


INVESTIGACIÓN

<https://doi.org/10.15198/seeci.2018.0.91-105>

Recibido: 05/02/2018 --- Aceptado: 14/02/2018 --- Publicado: 15/11/2018

RAZÓN Y EMOCIÓN EN LA SELECCIÓN DE PAREJA ONLINE DE LOS CHILENOS

REASON AND EMOTION IN CHILEANS PARTNER'S ONLINE SELECTION

Felipe Tello Navarro¹: Universidad Autónoma de Chile. Chile
felipe.tello@uautonoma.cl  <https://orcid.org/0000-0001-5848-6785>

RESUMEN

En línea con la Teoría Crítica, las páginas de citas (*dating websites*) son consideradas como un elemento que "racionaliza" las interacciones sexual-emocionales contemporáneas (lógica de los "mundos hostiles"). Por medio de una encuesta *online* y entrevistas, este trabajo analiza los criterios de elección de pareja de los usuarios chilenos en los sitios de encuentro digital. El objetivo es poner a prueba la hipótesis de la "racionalización". Los datos muestran que a pesar de la variedad de criterios de elección de pareja, estos deben cumplir dos requisitos: a) permitir observar el capital sociocultural de los otros; b) y hacerlo sin romper el imaginario exclusivamente emocional del proceso.

PALABRAS CLAVE: Razón; Emoción; Páginas de web citas; Interacciones sexual emocionales; Criterios de elección; Capital cultural; Imaginario romántico.

ABSTRACT

According with Critical Theory, dating websites are considered as an element that 'rationalizes' modern sexual- emotional interactions (logic of "hostile worlds"). Throughout an online survey and interviews, this paper analyzes the criteria selection of Chilean users in dating websites. The aim is to test the hypothesis of 'rationalization'. Despite the criteria variety for choosing a couple, the data shows the fulfillment of two requirements: a) to allow the observation of others' socio- cultural capital; and, b) to do it without tearing the emotional imaginary process.

KEY WORDS: Reason; Emotion; Dating websites; Sexual emotional interactions; Criteria of choice; Cultural capital; Romantic imaginary.

RAZÃO E EMOÇÃO NA SELEÇÃO DE NAMORADOS ONLINE DOS CHILENOS

RESUME

Em linha com a Teoria Crítica, os de encontros (*dating Websites*) são consideradas como um elemento que "racionaliza" as interações sexual emocionais contemporâneas (lógica dos "mundos hostis"). Por meio de uma encosta online e entrevistas, este trabalho analisa os critérios da eleição de namorado dos usuários chilenos nos sites de encontro digital. O objetivo é pôr à prova a hipóteses da "racionalização". Os dados mostram que apesar da eleição de um namorado, este deve cumprir os requisitos: a)

¹ **Felipe Tello Navarro:** Doctor en Sociología/Doctor en Ciencias de la Información y la Comunicación. Académico de la carrera de Trabajo Social e investigador del Centro de Estudios y Gestión Social (CEGES), Universidad Autónoma de Chile. **Correo:** felipe.tello@uautonoma.cl

permitir observar o capital sócio cultural dos outros; b) faze-lo sem romper o imaginário exclusivamente emocional do processo.

PALAVRAS CHAVE: Razão; Emoção; Páginas web de encontros; Interações sexual emocionais; Critérios de eleição; Capital cultural; Imaginário romântico.

Este trabalho se efectuó gracias a una beca de doctorado nacional de la Corporación Nacional de Ciencia y Tecnología (Conicyt), Chile.

Cómo citar el artículo

Tello Navarro, F. (2018). Razón y emoción en la selección de pareja online de los chilenos [Reason and emotion in Chileans partner's online selection] Revista de Comunicación de la SEECI, 47, 91-105. doi: <http://doi.org/10.15198/seeci.2018.47.91-105> Recuperado de <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/521>

1. INTRODUCCIÓN

Según Sergio Costa (2006), la sociología ha privilegiado los análisis que oponen la lógica instrumental de la política y la economía, a de la "esfera emocional" de las relaciones sentimentales; lo que la socióloga Viviana Zelizer (2009) denomina la "teoría de los mundos hostiles"². Este tipo de análisis encontraría su paroxismo en la teoría crítica, particularmente en la denominada: "Escuela de Frankfurt", uno de cuyos temas centrales es la "racionalización" y más específicamente el dominio progresivo de la "racionalidad instrumental" sobre todos los ámbitos de la vida (Jay, 1989; Honneth, 1990; Basaure, 2011). Este tipo de análisis sería revivido en la actualidad según Costa por la relación entre la "tercera generación" de la Escuela y los estudios culturales de la socióloga Eva Illouz.

En su libro, *El consumo de la utopía romántica*, Illouz (2009) analiza, en el transcurso del siglo XX, como el mercado —y particularmente la industria de la entretención y el ocio—, edifica las prácticas culturales del "amor romántico" por medio de la cual los sujetos expresarían sus emociones. Así, en la modernidad avanzada, el amor romántico se manifestaría casi exclusivamente por medio de prácticas de consumo; lo que la autora denomina la "mercantilización del romance". De igual forma, surgirán durante este periodo productos diseñados para el amor o que utilizarían un "hálito romántico" para su difusión, lo que ella cataloga como: la "romantización del consumo". Lo anterior lleva a decir a Costa (2006) que para Eva Illouz habría una perfecta "simbiosis" entre mercado y amor romántico, en el que ambos saldrán beneficiados y ante lo cual la autora no observa ninguna posibilidad de patología en la esfera de las emociones.

