiempito una que se llama *Bumble*, me parece, pero la di de baja. **¿Cuál es tu aplicación preferida?** *Tinder*, es la más conocida, por eso es la que uso.

Manuel (#07), hombre cishetero, clase media-2: Mi preferida es *OkCupid* (...) *OkCupid* es un pueblo y *Tinder* es más como la capital. *OkCupid* es más tranqui, qué sé yo, y *Tinder* tiene toda esa voráGINE del microcentro. **¿Y esa voráGINE pasa porque una sea más sexual, más directa?** Sí, sí, justamente. **¿Y *OkCupid* cómo sería?** La gente que está en *OkCupid* es distinta, o sea charlás, qué sé yo, llegás a tener conversaciones más interesantes.

Guillermo (#21), hombre cishetero, clase media-3: **Entre las aplicaciones que usaste (*Tinder*, *Badoo* y *Facebook Parejas*), ¿cuál es tu preferida?** *Facebook Parejas*. La gente suele tener menos maquillaje por así decirlo, en la aplicación esa. (...) Otra cosa más agrego: no tiene opciones de pago. Medio que me enoja la visión de lucrar con la necesidad social de la gente o la soledad de la gente por parte de las compañías. Así que dije “bueno, si esta no te cobra, listo.” (...) **¿Notaste alguna diferencia en el tipo de personas que aparecían en estas tres aplicaciones?** Sííí, totalmente. **¿Por qué?** Notaba más que nada la diferencia, por ejemplo, en *Tinder* hay mucha gente de clase media, media-alta, en *Badoo* hay gente de todos los colores por así decirlo, y en *Facebook Parejas* gente de clase media, media-baja, poca gente de clase media-alta ví. **¿En qué notabas esa diferencia?** Por ejemplo, parece joda ¿no?, en la cantidad y calidad de las fotos o las redes sociales de la gente que usaba, por ejemplo, no sé, *Tinder* tenía un *Instagram* recontra lleno de fotos en todos lados, se mostraba mucho más el tema económico ahí, que capaz en *Facebook Parejas* vi que se mostraba menos veces. Y, también, en *Facebook Parejas* hay mucha gente que... ya por las fotos te das cuenta, capaz se muestran paredes sin revoque a veces, ¿viste? cosa que en *Tinder* es muy extraño, capaz es gente de menor nivel económico y tiene pared sin revoque pero no lo muestra. (...) Al verlo gratuito, el *Facebook Parejas*, mucha gente dice: “no, eso es de pobre, de rata”. Lo escuché una vez en una cita y dije “mierda”. **Contame, ¿cómo fue esa cita?** Me encontré con una chica que había conocido en *Tinder* y empezamos a hablar de los temas estos de las apps de citas y todo. Textualmente me dijo: “*Facebook parejas* es más de rata, medio pobre”. Parece que no se usa *Facebook Parejas*, tenés que usar *Tinder* porque si no, no sé, es como que vas para menos, no sé, algo así, había escuchado una boludez de ese estilo y dije “mierda”. **¿A vos esa opinión cómo te pegó?** Y, medio mal. [baja su tono de voz] A ver, somos todos muertos de hambre en realidad ¿viste? Así que descansar a la gente porque usa o no una aplicación, que capaz le da más facilidades al no ser de pago, me parece medio raro... feo. **¿Le dijiste algo a esa persona?** “Pero, mirá si vas a pagar por algo que podés tener gratis”. O sea, ¿no te parece que es como medio bobo eso? Lo único que más o menos me atreví a decirle. Después, igual, con esa persona no me ví más. (...) **Cuando saliste con personas de otras clases, ¿notaste diferencias?** Te encontrás diferencia capaz en lo que viene a ser, ehh, los aspectos más macro de la vida, ¿no?

Bueno, tal persona de clase baja, ehh, qué sé yo, conoce menos de morfi que la de clase alta porque la de clase alta se da el lujo de poder ir a más restaurantes, hacer salidas mucho más diversas y diferentes, que la gente de clase baja. Capaz que lo que viene a ser conocimientos de cultura general, capaz, están un poco más duchos los de clase alta, por así decirlo. **¿Eso lo sentiste como un impedimento para poder relacionarte?** Personalmente no. **¿Y te gustaba salir con gente más culturosa o con gente más tranqui?** Pensándolo bien yo creo que... con la gente de mi misma clase social, pero de la misma misma, ni más ni menos, estaba como 100% a gusto, entre comillas, como que no tenía ningún sesgo raro ni nada, me sentía totalmente bien. **Entiendo que con la gente de tu misma clase te sentías bien, ¿y con la gente de otras clases cómo te sentías?** Un distanciamiento, entre comillas, invisible pero que estaba ahí. Entre experiencias, costumbres... (...) **Dijiste que había un “distanciamiento invisible pero que estaba ahí”, ¿cómo es eso? ¿Me lo podrías explicar un poco?** Sí, o sea, sabes que es como que... como puedo explicarlo... Sobre todo, capaz, no sé, cuando sale un tema, por ejemplo, de vacaciones. Yo me fuí de vacaciones a la costa argentina y a lugares del interior. Pero, capaz que me veía con una chica con la que salía y decía: [agudiza la voz para imitar] “ay, no, ¿nunca fuiste a *New York*?”, [regresa a su tono habitual] Yo en *Google maps* fuí a *New York*, ¿viste? “No, no, la verdad que no, pero conozco...”, [vuelve a alterar la voz para imitar irónicamente a su cita] “ah, pero, lo viste por internet, tenes que ir”. [regresa a su tono habitual] Y yo digo “uy mierda”. Económicamente, culturalmente, capaz que las cosas que conoce la chica las conozco, sé de qué me habla, pero el no vivirlas ni haber viajado a ningún lado, hay veces como que decís: “che, hay una distancia invisible igual, entre la capacidad económica de esta persona y la mía”.

Joaquina (#12), mujer cishetero, clase baja-1: **¿Qué aplicaciones usaste?** *Badoo*, *Happn* y *Tinder*, son las únicas que conozco. (...) **Y de estas aplicaciones, ¿cuál es tu preferida?** Por ahora, *Badoo*. Las otras dos ya las descarté, ya no las necesito. **¿Por qué es tu preferida?** Porque, ahora no tanto, pero en su principio era como mi preferida porque tenía esto de... era la única aplicación que podías pagar con pesos para ver si la otra persona había visto tus mensajes, para... no me acuerdo que más. Para tener un mejor potencial en la aplicación para que le aparezcas constantemente a mucha gente, como ser famosa en la aplicación. Pero, ahora tuvo muchos cambios, hay que pagar con dólares. Yo dólares no tengo, yo no manejo dólares. (...) **¿Y en *Badoo*, hoy en día, estás pagando?** No. No desde que pusieron eso del dólar. (...) **¿Por qué descartaste *Happn* y *Tinder*?** Porque no me habla nadie (...) **Recién dijiste que en *Tinder* y *Happn* no te hablaba nadie, ¿en *Badoo* sí?** *Badoo* sí.

Yanina (#11), mujer cishetero, clase baja-2: **¿Qué aplicaciones de citas usaste a lo largo de tu vida?** Solamente utilicé la aplicación de *Badoo*. Ah, sí, llegué a usar *Tinder* una vez, pero... pero no me gustó. No me gustó *Tinder*, me parecía que... parecía que había muchos chicos de muy nivel económico bastante alto, *Tinder*, y como que no es de mi preferencia tanto, eh... por así decirlo... chetos, porque la aplicación estaba llena de chetos, entonces la eliminé por esa razón. (...) **¿Qué te gustó más en *Badoo*?** La sentí más fácil de utilizar. Pasa que yo hacía vivos en *Badoo* cuando se podía. Hace años, cuando se podían hacer vivos, y me gustaba hacer vivos ahí. Y me gustaba porque, como que, me aparecían más personas más... no sé si decirlo [así]... como de mi nivel económico. Como que hay toda una mezcla que me pareció que en *Tinder* no había. (...) **¿Saliste alguna vez con una persona de otro nivel económico, ya sea para arriba o para abajo?** Me parece que no. Siempre salí con chicos como que estudian y trabajan pero no tienen un trabajo wow que digamos, como mucho se

pueden garpar una cena, un almuerzo, algo así, tranqui, nunca salí con alguien con una economía bastante elevada. **¿Por qué crees que no?** Porque yo los elegí y porque me cayeron bien. (...) Y te levanta bastante el ánimo el ver que hay chicos que por ahí vos decís “wow, este jamás me daría bola en mi vida”, o lo que sea. Pero, por ahí ahí te da match. Y vos decís como “waa, es re lindo, o sea, le gusto”. Eso me pasó muchas veces. Muchos tinchos, muchos así, me han dado match, musculosos, doctores, y ese tipo de cosas que por ahí yo me imagino y digo “frente a frente quizá ni me hablaría”, pero les gusté, les gustó mi foto, qué sé yo, les parecía linda, atractiva, o algo les llamó la atención de mí. Y, entonces, como que te levanta el ánimo eso.