Para Illouz (2009), lo que salva a los "amantes" de la "contaminación" de sus sentimientos es la capacidad que poseen los sujetos de apropiarse de los significados del mercado para establecer relaciones libres de éste. Como señala Axel Honneth, uno de los más importantes representantes de la denominada tercera generación de la Escuela de Frankfurt (Basaure, 2008, los sujetos tienen:

...la capacidad de mantener sus sentimientos libres de consideraciones estratégicas de utilidad; más bien parecen poder utilizar con una habilidad que raya en lo virtuoso el consumo de mercancías para proteger sus relaciones, sólo

² Para la autora, la comprensión de lo "emocional" y lo "racional" como esferas separadas y aisladas, hace que la intersección o superposición de ellas sea comprendida en términos de "pureza" y "contaminación". (Zelizer, 2009).

basadas en el afecto emocional y por eso «puras» (Hartman y Honneth, 2009, p. 417).

Es precisamente este "virtuosismo" lo que observa Illouz en los sujetos, y el que diferencia sus análisis de los estudios clásicos de la Teoría Crítica. Sin embargo, existiría para la socióloga una evolución del amor romántico que puede romper este virtuosismo y "racionalizar" e "instrumentalizar" las relaciones amorosas. Esta transformación es la búsqueda de pareja por Internet, en las páginas web especializadas (*dating websites*); una práctica extendida en los países desarrollados.

Para Eva Illouz (2007), la búsqueda de pareja por Internet tendría cuatro consecuencias relevantes: 1) obliga a los sujetos a centrarse en sí mismos y en el propio ideal del otro; 2) invierte la relaciones tradicionales del amor romántico, mientras en las relaciones románticas la atracción precede al conocimiento, en este caso el conocimiento del otro precede a la atracción; 3) el encuentro romántico se efectúa bajo el dominio de la ideología liberal de la "elección", es decir, se constituye un mercado de parejas; 4) se coloca a las personas en un mercado abierto que obliga a cada quien a competir con el otro.

Todo lo anterior transformaría la lógica del amor de la siguiente manera: a) si el imaginario romántico funcionaba bajo una lógica de la "espontaneidad", la búsqueda de pareja por Internet utiliza una lógica de "elección racional"; b) mientras el amor romántico está íntimamente relacionado con la atracción sexual, Internet funcionaría bajo una lógica des-corporizada; c) el amor presupone el desinterés, la búsqueda de pareja por Internet supone el interés, pues cada sujeto necesita aumentar su propio valor; d) el amor romántico está acompañado de la idea del valor único de la persona amada, mientras en Internet la lógica es la de la abundancia, de la opción infinita, la eficiencia, la racionalización, la selección y la estandarización. De este modo, es posible afirmar que para Eva Illouz, la búsqueda de pareja a través de dispositivos digitales produce un proceso de creciente "racionalización".

2. OBJETIVOS

El objetivo de este estudio es analizar los criterios de selección de pareja de los usuarios chilenos de las páginas de citas (*dating websites*) para determinar si estos pueden ser denominados como "racionales" o "emocionales", con el fin de afirmar o rechazar la hipótesis que señala que: los usuarios de las páginas de encuentro *online* establecen relaciones "racionalizadas" propiciadas por el dispositivo técnico.

A juicio de este trabajo, la hipótesis de la "racionalización" manifiesta cierto "determinismo tecnológico", el que conduce a observar transformaciones profundas en las interacciones "amorosas" a causa de la utilización de dispositivos técnicos. Jauréguiberry y Proulx (2011) señalan que una aproximación determinista consiste en evaluar los efectos de los dispositivos técnicos sobre los comportamientos individuales y colectivos. La interrogante planteada por este "paradigma", señalan los autores, es saber cómo la técnica influye sobre los aspectos socioculturales del vivir en conjunto. Poner en cuestión este tipo de hipótesis es uno de los objetivos de este trabajo.

3. METODOLOGÍA

Para describir el origen racional y/o emocional de los criterios de selección de pareja en las páginas de citas se utilizaron dos instrumentos. El primero de ellos fue una encuesta *online*. Se utilizaron para su aplicación cuatro técnicas: una lista de direcciones de correos electrónicos, una de contactos de Facebook, una *Fanspage* y un *blog* personal. Todas estas alternativas remitían a tres cuestionarios similares: uno para

email, otro para *Facebook* y otro para el *blog* personal; los cuales se encontraban en un servidor especializado en la construcción y aplicación de encuestas online³.

A través del correo electrónico, se envió un link a una base de datos de alrededor de tres mil direcciones (no todas ellas confirmadas). El correo con la solicitud de respuesta del cuestionario fue enviado en tres ocasiones, con una diferencia de una semana entre mensajes, el mismo método fue adoptado para la lista de contactos de Facebook. No fue requerida la dirección de correo electrónico de los participantes—aunque esta opción estaba disponible— pues se les señaló a ellos que la prioridad era la confidencialidad de la información. En total fueron respondidos 522 cuestionarios: 25 por medio del blog, 32 por Facebook y 465 por correo electrónico.

En lo concerniente a la muestra, François Singly (2012) señala que para la estadística como para la sociología, lo óptimo para alcanzar la representatividad son las muestras de tipo probabilístico. Sin embargo, no siempre es posible identificar una población de forma clara, puesto que en ocasiones ésta se encuentra constituida por grupos móviles con fronteras fluidas, como en el caso de los públicos. Un público, señala el autor, es siempre heterogéneo, compuesto de conjuntos diversos; en cuanto a los usuarios de las páginas de citas, es posible encontrar: solteros, en pareja, casados, separados; los cuales son usuarios: frecuentes, esporádicos, que han visitado las páginas de encuentro sólo una vez; que han establecido (o no) una relación con otra persona; por otro lado, la relación que puede ser virtual o cara a cara; y la cual, puede adoptar distintos nombres: “amorío”, “*affair*”, “relación sexual”, “amigos con ventaja”, “relación de pareja”.

De este modo, a la diversidad del acto que convierte a una persona en usuario, se suma la heterogeneidad de sus características sociales, económicas y culturales. Es por ello que el tipo de muestreo seleccionado fue el denominado “espontáneo” o *a posteriori*. La muestra “espontánea”, es decir, aquella que está compuesta por quienes voluntariamente contestaron el cuestionario, o a posteriori (Henríquez, 2002), no es representativa en un sentido estadístico, pero otorga un buen perfil del público, una imagen estilizada por la acentuación de características pertinentes (De Singly, 2012).

El análisis de los datos arrojados por la aplicación de este instrumento fue de tipo descriptivo tal y como lo definen Hernández *et al.* (2006). Además, no se utilizaron técnicas de análisis inferencial, pues no es posible extrapolar los resultados a una población mayor (ver anexo 2). De este modo, el análisis de los datos numéricos privilegió los porcentajes y las frecuencias absolutas; se especificará cuando fueron utilizadas unas u otras en los gráficos realizados.

El segundo método utilizado fue la entrevista, tanto en su formato *online* como cara a cara. Respecto a la segunda hay poco que decir, la entrevista (cara a cara) es un método completamente aceptado y prácticamente estandarizado de investigación social (Kaufmann, 2013; Opdenakker, 2006; Ardèvol *et al.*, 2003; Bampton y Cowton, 2002; Baeza, 2002) La entrevista señala Baeza (2002), implica siempre un contrato comunicativo entre por lo menos dos personas —un entrevistador y por lo menos un entrevistado—. Ella comporta siempre algún grado de confianza y el respeto a ciertas normas: los turnos del habla y la escucha mutua. La constitución de este contrato, señala Ardèvol *et al.* (2003), es más difícil en el caso de las entrevistas *online*. Lo anterior, debido a la desconfianza en la interacción que produce la “no presencia física”, y la dificultad de coordinar ciertos actos de habla. Es por esto, quizás, que el sociólogo Jean-Claude Kauffman (2013), cuestiona la utilidad de esta técnica para la investigación en Internet.

En este estudio, se realizaron veintiséis entrevistas de tipo no estructuradas: doce de hombres y catorce de mujeres. Los entrevistados tenían un rango de edad que iba de los 20 años a más de 60. Las entrevistas se efectuaron por distintos medios *offline* y

³ La página especializada es www.encuestafacil.com

online. La lógica del muestreo fue el principio de saturación de la información (Baeza, 2002). La decisión de realizar entrevistas no estructuradas surgió luego de una primera aplicación del instrumento. En este piloto se realizaron dos entrevistas con una pauta semiestructurada; sin embargo, ya en la realización de las entrevista fue posible percatarse que la pauta no capturaba las particularidades de la experiencia de los usuarios. Es por ello que se optó por hacer entrevistas no estructuradas, aunque de igual forma, y con el fin de conseguir cierta disposición en las respuestas, se siguió el siguiente orden: opinión y objetivos de ingreso a las páginas; experiencia y uso de las páginas: interacciones *online*; el paso de lo *online* a lo *offline*; y relaciones cara a cara. En cuanto al método de análisis de las entrevistas, este siguió los siguientes pasos. Se redujo todo el material a texto escrito. En este sentido, tanto las entrevistas grabadas como las textuales construyeron dos corpus -uno para los hombres varones y otra para las mujeres-. Aquí las diferencias de medios y formatos desaparecieron y todas las entrevistas, independiente de que fueran realizadas cara a cara o por algún medio electrónico, tuvieron el mismo tratamiento. Las entrevistas que fueron realizadas a través de medio textuales mantuvieron su literalidad y no fueron intervenidas, por lo tanto, conservan sus errores ortográficos y gramaticales; esto con la finalidad de conservar al máximo su sentido (Kauffman, 2013).

Posterior a tener todo el material en un formato homogéneo, se prosiguió con a una nueva lectura, esta vez para buscar codificar el material en bruto con conceptos más generales. En este sentido, se hizo un procedimiento inductivo cercano a lo que realiza la *Grounded Theory*, aunque fundamentado en el trabajo de revisión bibliográfica y la discusión teórica realizada con anterioridad (Kauffman, 2013). Luego de realizada esta primera codificación, se efectuó una nueva lectura del material de entrevista con la finalidad de extraer los fragmentos —frases o párrafos— más representativos e introducirlos en la malla de análisis. Por último, se efectuó un trabajo deductivo, donde los conceptos elaborados fueron reordenados e introducidos en nociones más generales o temas. Es sobre la malla de análisis que se realizó la interpretación de los datos. Por su parte, la interpretación se realizó en el mismo momento de escritura del corpus de este estudio. Como mecanismo de control del proceso de interpretación se realizó una atenta lectura de los datos recolectados y su contrastación, tanto con los datos cuantitativos como con el trabajo teórico.

4. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PAREJA

A continuación, se presentan los criterios más relevantes para los usuarios de las páginas de citas cuando evalúan a una posible futura pareja. Así, el gráfico 1 muestra que es lo primero que llama la atención de los usuarios al momento de mirar el perfil de otro en las páginas de encuentro. El gráfico 2 analiza los mismos resultados dividido por género.