María (#16), mujer cishetero, clase baja-2: **¿De las aplicaciones que me dijiste que usaste (Badoo, Tinder, Facebook Parejas) cuál es tu preferida?** Ehh, *Tinder*. **¿Por qué?** Porque me parece que es donde hay gente más interesante (...) **¿Qué es lo de la gente de Tinder que la hace más interesante?** Me parece interesante la gente con una personalidad muy... notable. La gente por hay que comparte la' mismas aficiones que yo. No sé, también, aunque suene superficial, que me parezcan atractivos. **¿Qué notas en la gente de Badoo y Facebook Parejas, en contraposición a la de Tinder?** Por hay noto gente de zonas más cercanas, con una clase social por ahí más baja o que buscan otras cosas o gente que, no sé, tienen otras costumbres y no comparten las mismas aficiones que yo por hay. Aunque me ha pasado que conocí gente copada también, pero no siempre, muy de vez en cuando. (...) **¿En qué te soles fijar en las fotos?** El rostro y dónde se la sacan. No me parece lo mismo una persona que se saca con el torso desnudo en el baño que una persona que se saca en un lugar al aire libre o simplemente una foto normal, no sé si me explico. **¿Notás alguna diferencia entre las apps en materia de fotos?** Sí. Sí. No sé si es la aplicación o por qué, pero veo que en *Tinder* las fotos son como más iluminadas, resaltan más la luz, que realmente las fotos parecen sacadas con una cámara especial. En *Badoo* no es tan así, creo que son más comunes. ... **¿Comunes en qué sentido?** Más oscuras, más tradicionales quizás, no tan llamativas como lo son en *Tinder*, por ejemplo. (...). No sé, por ejemplo, en *Badoo* se ve más gente que aparece con los hijos o tomando cerveza o que aparece sacándose fotos así, no muy apropiadas digamos para una aplicación (que también me ha pasado en *Tinder*, pero con menos frecuencia). **¿Las de Tinder te parecen más apropiadas?** No sé si más apropiadas, pero sí más atractivas. (...) **Desde una mirada global, considerando los cuatro años que llevas usando las aplicaciones ¿qué te parece que fue lo peor de usarlas?** Tuve malas experiencias, con gente que me decepcionó mucho o me ha ofendido de una u otra manera. (...) **¿Alguna anécdota que quieras compartir?** Y... comentarios medio ofensivos, con respecto a, qué sé yo, me preguntaron cuánto peso porque en las fotos parezco gorda. O que, no sé, ellos se creían que eran de una alta alcurnia y yo una crota, entonces, como que, no me lo dijeron así pero me lo dieron a entender. **¿Cómo se dio esa situación?** Sí, qué sé yo, comentarios medio irónicos pero que tenían ese fin, de forrear, qué sé yo. (...) **¿Notaste alguna otra diferencia?** Por hay en lo que buscaban sí. Las personas que estaban en una mejor posición buscaban algo esporádico, casual, o conocerse simplemente y por hay eran más detallistas, se fijan mejor para establecer algo estable con quien sí y con quien no. Otras personas [de peor posición] ya de una te pedían establecer algo más estable, por hay se salteaban un poco las etapas. (...) Te hablan de sus problemas, de sus conflictos. **¿Las personas de clase alta no comparten esas cosas?** No, por hay tienen otra forma de hablar de lo que tienen pensado, de lo que hacen, de sus pasatiempos, de otros temas. Que también es entendible, yo soy de clase baja y yo entiendo, todos los problemas que me han comunicado yo también los he pasado, y yo los entiendo, pero, bueno, no sé

hasta qué punto es favorable hablarlo con la gente que recién conocés. (...) **Haciendo el balance ¿vos preferís salir con gente de clases más altas o más bajas que la tuya?** De la mía, de la mía, que estemos sincronizado' en lo mismo, gente que puede ser más empática conmigo y vamos a compartir un montón de cosas.

Maribel (#18), mujer cishetero, clase baja-2: **Entre las dos aplicaciones que usaste, *Tinder* y *Badoo*, ¿cuál es tu preferida?** Va ganando *Badoo* ¿Por qué? Y por el tema de que *Badoo* te da más opciones a la hora de conocer gente, tiene la opción para filtrar que eso está bastante bueno, y quizás *Tinder* es un poco más abarcativo, ehh, y no sé porqué siento que es un poco más clasista, ehh, noté mucho eso en que en *Tinder* hay más gente de plata en *Tinder*. En *Badoo* podés conocer a más personas y que verdaderamente están más dispuestos a sociabilizar. *Tinder* la veo muy, como, muy careta por decirlo así, hay mucha gente que quizás es muy superficial a comparación de *Badoo*. **¿Y esto en qué lo notas, en las fotos, en el trato, en ambas cosas?** En las fotos y en las personas que llegué a conocer. Las fotos siempre son en playas, en lugares así, muy... y no en lugares tranqui como una placita. (...) [A la gente con la que salía] les preguntaba si era mi algoritmo o si a ellos también en *Tinder* les saltaban más personas de clase social alta que en *Badoo*, igual esto lo digo también por las localidades que me saltan, porque la mayoría son de San Vicente, Palermo, Tigre, de zona norte, y bueno, sin ir más lejos, no vas a encontrar una persona de clase baja en zona de Palermo o Tigre. Y a mí me llamó mucho la atención eso de *Tinder*, entonces quizás lo planteaba desde ese lado. O personas que quizás eran de, no sé, todas zonas de capital, que tenían fotos en París, Italia y esas cosas y bueno, es muy llamativo, demasiado llamativo. (...) Quizás la única diferencia que hay entre salir, no sé, con una persona que vive en capital y otra que vive, no sé, sin mentirte, en Monte Grande, es en el tema de la comida. El de capital siempre te va a decir... o va a ser más quisquilloso con lo que quiere que uno de provincia —es muy clasista lo que digo—. Le decís: “bueno, vamos a comer papafritas en la plaza” y se re copan, cosa que le decís a un porteño y no sé, te ven con cara de “nooo, vamos a un local”.

Zaida (#19), mujer cishetero, clase baja-2: **¿Usás tanto *Tinder* como *Badoo* para lo mismo o cambia según la aplicación?** Y... sí, cambia. En *Tinder* lo uso... sí [se ríe]... más para lo que es sexo casual, eso sí. (...) **¿Notás diferencias en el tipo de personas que te aparecen tanto en *Tinder* como en *Badoo*?** Sí, noto la diferencia. Capaz es como que se ven la diferencia en lo que son las clases sociales. **¿En qué la ves esa diferencia?** Y, capaz me aparece en *Badoo* alguien que vive cerca de donde yo vivo, por Almagro, y por hay me sale por Boedo, por esas zonas. Y otros me salen la mayoría como de Palermo, Belgrano, por esas zonas, ¿entendes? (...) **¿Notás alguna diferencia en lo que buscan?** Por hay no tanto en *Badoo* pero sí más en *Tinder*, que son de clases más altas y sí son más directos en eso. Pero yo hasta ahora solo hablé con uno que era así, que dijo que tenía auto que pasaba por mí y eso, yo la seguí pero al final nunca nos vimos. Eso sí fue como lo más directo que me pasó, eso fue en *Tinder*. En *Badoo* el resto de las personas no era tan así, eran más de histeriquear, de querer fotos mías o de mandar fotos directamente ellos, pero no de quedar, o sea no eran tan directos como para quedar ya y decir “te paso a buscar”. Eso era más en *Tinder*. **¿Crees que eso es una cuestión de clase?** Yo creo que sí.

Jonathan (#20), hombre cishetero, clase baja-2: **De estas aplicaciones que usaste, *Tinder*, *Badoo*, *Happn*, *Facebook Parejas*, ¿cuál es tu preferida?** Mi preferida fue *Badoo* por el hecho de que ahí pude hacer muchos match de forma más rápida y además era barato la suscripción premium, por así decirlo, era bastante barata, creo que era

como tres días, no sé, valía poco, y, no sé, podía pagar eso cuando pintara porque total no era mucho. (...) **¿Usas todas las aplicaciones para lo mismo?** Al inicio *Tinder* lo usaba más para eso, para ver si podía pintar alguna experiencia [sexual] con alguien y así. Pero, como me costaba encontrar a alguien ahí. (...) Dije “bueno, ya está” y la dejé de usar un buen rato porque no hacía *match* con nadie. Y pasó el tiempo hasta que me descargué *Badoo* y *Happn* y esas cosas porque me la habían recomendado, a ver qué tal. (...) **¿En cuánto a las fotos, hay algo que te lleve a no darle like a un perfil?** En cuanto a las fotos... no sé... Tal vez cuando me transmiten que piden mucho, cuando, no sé, qué sé yo, están por hay en un yate, o no sé, con algo así. Yo digo: “esta persona debe tener ya casi su vida hecha, así que no voy a andar buscan tanto”. Yo solo quiero salir con alguien ahí nomás tranqui.