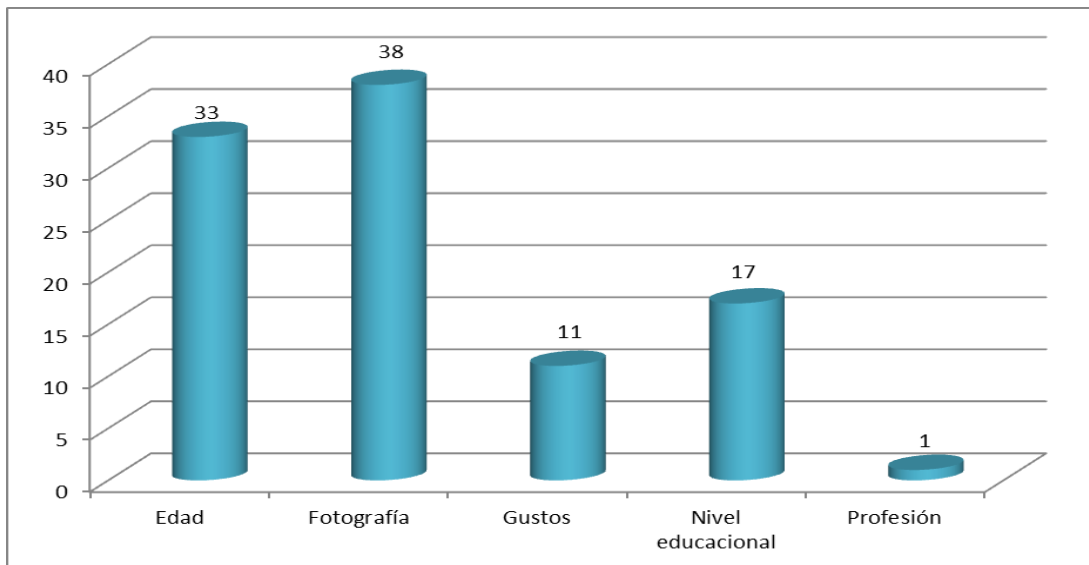


Gráfico 1. ¿Qué es en lo primero que se fija al visitar el perfil de otra persona? (frecuencias absolutas)

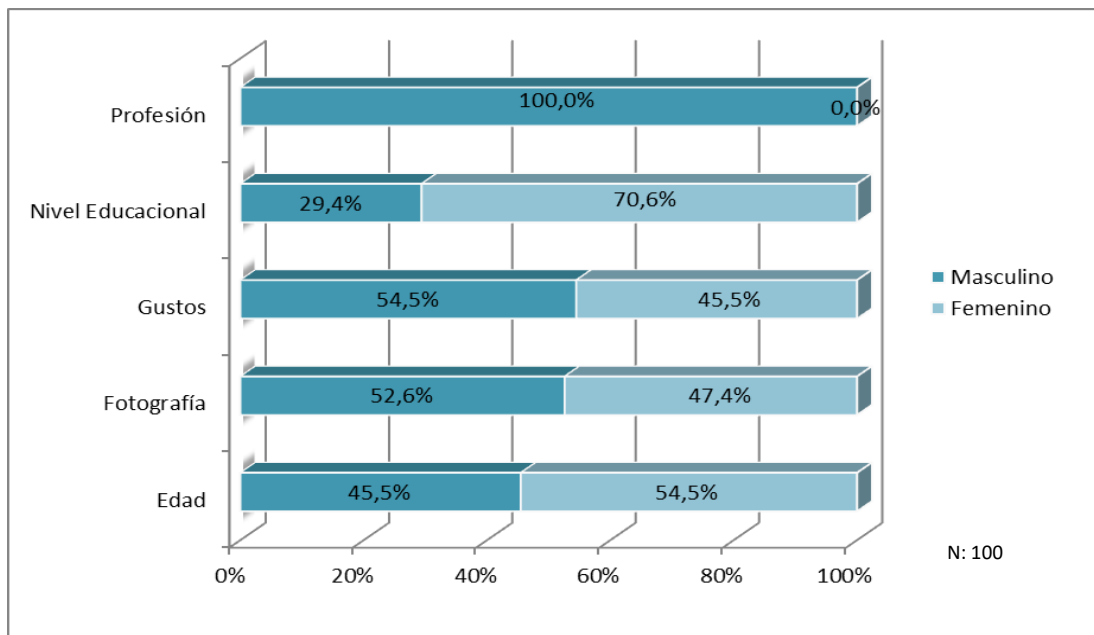


Gráfico 2. ¿Qué es en lo primero que se fija al visitar el perfil de otra persona?

Es posible observar en los gráficos anteriores que lo primero que llama la atención de los usuarios de las páginas de citas es la «fotografía»; lo anterior tanto para los hombres como las para mujeres (ver gráfico 2). De aquello también dan cuenta los usuarios entrevistados.

«Entonces obviamente al principio el primer paso que uno da es que sea una chica que te atraiga, o que se vea atractiva en la foto... » (Hombre 30-39 años).

«De partida la foto, si po', la foto es la manera más fácil de saber de si una persona te es atractiva o no... » (Mujer 20-29 años).

«Yo creo que, igual todo entra por la vista... porque uno cuando dice me gusta, es porque algo te gustó, o sea, si no lo conoces nada, por lo que ves en la foto te gusto, empezamos por ahí... » (Mujer 30-39 años).

Según ellos afirman, es por medio de la fotografía que los perciben si los otros le son atractivos o no. La fotografía se convierte así en el cuerpo del otro en la web (Tello, 2016). El gráfico 3 por su parte, señala cual es la valoración que hacen los usuarios de ciertas características en los otros. Entre ellos se encuentran: la «edad», la «fotografía», el «nivel educacional», los «gustos», la «profesión» y la «renta». Se les solicitó a los internautas que clasificaran estos atributos en las siguientes categorías: «muy importante», «importante», «indiferente», «poco importante», «nada importante». El gráfico 4 muestra los mismos resultados que el gráfico anterior divididos por género. Con la finalidad de hacer más inteligible la presentación de los resultados, en los gráficos 3 y 4 se reunieron las categorías «importante/muy importante» y «poco importante/nada importante».

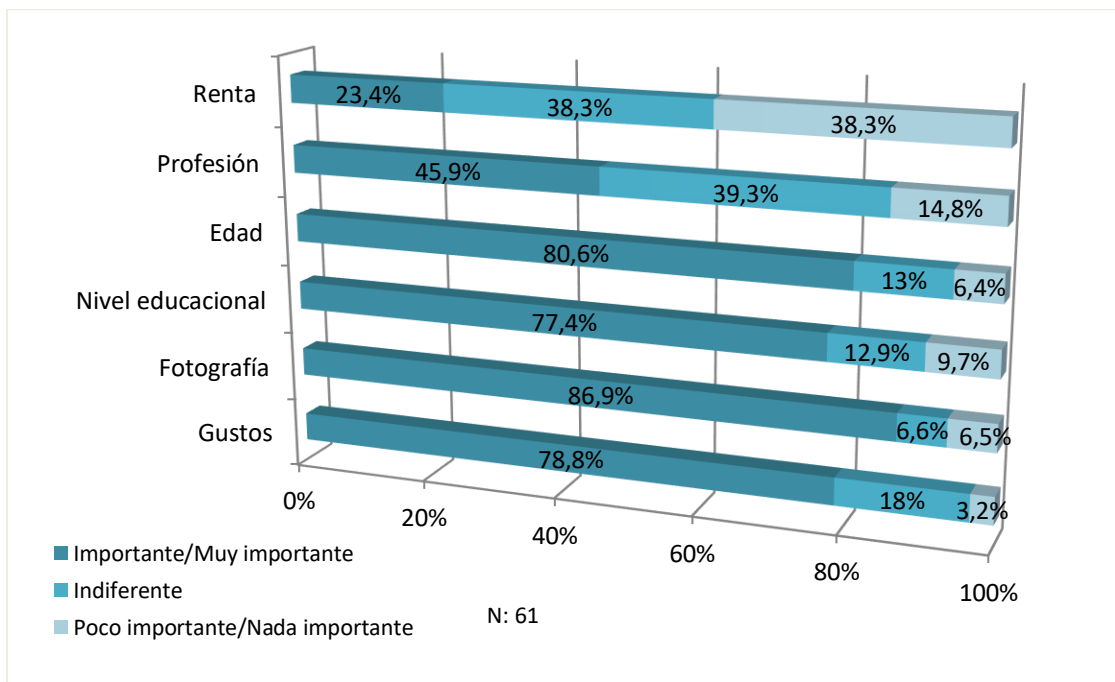
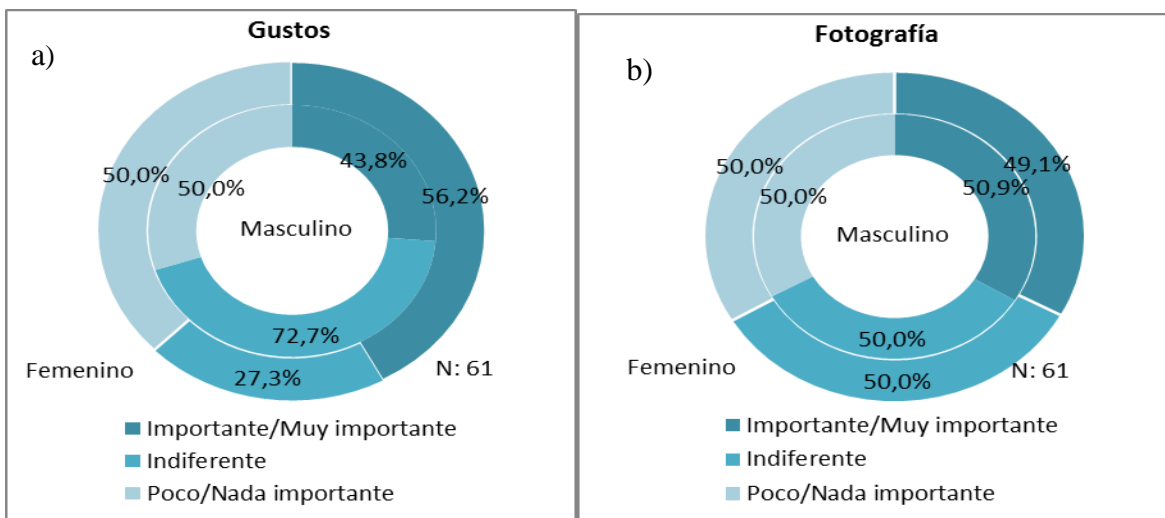


Gráfico 3. ¿Cuán relevante considera usted estos atributos en el perfil de otra persona?