Sebastián (#22), hombres cishetero, clase baja-2: **Entre las aplicaciones que usaste (*Tinder*, *Badoo* y *Facebook Parejas*), ¿cuál es tu preferida?** Sí tuviera que elegir una... Mirá una que es sorprendentemente efectiva es *Facebook Parejas*, diría que es mi favorita por efectividad. *Tinder* me parece que es la peor de todas. **¿Por qué?** Es algo muy puntual de lo que serían los perfiles que te muestra *Tinder*, por hay *Tinder* suele mostrarte lo mejor de lo mejor, entre comillas, primero que [al tener la opción de suscripciones abonadas] está muy limitada, *Badoo* también está limitada pero no tanto. Y, segundo, muy probablemente te recomiende gente que o tiene muchos *matches* o gente muy *top* con mucho ego. Es como que congeniar con eso es difícil, uno está acá en Lomas y te recomienda una modelo de Palermo. Y bue. Aunque te diera *match*... y está medio complicado, ¿viste? Entonces, diría que es la peor. *Badoo*, para mí, sería la segunda porque tiene, por ejemplo, para ver por áreas geográficas. (...) Me parece que *Badoo* es bastante más transparente, justamente creo que es parte de su política como aplicación, “seamos honestos” creo que es el slogan [no lo es]. Y *Facebook Parejas* me parece que es la más transparente porque es literalmente tu perfil de *Facebook* (...) *Facebook Parejas* no tiene ningún limitante [es decir, no tiene opciones de suscripción paga]. (...) **¿Qué otras diferencias ves entre las personas de *Tinder*, *Badoo* y *Facebook Parejas*?** Yo noto que las de *Tinder*... diría que son la gente más... más *mainstream* por decirlo de alguna manera, van más a como subirse el ego un ratito, ver qué enganchan, por hay si sos una persona bastante atractiva —todo comillas, ¿no? porque claramente tu mejor foto, tu mejor ángulo, siempre vas a tener las probabilidades a tu favor— podés ver qué elegís, una noche, así, todo muy casual o demasiado casual. (...) *Badoo* creo que está en un punto medio, hay de todo. Y *Facebook* creo que me parece también de las más interesantes en cuanto a la gente, porque es gente que por hay está más experimentando, está buscando amigos, es como más variado, no es tanto parejas.

### 13. Un Playboy

A continuación, se presenta un caso de una subjetividad *playboy* a partir de Jonathan (#17, hombre cishetero, clase baja-2). Nótese tres cosas en los siguientes fragmentos que permiten calificarlo como tal: su visión sobre la feminidad (“impredecibles”), su desapego hacia cualquier tipo de vínculo y desinterés por las particularidades de le otre

(sus citas son siempre iguales y cuando no hay atracción “ya está”), su teoría sobre la dominación masculina (activo/pasiva) y las amenazas que identifica hacia su masculinidad (el amor y los homosexuales).

**¿Cómo describirías que se manejan las mujeres?** Y mirá, esa es una pregunta bastante complicada. Ya de por sí las mujeres son muy complicadas, viste, entonces, eh... Me han llegado a sorprender muchas veces, qué sé yo, yo pienso “esta tipa no me va a dar ni cinco de bolilla” y termina siendo todo lo contrario, o al contrario, decís “esta loca se engancha” y no, nada que ver. Es muy impredecible, no sabría decirte con certeza. **¿Por qué son “impredecibles”?** Son algo que vos no podés anticipar, vos no podés decir, si yo voy y lo encaro de esta forma puede que salga bien y no, no es así, ¿entendés? **¿Te gustaría que se manejen de otra manera?** Y sí, obvio, lógico, tal cual. Pero, creo que bajarte la luna sería mucho más fácil. [se ríe] **Dios mío.** Por ejemplo, en una vuelta yo pegué buena onda con una loca, tuvimos una buena charla, una charla interesante, acordamos con salir y... nada, salimos, normal, sin ningún problema y llegó un punto donde dejamos de hablar completamente, yo la notaba con poco interés, como que no fluía la charla y yo lo di por finalizado, no hubo atracción, ya está. (...) **¿Qué crees que buscan las mujeres en un perfil?** Yo creo que buscan un hombre que las sorprenda, ¿entendés? Yo no creo que ellas buscan algo inconcreto. Si sale un garche, sale un garche. Si sale una relación seria, sale una relación seria. Pero, yo creo que eso lo define el hombre como tal. El hombre va guiando, es como que lo va haciendo interesante. Ya la mujer ahí ve si le llama la atención, si le gusta o no, es lo que yo creo, tal vez estoy equivocadísimo. **¿Cómo sería un hombre que las sorprenda?** (...) Todo depende de la creatividad que tenga el hombre en el momento. Te doy un ejemplo, supónete que una mina entra a la aplicación para un garche, pero, no está tan segura de si es un garche, quiere conocer un tipo, ¿viste?, para culiar, ella va con esa expectativa. Y le sale un chabón que dentro de todo es simpático, que el tipo es carismático, le llama la atención y ahí la cosa cambia un poco, ahí ella ya se interesa más en la persona y va más allá de un garche, quiere conocer un poco más. “Mirá este chabón, me cae bien, es facherero, un tipo dentro de todo carismático” o “me agrada”, quiere conocerlo un poco más. Y ahí sale una segunda cita, una tercer cita, y de la nada la tipa cambió su perspectiva de querer un garche a tener algo con esa persona que conoció, que se dio el lujo de conocerla y cambió. O, al revés, va con la intención de buscar una relación, de conocer a alguien, y se dio cuenta de que no hay química, pero al momento de concretarse un garche sintió mucha piel, la verdad que tuvo una muy buena experiencia y solamente quiere eso. A eso voy con que es complejo, ¿no? (...)

**¿Saliste con personas de diferentes clases sociales?** Sí, por supuesto, sí, sí. No es algo en lo que yo tampoco me fijo mucho, ¿viste? “Mucho” no, directamente no me fijo. No es algo que me llame la atención la clase social **¿Cómo fueron las experiencias?** Yo creo que son experiencias similares porque yo creo que el... Claro, porque son similares porque, a ver... La metodología de mi parte es la misma entendés, yo tengo como un estándar de cita con cierta persona, en donde, qué sé yo, frecuento lugares parecidos o los mismos lugares, invierto la misma cantidad de tiempo, o sea creo que soy yo el que, al momento de concretar las citas, es el que tiene el timón, por decirlo así. Entonces, no hay como una diferencia. Te voy a dar un ejemplo porque no siento que fui claro. Por ejemplo, mi estándar de cita al momento de concretar una cita con una mujer es: vamos al cine, salimos a caminar un rato y, nada, si en el transcurso de todas esas actividades pinta algo, genial, si no, no hay ningún problema, pero

siempre es el mismo estándar. Yo también voy con la idea de que yo voy con la intención de como... de... de realizar la mayoría de los gastos, ¿entendes? Muy pocas veces me ha pasado que la mujer ha pagado, ¿entendes? Entonces creo que ahí repercute un poco en lo que es la clase social, creo yo. (...) Yo asumo por comodidad mía, ¿entendes? Yo tengo el concepto de que siempre es bueno, por lo menos en una primer cita, asumir los gastos. Es una postura mía, ¿no? (...) Al momento de concretar la cita no me fijo en la clase social ni en si es universitaria o no, para mí es una persona normal (...) Yo cuando salgo con una persona, salgo para conocer, no es que tiene que tener un requisito anterior, yo voy a conocer, a disfrutar el día, el momento tal. Yo me intereso en eso, tal vez, al momento de concretar una relación con esa persona, pero, hasta el momento, tanto en *Badoo* como en *Jaumo* no ha pasado, lo mío siempre ha sido algo casual, en pocas palabras un garche o apretar con una mujer en una plaza. (...)

**¿Qué es lo peor de estas aplicaciones?** Los pajeros, las personas que venden contenido o directamente las personas que flashean cualquier cosa. (...) Hace unos años atrás conocí una mina, justamente para algo casual y quedamos en eso, digamos, yo fui claro: “quiero algo casual, experimentar, nada más” y la mujer “sí, sí, sí, no hay ningún problema”. Cuestión que se terminó enamorando, yo fui claro: “disculpame, yo no busco una relación, la mujer igual, sos una excelente persona, pasé un buen momento pero no estoy buscando nada más, o sea, fui claro, tanto al inicio como a lo último”. Y, nada, me acosó literalmente por un año entero. (...) Creo que esas tres cosas, las que flashan, las que venden contenido y los pajeros. (...) Me han tocado hombres homosexuales que mandan foto del pene, así, de una, ¿entendés? Y no, ya de por sí que no busco relación con hombres, ya sea tanto mujeres como hombres que me manden foto del genital de una me parece desagradable. No sé, esas tres cosas me molestan.

## 14. Placer, deseo y sociabilidad

Gala (#13), mujer cishetero, clase alta-2: **¿Cambió algo en tu vida a partir de usar *Tinder*?** (...) Capaz me ayudó a abrirme más. Ponele, no sé, la primera vez que la usé, como que no conocía gente que me gustaba y como que me destrabó en eso. A partir de ahí como que empecé a poder conocer más gente. **¿Cómo era la situación previa? ¿En qué sentido “no conocías gente que te gustara”?** O sea, sí, pero, no sé, capaz yo estaba como media negada. No sé si “negada”, pero cerrada a conocer, y esto como que capaz me abrió a: “sí, puede pasar”. Entonces, como que te da un poco de, ponele, así decirlo: “sí, le gusté, hicimos *match*, nos podemos ver, bla bla bla”. **Me confundí un poco, ¿antes era una cuestión de que la gente no te atraía o de que no conocías a alguien con quien hubiera onda y vos le gustaras?** Claro, eso, no conocía a alguien. Yo era más piba también, capaz me daba más vergüenza entonces como que me quedaba ahí o pensaba que no le iba a gustar o algo, entonces como que no y a partir de eso, ponele fue como bueno, listo, ya está. **¿A qué edad fue eso?** A los 19 más o menos.

Daniela (#01), mujer cishetero, clase media-alta: **¿Cambió algo en tu vida a partir de usar aplicaciones de citas?** La forma de percibirse, sobre todo más de chica, pensó que yo empecé a usar *Tinder* a los 17 y tenía que poner que tenía 18 en la aplicación. Entonces ya me empecé a percibir de una determinada forma, como salidora, como desinhibida para algunas cosas. Yo ya tenía esa idea de mí, pero lo logré corroborar y confirmar usando esa aplicación. La aplicación fue una herramienta para hacer esa exploración que yo necesitaba hacer.

## 15. Vergüenza

Reiteradas veces les informantes (de diversas clases y géneros) indicaron que sentían vergüenza de usar aplicaciones de citas, sobre todo cuando recién comenzaban.

Lucía (#04), mujer cis ns/nc sexualidad, clase media-2, 21 años: **¿Hablas con otras personas sobre las aplicaciones de citas y con quiénes salís?** (...) Con mis amigas. Yo fui una de las primeras que empezó a usar la aplicación de citas, entonces por hay al principio me costó un poco más decirlo. Pero creo que es más común ahora que antes o que hace un par de años. Pero sí, lo hablo bastante. **Cuando te costaba decirlo, ¿cómo pensabas que te iban a juzgar?** Está esa cosa de “para qué vas a usar una aplicación de citas si podés conocer gente en la vida real”, me parece que mucha gente considera que no puede salir nada bueno de una aplicación de citas. Yo siento que no tiene por qué ser así. Como “si conoces a alguien por una aplicación de citas no va a durar”, por ejemplo.

Jonathan (#17), hombre cishetero, clase baja-2, 23 años: Yo no creo que es común ver a alguien con *Badoo* instalado, ¿entendés? Entonces ahí sí te podría decir creo que hizo un cambio en mi vida. En el hecho de no tener pudor al tener la aplicación instalada en el celular. (...) **¿En su momento experimentaste “pudor” por tener la aplicación?** Y sí, en su momento sí, porque, qué sé yo, cuando era más chico más que nada. Decían: “ah, ah, mirá este chabón, tiene *Badoo*”, “no, boludo, se descargó *Badoo*”, “qué estás haciendo con esa aplicación”, y yo digo “uy la puta madre”. Entonces, qué sé yo, te da como algo de nervios que alguien te agarre el celular. Por ejemplo, en la secundaria, que fue cuando al principio me había descargado la aplicación, me tocaban el celular y yo ya literal antes de que vos llegases a tocar el celular yo ya tenía una mano ahí, ¿entendés? **¿Hoy en día cuál dirías que es tu actitud?** Una anécdota, yo lo agarro como una anécdota.

Victoria (#06), mujer cishetero, clase alta-2, 21 años: [En el 2020] yo trabajaba en un lugar en el que había gente que conozco de la vida trabajando. Como una amiga muy cercana de mi mamá que es como mi tía. Y un día viene [mi tía] y me dice: “che, me dijeron los chicos (que trabajaban ahí) que te encontraron en *Bumble*”. Y yo entré en ese momento y me eliminé la cuenta. Hoy en día lo razono y digo: no tiene nada de malo, o sea, que tendría de malo que yo esté buscando, o sea, si me encontraron es porque ellos también tienen perfil. Pero en el momento como que me sentí muy juzgada de que se están riendo de mí, ¿viste? **¿Qué sentís que pensaban sobre vos por tener *Bumble*?**

De reírse, “mirá, esta chabona está buscando pibes acá”. Como que hay cierto doble estándar de que si una piba busca pibes en *Tinder*... Bueno, también está el estereotipo de que [si un hombre busca pibas en *Tinder*] es un boludo, un pajero. Pero, si una mujer está ahí, es como, “uh, te estás rebajando a los pajeros” ¿entendés? (...) Nadie quiere estar en una app de citas, a todos nos gustaría cruzarnos al amor de nuestra vida en la calle. (...) Ahora quiero volver [a usar una app de citas], pero no me animo porque empecé en un nuevo lugar de trabajo y no quiero que pase lo mismo. (...) Este año estuve mucho debatiéndome si volver o no (...) [mirando un punto fijo]. Creo que como sociedad y más para las mujeres, nos cuesta aceptar que no está mal que queramos estar con alguien. Como que el deseo está muy estigmatizado, si estás en *Tinder* “¿qué, quieres coger?” [Mira a cámara] Sí, ¿y? Querer gustarle a alguien y que alguien guste de vos no tiene nada de malo. **Okay, me parece que ya tenés resuelta la cuestión de si volver o no a usarlas.** [Risas].

## **REFERENCIAS**

- Abramova Olga, Baumann Annika, Krasnova Hanna y Buxmann Peter. (2016). Gender differences in online dating: What do we know so far? A systematic literature review. 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) (pp. 3858–3867). Koloa, HI: IEEE.
- Alabarces, Pablo (con Valeria Añón y Mariana Conde). (2008). “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina”, en Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (comps.) *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Buenos Aires, Paidós.
- Alabarces, Pablo. (2021). *Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación*, Buenos Aires, UNSAM Edita.
- Albury Kath, Burgess Jean, Light Ben, Race Kane, Wilken Rowan. (2017). Data cultures of mobile dating and hook-up apps: Emerging issues for critical social science research, *Big Data & Society*, 4(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2053951717720950>.
- Althusser, Louis. (1967). “Contradicción y sobredeterminación”, *La revolución teórica de Marx*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Althusser, Louis. (2015). *Sobre la reproducción*, Madrid, Akal.
- Amossy, Ruth. (2018). *La presentación de sí: ethos e identidad verbal*, Buenos Aires, Prometeo.
- Anzaldúa, Gloria. (2016). *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza*, Madrid, Capitán Swing.
- Archetti, Eduardo. (2003). *Masculinidades: fútbol, tango y polo en la Argentina*, Buenos Aires, Antropofagia.
- Arfuch, Leonor. (2002). “Problemáticas de la identidad” en Leonor Arfuch (comp.) *Identidades, sujetos y subjetividades*, Buenos Aires, Prometeo.
- Arfuch, Leonor. (2007). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Azpiazu Carballo, Jokin. (2017). *Masculinidades y feminismo*, Barcelona, Virus editorial.
- Bailey, Beth. (1988). *From front porch to backseat*, Baltimore, John Hopkins University Press.
- Balibar, Étienne. (2000). *La filosofía de Marx*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Balibar, Étienne. (2007). “El estructuralismo ¿una destitución del sujeto?”, *Revista Instantes y azares. Escrituras Nietzscheanas*, 4, 155-172. ISSN: 1666-2849.
- Bandinelli Carolina y Gandini Alessandro. (2022). Dating Apps: The Uncertainty of Marketised Love, *Cultural Sociology*, 16(3), 423–441. <https://doi.org/10.1177/17499755211051559>.