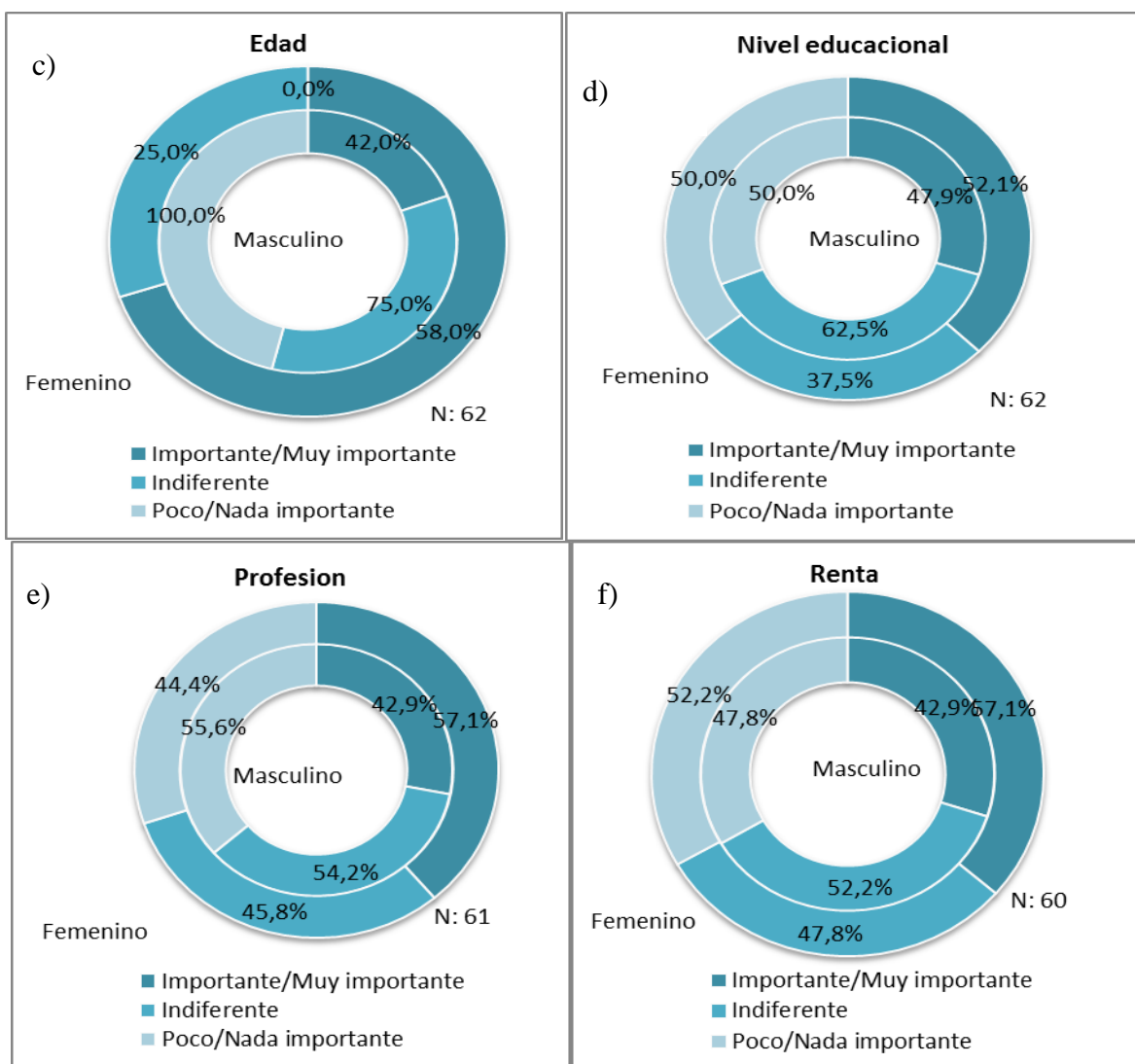


Gráfico 4. ¿Cuán relevante considera usted estos atributos en el perfil de otra persona?

El gráfico 3 muestra que la fotografía es el atributo más importante en el perfil de las otras personas para los usuarios chilenos de las páginas de citas. A su vez, el gráfico 4 evidencia que esta valoración es similar para hombres como para las mujeres. Así, la creencia de sentido común —muy extendida en Chile— que señala que los hombres valoran más la apariencia respecto a las mujeres no parece comprobarse en este caso. Respecto a la valoración que hacen los usuarios de la imagen, estos son conscientes de que la apreciación por medio de una fotografía puede ser algo estereotipada e incluso pre-juiciosa. Sin embargo, ellos afirman que en las páginas de citas no hay otra forma de juzgar al otro.

«Claro, uno... a simple vista... una persona entra por la vista, pese a todo somos una sociedad con varios prejuicios, claramente, a veces las cosas entran por la vista...» (Hombre 20-29 años).

Lo anterior viene a reforzar la afirmación de Eva Illouz (2012), respecto a que el "atractivo sexual" es uno de los criterios más relevantes a la hora de establecer relaciones de pareja en la sociedad contemporánea, y en las páginas de citas la forma de captar ese atractivo es la fotografía.

El otro criterio relevante a considerar cuando los usuarios acceden al perfil de otro usuario es la «edad» (ver gráficos 3 y 4). A pesar del dicho popular señala que: "el amor no tiene edad", en las páginas de encuentro online este es un criterio relevante (ver gráfico 3), quizás aún más que en el mundo *offline*. Esto producto de la posibilidad que estos sitios webs ofrecen de efectuar encuentros intergeneracionales. Mientras

fuera de Internet los sitios especializados en encuentros románticos: bares, restaurantes, cafés, discotecas, se diferencian (casi siempre) por *target* etarios: lugares para adolescentes, adultos jóvenes, adultos, personas mayores; las páginas de citas *online* chilenas se caracterizan por ser generalistas (Lardellier, 2014). Esto posibilita que las distintas generaciones de solteros se encuentren en un mismo lugar. Así, por ejemplo, las usuarias de las páginas de encuentro afirmaron recibir un sin número de mensajes virtuales de hombres de distintas edades. Algunos de ellos "muy menores" y otros "muy mayores". Esto explica tal vez, porque el atributo «edad» es más relevante para ellas que para ellos (ver gráfico 4d). La importancia de la edad como criterio de elección de pareja se puede observar en los siguientes relatos.