- Banet-Waiser, Sarah. (2011). "Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture" en Mary Celeste Kearney (ed.) *Mediated Girlhoods*, Nueva York, Peter Lang.
- Banet-Weiser Sarah, Gill Rosalind y Rottenberg Catherine. (2020). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation, *Feminist Theory*, 21(1), 3–24. <https://doi.org/10.1177/1464700119842555>.
- Barthes, Roland. (1999). *Mitologías*, México, Siglo XXI.
- Bauman, Zigmunt. (2013). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Zygmunt. (2013b). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Benveniste, Émile. (2004). *Problemas de Lingüística General II*, México, Siglo XXI.
- Berkins Lohana y Fernández Josefina. (2013) (eds.) *La gesta del nombre propio*, Buenos Aires, Ediciones Madres de Plaza de Mayo.
- Berkowitz Dana, Tinkler Justine, Peck Alana y Coto Lynnette. (2021). Tinder: A Game with Gendered Rules and Consequences, *Social Currents*, 8(5). 491–509. <https://doi.org/10.1177/23294965211019486>
- Bianciotti María Celeste y Ruiz Sandra. (2017). "Gatos, putas y chicas tranqui. Recorridos performáticos y devenires subjetivos en dos campos de trabajo etnográfico", *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 75. ISSN 1696-7348.
- Bianciotti, María Celeste. (2011). "Cuerpo y género: apuntes para pensar prácticas eróticas de mujeres jóvenes. Aportes de Judith Butler y Pierre Bourdieu", *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 3(6), 70-82. ISSN: 1852.8759.
- Bianciotti, María Celeste. (2013). "Género, erotismo y subjetividad: formas de clasificación estético-erótico-morales jerarquizantes entre mujeres jóvenes heterosexuales", *Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, 12(35), 594-616. ISSN: 1676-8965.
- Bianciotti, María Celeste. (2017). "Seducción y (hetero)erotismo en perspectiva: reiteración, desplazamientos e incorporaciones de sexo/género/deseo performativamente materializadas", *Pensamiento Americano*, 10(18), 199-220. ISSN: 2027-2448.
- Bitonte, María Elena. (2008). La sociosemiótica como forma de pensamiento crítico. *Perspectivas de la comunicación*, 1(2), 59-71. ISSN: 0718-4867.
- Bitonte María Elena y Grigüelo Liliana. (2011). "De la enunciación lingüística a la comprensión del lenguaje audiovisual. Una punta sobre enunciación". Disponible en: [Enunciación-Bitonte-y-Grigüelo.pdf\(uba.ar\)](http://Enunciación-Bitonte-y-Grigüelo.pdf(uba.ar))
- Bourdieu, Pierre. (1979). *La distinción*, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre. (1990). "El mercado lingüístico" en *Sociología y Cultura*, Ciudad de México, Grijalbo.

- Bourdieu, Pierre. (2001). “¿Cómo se hace una clase social? Sobre la existencia teórica y práctica de los grupos” en *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, Pierre. (2007a). *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre. (2007b). *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa.
- Bourdieu, Pierre. (2017). *La dominación masculina*, Madrid, Anagrama.
- Butler, Judith. (1999). “Performativity’s social magic” en Richard Shusterman (ed.) *Bourdieu: A Critical Reader*, Oxford, Blackwell.
- Butler, Judith. (2014). “Repensar la vulnerabilidad y la resistencia”, conferencia en la Universidad de Alcalá.
- Butler, Judith. (2018a). *El género en disputa*, Buenos Aires, Paidós.
- Butler, Judith. (2018b). *Cuerpos que importan*, Buenos Aires, Paidós.
- Butler, Judith. (2021). *Excitable Speech*, Nueva York, Routledge.
- Canavilhas, Joao. (2011). Un nuevo ecosistema mediático, *Index- Comunicación*, 1(1), 13-24. ISSN: 2174-1859.
- Cano, Vir. (2022). *Poéticas afectivas. Apuntes para una re-educación sentimental*, Buenos Aires, Galerna.
- Chan, Lick Sam. (2016). How Sociocultural Context Matters in Self-Presentation: A Comparison of U.S. and Chinese Profiles on Jack’d, a Mobile Dating App for Men Who Have Sex With Men. *International Journal Of Communication*, 10(20), 6040-6059. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5829>
- Chan, Lik Sam. (2018). Liberating or Disciplining? A Technofeminist Analysis of the use of Dating Apps Among Women in Urban China, *Communication, Culture and Critique*, 11(2), 298-314. <https://doi.org/10.1093/ccc/tsy004>.
- Chaneton, July. (2007). *Género, poder y discursos sociales*, Buenos Aires, Eudeba.
- Chaves, Mariana. (2009). “Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006”, *Papeles de trabajo*, 2(5). ISSN: 1851-2577.
- Collins, Patricia Hill. (2000). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness and the Politics of Empowerment*, Nueva York, Routledge.
- Combahee River Collective. (1977). “The Combahee River Collective Statement” en Barbara Smith (comp.), *HomeGirls, A Black Feminist Anthology*, Nueva York, Kitchen Table.
- Comunello Francesca y Parisi Lorenza. (2020). “Dating Apps” en Karen Ross (comp.) *The International Encyclopedia of Gender, Media and Communication*, Nueva York, Wiley.
- Connel Raewyn y Messerschmidt James. (2021). Masculinidad hegemónica. Repensando el concepto, *Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, 6, 32-62. Traducción y comentarios de Matías de Stéfano Barbero y Santiago Morcillo. <https://doi.org/10.46661/relies.6364>.

- Connell, Raewyn. (2005). *Masculinities*, 2nd edition, California, University of California Press.
- Cosse, Isabella. (2010). *Pareja, sexualidad y familia en los años setenta*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Courtois Cédric y Timmermans Elizabeth. (2018). Cracking the Tinder Code: An Experience Sampling Approach to the Dynamics and Impact of Platform Governing Algorithms, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), 1-16. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmx001>.
- Cruces, Francisco. (2008). Matrices culturales: pluralidad, emoción y reconocimiento, *Anthropos*, 219, 173-179. ISSN: 1137-3636.
- David Gaby y Cambre Carolina. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic, *Social Media and Society*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305116641976>.
- Davis, Angela. (2022). *Mujeres, raza y clase*, Madrid, Akal.
- de Certeau, Michel. (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana.
- de Lauretis, Teresa. (1984). *Alice Doesn't*, Bloomington, Indiana University.
- de Lauretis, Teresa. (1989). *Technologies of Gender*, London, Macmillan Press.
- Derrida, Jacques. (1994). “Firma, acontecimiento, contexto” en *Márgenes de la filosofía*, Madrid, Cátedra.
- Díaz Fazi Florencia, Mazzeo Vanesa y Resio Julieta. (2022), “Tinder: Un desliz(ar) amoroso”, *Question/Cuestión*, 3(71). <https://doi.org/10.24215/16696581e671>.
- Dobson, Amy Shield. (2015). *Postfeminist Digital Cultures. Femininity, Social Media, and Self-Representation*, Nueva York, Pallgrave Macmillan.
- Dosekun, Simidele. (2015). For Western Girls Only? Post-Feminism as Transnational Culture, *Feminist Media Studies*, 15(6), 960–975. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1062991>.
- Duguay, Stefanie. (2017). Dressing up Tinderella: Interrogating authenticity claims on the mobile dating app Tinder. *Information, Communication & Society*, 20(3), 351–367. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1168471>
- Duportail, Judith. (2019). *El algoritmo del amor: Un viaje a las entrañas de Tinder*, Barcelona, Contraediciones.
- Dyer, Richard. (2017). *White. Essays on Race and Culture*, Nueva York, Routledge.
- Elizalde, Silvia. (2009). “Comunicación. Genealogía e intervenciones en torno al género y la diversidad sexual” en Elizalde, Felitti y Queirolo (coords.), *Género y sexualidades en las tramas del saber*, Buenos Aires, Ediciones del Zorzal.
- Elizalde, Silvia. (2015). “Estudios de juventud en el cono sur: epistemologías que persisten, desaprendizajes pendientes y compromiso intelectual. Una reflexión en clave de género.”, *Última Década*, 42. ISSN: 0718-2236.

- Elizalde Silvia y Blanco Rafael. (2010). “Juventud, género y sexualidades” en *Estudio sobre juventudes en Argentina 1. Hacia un estado del arte / 2007*, La Plata, Red de Investigadores/as en Juventudes de Argentina y Edulp.
- Ellison Nicole, Heino Rebecca y Gibbs Jennifer. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Fabbri, Pablo. (2021). “La masculinidad como proyecto político extractivista. Una propuesta de re-conceptualización” en *La masculinidad incomodada*, Rosario, UNR y Homosapiens.
- Fanese, G., (2014). Estereotipos de género y blogs. Ethos en disidencia, *La Aljaba. Segunda época*, 18, 189-212. ISSN 1669-5704.
- Fernández, José Luis. (2021). *Vidas Mediáticas*, Buenos Aires, La Crujía.
- Fernández, Josefina. (2004). *Cuerpos desobedientes. Travestismo e identidad de género*, Buenos Aires, Edhasa.
- Firminger, Kirsten. (2006). Is he boyfriend material? Representations of male in teenage girl’s magazines, *Men and Masculinities*, 8(3), 298-308. <https://doi.org/10.1177/1097184X05282074>.
- Fiske, John. (1987). “Los estudios culturales británicos y la televisión” en Allen (Ed.): *Channels of discourse. Television and contemporary criticism*, North Carolina, University of North Carolina Press (traducción y adaptación para la cátedra de Comunicación II (Contursi) a cargo de F. Longo).
- Flick, Uwe. (2004). “Estrategias de muestreo” en *Introducción a la investigación cualitativa*, Madrid, Morata.
- Forastelli Fabricio y Olivera Guillermo. (2016). *deSignis 19. Estudios Queer. Semióticas y Políticas de la Sexualidad*, Buenos Aires, La cruja.
- Ford, Aníbal. (1994). *Navegaciones*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Foucault, Michel. (2008). *Historia de la sexualidad 1: La voluntad de saber*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Fullick, Mellonie. (2013). “Gendering” the Self in Online Dating Discourse, *Canadian journal of communication*, 38(4), 545-562. <https://doi.org/10.22230/cjc.2013v38n4a2647>.
- García-Gómez, Antonio. (2020). Discursive representation of masculinity and femininity in Tinder and Grindr: Hegemonic masculinity, feminine devaluation and femmephobia, *Discourse & Society*, 31(4), 390–410. <https://doi.org/10.1177/0957926520903523>.
- García Vargas Alejandra, Díaz Larrañaga Nancy y Kejval Larisa. (2022). *Mujeres de la comunicación argentina*, Buenos Aires, FES.
- Garda, María y Karhulahti, Veli-Matti. (2019). Let’s Play Tinder! Aesthetics of a Dating App, *Games and Culture*, 16(2), 248-261. <https://doi.org/10.1177/1555412019891328>.

- Gibbs Jennifer, Ellison Nicole y Heino Rebecca. (2006). "Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating." *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>.
- Giddens, Anthony. (2004). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*, Madrid, Cátedra Teorema.
- Gill, Rosalind. (2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility, *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>.
- Gill, Rosalind. (2016). Post-postfeminism? New Feminist Visibilities in Postfeminist Times, *Feminist Media Studies*, 16(4), 610–630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- Gill, Rosalind. (2017). The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism, *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606–626. <https://doi.org/10.1177/1367549417733003>.
- Goffman, Erving. (1979). *Gender Advertisements*, Londres, Red Globe Press.
- Goffman, Erving. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorroutu.
- Gómez Beltrán, Iván. (2019). Grindr y la masculinidad hegemónica, *Estudios sociológicos*, 37(109), 39-68. <http://dx.doi.org/10.24201/es.2019v37n109.1644>.
- González Requena, Jesús. (1987). Enunciación, punto de vista, sujeto, *Contracampo: revista de cine*, 9(42), 6-41.
- Goodman, Leo. (1961). Snowball sampling, *Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148-170. doi:10.1214/aoms/1177705148.
- Grignon Claude y Passeron Jean-Claude. (1991). "Dominomorfismo y dominocentrismo" en *Lo culto y lo popular*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Grimson, Alejandro y Varela, Mirta. (1999). "Recepción, culturas populares y política. Desplazamientos del campo de comunicación y cultura en la Argentina" en *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, Eudeba.
- Grüner, Eduardo. (2002). *El fin de las pequeñas historias- De los estudios culturales al retorno (imposible) de lo trágico*, Buenos Aires, Paidós.
- Grüner, Eduardo. (2011). "Los avatares del pensamiento crítico, hoy por hoy" en Eduardo Grüner (ed.) *Nuestra América y el pensar crítico*, Buenos Aires, CLACSO.
- Gurevich, Ariel. (2018). *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales*, Buenos Aires, La Crujía.
- Hakim, Catherine. (2012). *Capital erótico: el poder de fascinar a los demás*, Barcelona, Debate.
- Halberstam, Jack/Judith. (2011). *The Queer Art of Failure*, California, Duke University.

- Hall, Stuart. (1984). “Notas sobre la deconstrucción de lo popular” en Ralph Samuels (ed.) *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona, Crítica.
- Hall, Stuart. (1994). “Codificar/decodificar” en Alicia Entel (ed.), *Teorías de la comunicación*, Buenos Aires, Docencia.
- Hall, Stuart. (2003a). (Ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, SAGE.
- Hall, Stuart. (2003b). “The spectacle of the ‘other’” en Stuart Hall (Ed.), *Representation*, London, SAGE.
- Hall, Stuart. (2008). “¿Cuándo fue lo postcolonial? Pensar al límite” en Sandro Mezzadra (comp.) *Estudios poscoloniales. Ensayos fundamentales*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Halperin, David. (2000). *San Foucault. Para una hagiografía gay*, Córdoba, Cuadernos de litoral.
- Han, Byung-Chul. (2013). “La sociedad de la exposición” en *La sociedad de la transparencia*, Barcelona, Herder.
- Hancock, Ange-Marie. (2007). Intersectionality as a Normative and Empirical Paradigm, *Politics & Gender*, 3(2), 248-254. doi:10.1017/S1743923X07000062
- Haraway, Donna. (1995). “Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial” en *Ciencia cyborgs y mujeres*, Madrid, Cátedra.
- Haraway, Donna. (2004). “Testigo modesto@segundo milenio”, *Lectora: revista de dones i textualitat*, 10, 13–36. Traducción de Pau Pitarch.
- Harvey, Alison. (2015). *Gender, Age, and Digital Games in the Domestic Context*, Londres, Routledge.
- Harvey, Alison. (2020). *Feminist Media Studies*, Cambridge, Polity Press.
- Harvey, Alison. (2021). “La Representación del Género”, *Question/Cuestión*, 3(70). <https://doi.org/10.24215/16696581e625>. Reseña y traducción de Isabel Vasen.
- Heram Yamila y Gándara Santiago. (2021). *Pioneras en los estudios latinoamericanos de comunicación*, Buenos Aires, Teseo Press.
- Hess Aron y Flores Carlos. (2018). Simply more than swiping left: A critical analysis of toxic masculine performances on Tinder Nightmares. *New Media & Society*, 20(3), 1085–1102. <https://doi.org/10.1177/1461444816681540>
- Hollows, Joanne. (2000). “Feminismo, estudios culturales y cultura popular” en *Feminism, Femininity and Popular Culture*, Manchester, Manchester University Press. (Traducción de Pau Pitarch.)
- hooks bell. (2015). “choosing the margin as a space of radical openness” en *Yearning. Race, Gender and Cultural Politics*, Nueva York, Routledge.
- hooks bell. (2020). *Teoría feminista. De los márgenes al centro*, Madrid, Traficantes de sueños.