«...y después como que igual se pueden poner filtros, y como que no quiere gente mayor o menor [...]. Como que no quiero hablar con todas estas personas, gente mucho mayor que y/ o mucho menor, así como 20 años» (Mujer 20-29 años).

«Por ejemplo el de 36 años lo pensé, ya si puta, ¿le hablo o no le hablo? Y después le hablé y ¿qué onda...? y me contestó po'... Y como era historiador me pareció interesante y dije, ya... le hablo. Ahí el tema de la edad no fue problema por ejemplo...» (Mujer 20-29 años).

«Para abajo, no... un año menos ya es cabro chico (risas) porque los hombres son más inmaduros encuentro yo po'... » (Mujer 20-29 años).

Un tipo de interacción no poco frecuente entre los usuarios entrevistados es aquella que se establece entre varones jóvenes y mujeres mayores. No es posible afirmar que este fenómeno sea propio de Internet, pero sí que este medio facilita este tipo de interacciones. Varias entrevistadas de 30, 40, 50 años y más dicen recibir un sin número de mensajes de hombres menores que ellas.

Muchos de estos mensajes son rechazados por parte de estas mujeres argumentando que sus emisores podrían ser sus hijos; otras en cambio no tienen problema en recibir estos mensajes e interactuar con sus pretendientes virtuales; y un último grupo de ellas incluso han establecidos relaciones de tipo sexual-emocional con ellos. Los varones entrevistados por su parte también dan cuenta de este fenómeno. Mientras algunos de ellos efectúan una queja respecto a que las mujeres en las páginas de citas buscan hombres más jóvenes, como quien señala:

«En general veo mujeres que buscan hombres de menor edad. Cosa divertida, y yo ya a los 53 años ya estoy un poco fuera de gran parte del "mercado" o segmento femenino de mi interés, a pesar que me mantengo muy bien» (Hombre 50-59 años).

Otros, en cambio, no tienen problema en reconocer que buscan mujeres mayores sobre todo cuando estas son atractivas. Lo que en la cultura de Internet se denomina MILF⁴.

«...claro yo igual buscaba señoras ricas po' weón, ¿pa' que iba andar buscando guatonas? si no tienen ni un brillo, entonces, claro ahí empecé a salir con harta mujer así...» (Hombre 40-49 años).

⁴ Mom I'd like to fuck (MILF) en Hispanoamérica se traduciría como: "Mamá que me cogería" <https://es.wikipedia.org/wiki/MILF>

«Un par de años menor y hasta 10 años mayor q yo, delgadas [...] Ese es el primer filtro. La reglas es: que no pese más que yo jajajaa...» (Hombre 30-39 años).

El otro criterio relevante en orden descendente es el «nivel educacional» (ver gráfico 1). El gráfico 2 muestra que son principalmente las mujeres quienes valoran en mayor medida esta característica. Estas representan el 70,6% de los que seleccionaron «nivel educacional» cuando se les preguntó ¿Qué es primero que les llama la atención cuando visitan el perfil de otro usuario? versus el 29,4% que representan los hombres (ver gráfico 2). Lo anterior vendría a corroborar que las mujeres, como señala Eva Illouz (2012), emplean una estrategia matrimonial de endogamia o hipergamia, es decir, buscan pareja con igual o superior nivel educacional que ellas.

El gráfico 3 evidencia que respecto al «nivel educacional», la categoría «importante/muy importante» representa el 77,4% de las opciones seleccionadas; mientras «indiferente» representa el 12,9% y «poco importante/nada importante» representa tan sólo el 9,7% para el mismo atributo. El gráfico 4e permite observar que en la categoría: «importante/muy importante», hombres y mujeres presentan casi idéntico porcentaje: 52,1% hombres versus 47,9 mujeres. Lo anterior pone de manifiesto que el nivel educacional es un criterio transversal y totalmente validado de selección de compañero (Illouz, 2009)

El siguiente criterio seleccionado en orden descendente fue «gustos» (ver gráfico 1). El gráfico 2 permite observar que este criterio es levemente más importante en el primer acercamiento a un otro para los hombres (54,5%) que para las mujeres (45,5%). El gráfico 3 evidencia que «gustos» es considerado «importante/muy importante» en un 78,8% y «poco importante/nada importante» sólo en un 3,2% de las ocasiones. Esto concuerda con lo planteado por Illouz (2012), quien afirma que además del aspecto físico (capital sensual), el otro factor clave para generar atracción en las personas es la «afinidad psicológica». Este aspecto, se manifiesta en la conjunción de gustos, hobbies, intereses y expectativas similares entre otros elementos. Así, en las páginas de citas, los gustos van a ser un criterio fundamental a la hora de seleccionar el perfil de un usuario. El gráfico 4 señala que son las mujeres quienes le dan mayor valoración positiva a este atributo: 56,3% para la categoría «importante/muy importante», versus 43,8% de los hombres para la misma categoría.