- Illouz, Eva. (2009). *El Consumo de la Utopía Romántica*, Buenos Aires, Katz.
- Jagger, Elizabeth. (1998). Marketing the self, buying an other: Dating in a postmodern, consumer society, *Sociology*, 32(4), 795–814. <https://doi.org/10.1177/0038038598032004009>.
- Jelin, Elizabeth. (2014). Desigualdades de clase, género y etnicidad/raza: realidades históricas, aproximaciones analíticas, *Ensamblés*, 1(1), 11-36.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Jones Daniel y Blanco Rafael. (2021). “Varones atravesados por los feminismos. Deconstrucción, distancia y reforzamiento del género” en Luciano Fabbri (comp.) *La masculinidad incomodada*, Rosario, UNR y Homosapiens.
- Justo von Lurzer, María Carolina. (2015). Géneros y sexualidades en las políticas de comunicación contemporáneas en Argentina, *Communication Papers*, 4(7). [https://doi.org/10.33115/udg\\_bib/cp.v4i07.22048](https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v4i07.22048).
- Justo von Lurzer, María Carolina. (2019), “Estudios de comunicación y género en Argentina: tradiciones y énfasis en la conformación de un campo de investigación” en Pampa Arán y Marcelo Casarin (coords.) *Ciencias sociales: balance y perspectivas desde América Latina*, Buenos Aires, editorial CEA-Sociales y UNC.
- Justo von Lurzer, María Carolina y Spataro, Carolina. (2015). Tontas y víctimas. Paradojas de ciertas posiciones analíticas sobre la cultura de masas, *La Trama de la Comunicación*, 19. ISSN 1668-5628.
- Kimmel, Michael. (1997). “Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina” en *Masculinidad/es: poder y crisis*, Santiago de Chile, FLACSO.
- Kimmel, Michael. (2017). *Angry White Men: American Masculinity at the End of an Era. 2nd edn.* Nueva York, Bold Type Books.
- Krijnen Tonny y Van Bauwel Sofie. (2022). *Gender and Media, 2nd edition*, Nueva York, Routledge.
- Krüger Steffen y Spilde Ane. (2019). Judging books by their covers – Tinder interface, usage and sociocultural implications, *Information, Communication & Society*, 23(10), 1395-1410. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1572771>.
- Lasén, Amparo. (2012). “Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales” en Nestor García-Canclini y Cruces Francisco (eds.) *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Buenos Aires, Fundación Telefónica.
- Laudano, Claudia. (2010). “Mujeres y medios de comunicación: Reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación” en Sandra Chaher y Sonia Santoro (comps.) *Las palabras tienen sexo II*, Buenos Aires, Artemisa.
- Lasén Amparo y Gómez-Cruz, Edgar. (2009). Digital Photography and Picture Sharing: Redefining the Public/Private Divide. *Know Techn Pol*, 22, 205–215. <https://doi.org/10.1007/s12130-009-9086-8>.

- Lee, Jin. (2021). Talking Through Race: Two Raced Women's Tinder Stories, *Communication, Culture and Critique*, 14(3), 454-470. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcab030>
- LeFebvre, Leah. (2018). Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder, *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(9), 1205-1229. <https://doi.org/10.1177/0265407517706419>.
- Leurs, Koen. (2015). "Selfies and hypertextual selves on social networking sites" en *Digital Passages: Migrant Youth 2.0: Diaspora, Gender and Youth Cultural Intersections*, Amsterdam, Amsterdam University Press.
- Linne, Joaquín y Fernández Lopes, Paula. (2019). En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socioafectivas de jóvenes en torno a Tinder, *Última década*, 27(51), 96-122. <https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/UD/article/view/54305>.
- Linne, Joaquín. (2020). "No sos vos, es Tinder". Gamificación, consumo, gestión cotidiana y performance en aplicaciones de "levante", *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 27. <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i0.13365>.
- Lugones, María. (2012). "Interseccionalidad y feminismo decolonial" en Ramón Grosfoguel y Roberto Almanza Hernández (eds.) *Lugares decoloniales: espacios de intervención en las Américas*, Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Lugones, María. (2021). *Peregrinajes*, Buenos Aires, del Signo.
- MacLeod Caitlin y McArthur Victoria. (2018). The construction of gender in dating apps: an interface analysis of Tinder and Bumble, *Feminist Media Studies*, 19(6), 822-840. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1494618>.
- Magliano, María. (2015). Interseccionalidad y migraciones: potencialidades y desafíos, *Revista Estudios Feministas*. 23. 691-712. DOI: 10.1590/0104-026X2015v23n3p691.
- Maingueneau, Dominique. (2003). ¿"Situación de enunciación" o "situación de comunicación"?, *Revista Discurso.org*, 2(5). ISSN: 1666-3519.
- Maingueneau, Dominique. (2010). "El enunciador encarnado. La problemática del Ethos", *Otras Voces*, 24, 203-225.
- Mangone, Carlos. (2012). *De La Nación a Ñ, de Sur a Punto de Vista. Conflictos y armonías del periodismo cultural y las formaciones intelectuales*, tesis de doctorado, Buenos Aires, UBA, FSOC.
- Manning, Jimmie. (2014). Construction of values in online and offline dating discourses: Comparing presentational and articulated rhetorics of relationship seeking, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 309-324. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12037>
- Marentes, Maximiliano. (2015). "De cuerpos y afectividades: la construcción de ethos discursivos en salones de chat gays.". XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

- Marentes, Maximiliano. (2019). ¿Amor a la latinoamericana? Cuestionando los presupuestos de la sociología del amor, *Revista Argentina de Sociología*, 15(24), 7-28. ISSN 1669-3248.
- Margulis, Mario. (1996). (ed.) *La juventud es más que una palabra*, Buenos Aires, Biblos.
- Martín-Barbero, Jesús. (1983). “Memoria narrativa e industria cultural”, *Comunicación y cultura*, 10.
- Martín-Barbero, Jesús. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili.
- Marx, Karl. (1974). “Tesis sobre Feuerbach” en *La ideología alemana*, Buenos Aires, Pueblos Unidos.
- Mason, Corinne Lysandra. (2016). Tinder and humanitarian hook-ups: the erotics of social media racism, *Feminist Media Studies*, 16(5), 822-837. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1137339>.
- Mattelart Michèle y Piccini Mabel. (1974). La televisión y los sectores populares, *Comunicación y cultura*, 4.
- Mattelart, Michèle. (2014). Género, comunicación e investigación desarrollada por mujeres, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1. <https://doi.org/10.24137/raeic.1.2.1>
- May, Vivian. (2012). “Intersectionality” en Catherine Orr, Ann Braithwaite y Diane Lichtenstein (eds.) *Rethinking Women's and Gender Studies*, Nueva York, Routledge.
- McRobbie, Angela. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, Londres, Sage.
- Meccia, Ernesto. (2022). *Los últimos homosexuales*, Buenos Aires, ediciones UNL y EUDEBA.
- Metz, Christian. (1972). “El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?” en Eliseo Verón (comp.) *Lo verosímil*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Metz, Christian. (1994). “La enunciación antropoide”, en *L'enonciation impersonnelle ou le site du filme*, Paris, Klincksieck. Traducido por María Rosa del Coto para Semiótica II.
- Meyer, Michel. (2013). *Principia Rhetorica*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Milestone Katherine y Meyer Anneke. (2021). *Gender and popular culture*. 2nd edition. Cambridge, Polity Press.
- Milestone Katherine y Meyer Anneke. (2022). Consumos Mediáticos, Activismo y Género en la Cultura Digital, *Cuestiones De género: De La Igualdad Y La Diferencia*, 17. <https://doi.org/10.18002/cg.i17.7251>. Reseña y traducción de Isabel Vasen.

- Moreno Barrenche, Sebastián. (2019a). La proyección online del yo entre individuación y colectivización, *InMediaciones de la comunicación*, 14(1), 65-84. <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2886>
- Moreno Barrenche, Sebastián. (2019b). La estilización del yo en redes sociales: la proyección on-line de la identidad personal como artificio semiótico, *deSignis 30. Ciberculturas*, 77-89. <https://doi.org/10.35659/designis.i30p77-89>.
- Moreno-Barreneche, Sebastián. (2022a). Identidades estetizadas, interacciones mediatizadas: un abordaje de Instagram desde la sociosemiótica, *Comunicación y Medios*, 31(45), 129-141. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.64515>
- Moreno-Barreneche, Sebastián. (2022b). Más allá del lenguaje. La contribución de la semiótica al movimiento feminista a partir del estudio de las prácticas, *deSignis 36. feminismo y semióticas*. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i36>
- Morley, David. (1993). Teoría de las audiencias activas: péndulos y trampas, *Journal of Communication*, 4(43). Traducción para la cátedra de Comunicación II (Contursi) a cargo de Alejandro Grimson y Mirta Varela.
- Mulvey, Laura. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema, *Screen*, 16(3).
- Naezer, Marijke. (2020). Sexy selves: Girls, selfies and the performance of intersectional identities. *European Journal of Women's Studies*, 27(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1350506818804845>
- Nixon, Sean. (1996). *Hard Looks*, Nueva York, St. Martins.
- Olavarría, María Eugenia. (ed.) (2010). *deSignis16. Cuerpo(s)/Sexos, sentidos, semiosis*. Buenos Aires, La Crujía.
- Palumbo, Mariana. (2018). ¿Qué hay detrás de un match? Reflexiones sobre la afectividad en la virtualidad posmoderna, *Revista Épocas*, 6.
- Palumbo, Mariana. (2019a). “Sociabilidad virtual y criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales”. *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, 16(1), 159-181. <https://doi.org/10.15517/c.a.v16i1.36459>.
- Palumbo, Mariana. (2019b). “Capital erótico y expectativas de género: criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales”, *Sociedade e Cultura*, 22(2). 187-203. <https://doi.org/10.5216/sec.v22i1.e52483>.
- Palumbo, Mariana. (2019c). *Solos y Solas Búsquedas de encuentros eróticos y afectivos entre cis heterosexuales*. Buenos Aires, Teseo Press. Tesis doctoral, FSOC, UBA.
- Palumbo Mariana y Marentes Maximiliano. (2021). "¿El mundo se volvió gay?" en *Revista Anfibia*.
- Pavoni Perrotta Florencia. (2018). *Tecnificación y afectividad: el ideal romántico en las publicidades de Tinder y Happn*, Buenos Aires, UBA, tesina de grado en Ciencias de la Comunicación.
- Pecheny Mario, Figari Carlos y Jones Daniel. (2008). *Todo sexo es político. Estudios sobre sexualidad en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Zorzal.
- Peirce, Charles Sanders. (1987). *Obra Lógico-Semiótica*, Madrid, Taurus.

- Peñamarín Cristina, Amman Beatriz, and Parra Elizabeth. (eds.) (2022). *deSignis36. Semióticas y Feminismos*, Rosario, UNR.
- Preciado, Paul B. (2009). "Terror anal" en Hocquenghem Guy *El deseo homosexual*, Barcelona, Melusina.
- Preciado, Paul B. (2010). *Pornotopía*, Ciudad de México, Anagrama.
- Preciado, Paul B. (2019). *Un apartamento en Urano*, Barcelona, Anagrama.
- Preciado, Paul B. (2020). *Manifiesto contrasexual*, Buenos Aires, Anagrama.
- Preciado, Paul B. (2021). *Testo yonqui*, Buenos Aires, Anagrama.
- Pujol, Ayelén. (2019). *¡Qué jugadora! Un siglo de fútbol femenino en Argentina*, Buenos Aires, Ariel.
- Ranciére, Jacques. (2007). "La distorsión", en *El desacuerdo. Política y filosofía*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Rich, Adrienne. (1986). Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana, *Revista Brujas*, 4(10).
- Ringrose, Jessica. (2016). "Postfeminist media panics over girls' 'sexualisation': Implications for UK sex and relationship guidance and curriculum" en Vanita Sundaram y Helen Sauntson (eds.) *Global Perspectives and Key Debates in Sex and Relationships Education*, Londres, Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137500229\\_3](https://doi.org/10.1057/9781137500229_3).
- Rocha Alonso, Amparo. (2010). De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido. *Intersecciones en Comunicación*, 4(4), 101-127. ISSN: 2250-4184.
- Rodríguez Cruz Manjarrez Lénica y Albertín Carbó Pilar. (2021). Configuraciones y autorepresentaciones digitales de género y masculinidad en Tinder, *Global Media Journal México*, 18(34), 229-251. <https://doi.org/10.29105/gmjmx18.34-11>.
- Salessi, Jorge. (1995). *Médicos, maleantes y maricas*, Rosario, Beatriz Viterbo.
- Sarchman, Ingrid. (2017). "Política y Tinder", *Sociales en Debate*, 12.
- Sarlo, Beatriz. (1992). La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión, *Punto de vista*, 44.
- Sarlo, Beatriz. (2001). "Retomar el debate" en *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Schaufler, María Laura. (2019). *Los setenta en la prensa argentina. Cultura erótica y Femenidades*, Santa Fe, ediciones UNL.
- Scolari, Carlos. (2008). *Hacer Click*, Barcelona, Gedisa.
- Sessano Jiménez, Merlina Atzín. (2022). "'Corazón, tú sí sabes quererme como a mí me gusta'. El trabajo en las relaciones erótico-afectivas entre jóvenes cis heterosexuales: narrativas, aprendizajes y comunicación", *Entramados y perspectivas. Revista de la Carrera de Sociología*, 12. ISSN 1853-6484.

- Sevi, Barış. (2019). The dark side of Tinder. *Journal of Individual Differences*, 40(4), 242–246. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000297>
- Shaw, Adrienne. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies, *Media, Culture & Society*, 39(4), 592-602. <https://doi.org/10.1177/0163443717692741>.
- Shaw, Frances. (2016) “Bitch I said hi”: The Bye Felipe campaign and discursive activism in mobile dating apps, *Social Media + Society*, 2, 1–10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672889>.
- Sibilia, Paula. (2008). *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Souza María, Giordano Carlos y Migliorati Mario. (2012), *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*, La Plata, UNLP.
- Spataro, Carolina. (2012). *¿‘A dónde había estado yo’?: configuración de feminidades en un club de fans de Ricardo Arjona*, tesis doctoral en ciencias sociales, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.
- Steimberg, Oscar. (1993). “Proposiciones sobre el género” en *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel.
- Sunkel, Guillermo. (2001). Modos de leer en sectores populares. Un caso en recepción, *Nueva Sociedad*, 175, 143-154.
- Tenenbaum, Tamara. (2019). *El fin del amor: querer y coger en el siglo XXI*, Buenos Aires, Ariel.
- Thompson, Laura. (2018). “I can be your Tinder nightmare”: Harassment and misogyny in the online sexual marketplace. *Feminism & Psychology*, 28(1), 69–89. <https://doi.org/10.1177/0959353517720226>.
- Timmermans Elisabeth y Courtois Cédric. (2018). From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users, *The Information Society*, 34(2), 59-70. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1414093>
- Timmermans Elisabeth y De Caluwé Elien. (2017). Development and Validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior*, 70, 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.028>.
- Toma Catalina y Hancock Jeffrey. (2010). “Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception.”, *Communication Research*, 37(3), 335–351. <https://doi.org/10.1177/0093650209356437>.
- Toma Catalina, Hancock Jeffrey y Ellison Nicole. (2008). “Separating fact from fiction: An examination of deceptive self-presentation in online dating profiles.” *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>.
- Toulmin, Stephen. (2007). *Los usos de la argumentación*. Barcelona, Península.
- Valles, Miguel. (2002). *Entrevistas cualitativas*, Madrid, CIS.

- van Dijck, José. (2016). *La cultura de la conectividad*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- van Rey, Lucas. (2016). *Tiempos de swipe: un estudio sobre Tinder*, Buenos Aires, UBA, tesina de grado en Ciencias de la Comunicación.
- van Zoonen, Liesbet. (1996). "Feminist Perspectives on the Media" en Michael Gurevitch y James Curran, *Mass Media and Society*, 2nd edition, Londres, Edward Arnold.
- Vasallo, Brigitte. (2020). *El desafío poliamoroso. Por una nueva política de los afectos*, Buenos Aires, Paidós.
- Verón, Eliseo. (1978). Sémiosis de l'idéologie et du pouvoir, *Communications*, 28. 7-20.
- Verón, Eliseo. (1985). "El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media", en *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP.
- Verón, Eliseo. (1993). *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.
- Verón, Eliseo. (2004). *Fragments de un tejido*, Barcelona, Gedisa.
- Viveros Vigoya, Mara. (2009). La sexualización de la raza y la racialización de la sexualidad en el contexto latinoamericano actual, *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia*, 1, 63–81. ISSN 2145 - 6445.
- Viveros Vigoya, Mara. (2016). La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación, *Debate Feminista*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.df.2016.09.005>.
- Wacquant, Loïc. (1995). "Introducción" en Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant: *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, Ciudad de México, Grijalbo.
- Wade, Peter (2008). "Debates contemporáneos sobre raza, etnicidad, género y sexualidad en las ciencias sociales" en Peter Wade, Fernando Urrea Giraldo y Mara Viveros Vigoya (eds.) *Raza, etnicidad y sexualidades: ciudadanía y multiculturalismo en América latina*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- Walkerdine, Valerie. (2006). Playing The Game: Young girls performing femininity in video game play. *Feminist Media Studies*. 6(4). 519-537. <https://doi.org/10.1080/14680770600990036>.
- Wang, Shuaishuai. (2020). "Chinese affective platform economies: Dating, live streaming, and performative labor on Blued." *Media, Culture & Society*, 42(4), 502-520. <https://doi.org/10.1177/0163443719867283>.
- Wang, Yow-Juin. (2012). Internet dating sites as heterotopias of gender performance: A case study of Taiwanese heterosexual male daters, *International Journal of Cultural Studies*, 15(5), 485-500. <https://doi.org/10.1177/1367877911422855>.
- Ward, Janelle. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app, *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644-1659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>.
- Warfield, Katie. (2015). The Model, The #Realme, and The Self-conscious Thespian: Digital Subjectivities, Young Canadian Women, and Selfies, *The International*

Journal of the Image, 6(2), 1-16. <https://doi.org/10.18848/2154-8560/CGP/v06i02/44167>.

Wittig, Monique. (2006). *El Pensamiento Heterosexual*, Madrid, Egales.