Uno de los últimos atributos elegidos fue «profesión». Este fue seleccionado sólo una vez (ver gráfico 1). El gráfico 3 muestra que profesión fue considerada «importante/muy importante» sólo en un 45,9% de las veces, muy por debajo de los otros atributos analizados. El gráfico 4f señala que son las mujeres quienes le entregan mayor relevancia a este atributo: 57,1% lo considera «importante/muy importante», contra el 42,9% de los hombres que lo clasifica en esta misma categoría. Por supuesto, dado el muestreo «espontáneo», esto no es extrapolable más que a las personas que contestaron esta encuesta.

Por último, la categoría «renta» no es siquiera mencionada ante la pregunta: ¿Qué es en lo primero que se fija al mirar el perfil de otra persona? Y cuya opción era parte del cuestionario a completar. La baja valoración de este criterio se comprueba en el gráfico 3, donde «renta» es calificada como «importante/muy importante» sólo en un 23,4% de las oportunidades, mientras en 38,3% es calificado de «indiferente» y en el mismo porcentaje es calificado como «poco importante/nada importante». De este modo, al igual que en las relaciones sexual-emocionales cara a cara (Illouz, 2009), en las páginas de citas el ingreso no es un atributo a considerar por las personas a la hora de establecer una posible relación amorosa. De esta manera, la teoría de los «mundos hostiles» (Zelizer, 2009) sigue siendo útil en términos discursivos para justificar los criterios de elección de pareja en el mundo *online*.

Sin embargo, es necesario preguntarse ¿Cómo es que la renta no es valorada por los usuarios de las páginas de citas como criterio de selección de pareja, mientras el nivel educacional sí lo es si ambas conducen a determinar el nivel socioeconómico de las personas y su estrato social? Esta pregunta es especialmente relevante en Chile donde la "universalización" del acceso a la educación superior es de época reciente y es altamente desigual en cuanto a los estratos socioeconómicos (Scheele, 2015). La respuesta se debería a que «renta» y «nivel educacional» conducen en el imaginario romántico moderno a concepciones divergentes del proceso de selección de pareja.

Mientras que la renta o el ingreso de las personas es visto como un criterio materialista, utilitario y frío de elección de compañero, totalmente alejado de los sentimientos (lógica de los "mundos hostiles"), el nivel educacional se asocia a atributos individuales que se alejan de una lógica utilitarista y se acerca a características de personalidad, como por ejemplo: el esfuerzo personal, la superación, la dedicación, la valoración por el conocimiento y el refinamiento de los gustos entre otros. Todas características altamente valoradas en una futura pareja (Illouz, 2012). Puesto que son los gustos e intereses uno de los elementos claves a la hora de elegir una posible futura pareja, el nivel educacional será un elemento crucial para generar "afinidades" como lo demuestran los siguientes relatos:

«...me fijo en la educación universitaria, principalmente porque... técnico, pueden ser electricistas, de hecho han sido... ¿y qué voy a hablar con esas personas? ¿Voy a hablar de ética? ¿Te fijas?» (Mujer 50-59 años).

«Putita yo de repente he visto ponte, minas que son exquisitas, exquisitas, exquisitas, exquisitas, pero ponte, ponen educación media ¿me entendí? Y trabajo en la casa, ¡ah no!» (Hombre 40-49 años).

Otros entrevistados en cambio no serán tan directos pero de igual modo están discriminando por el nivel educacional de su interlocutor.

«Si... debo reconocer que no es tan, tan relevante el tema de los estudios, pero si puede ser en cuanto a lo que tú haces y lo que te gusta, lo que te es relevante. Veía si a las personas les gustaba leer o salir, o hacer algo, y eso me empezaba a interesar y eso me llevaba a mandarle un mensaje, no era una cuestión visual... linda... no para nada...» (Hombre 40-49 años).

Eva Illouz (2009; 2012), señala que nuestra cultura aprueba la selección racional basada en las cualidades morales o del carácter de las personas, no así con otras características que se observan como instrumentalizadas, por ejemplo los recursos económicos. De este modo, el nivel educacional permitirá un doble juego. Por una parte, posibilita que las personas elijan una futura pareja basada en las supuestas características "individuales" de ésta, como sus valores, gustos e intereses, asumiendo como lo hace el imaginario romántico hace siglos lo "único" e "irrepetible" de la persona amada (Marquet, 2009); y a su vez, permite que los individuos seleccionen a alguien socialmente acorde, es decir, alguien social, cultural y económicamente similar a ellos mismos.

Un criterio que es propio de las interacciones al interior de las páginas de citas, que Illouz (2007) caracteriza como "textualizadas", es la «ortografía». Son casi unánimes las referencias que los usuarios realizaron a la ortografía cuando fueron consultados por aquello que les desagradaba de su interlocutor virtual. Aquello que utilizando una expresión coloquial en Chile, les "mataba las pasiones". A continuación, algunas de las expresiones vertidas por los entrevistados.

«Yo dentro de Internet entiendo también que se ocupa una "K" en vez de una "Q", eso no lo interpreto como escribir mal, pero yo cuando escribo algo formal, lo escribo como tiene que ser, con sus tildes, coma, con todo, pero si la tengo que hacer corta uso las abreviaciones, pero igual cuando escriben "hace" como: "A-S-E" me cagaste altiro'. ¿Por qué?, no lo sé, pero no me gustaba» (Hombre 30-39 años).

«...porque de repente están llenos de faltas de ortografía, aunque el Iphone marca otra cosa, pero cuando tú ves que escriben mal, eso es mata pasiones...» (Mujer 40-49 años).

«Si... como escribían, la ortografía, la forma de expresarse, las palabras que escribían, y si no descartados totalmente. No eran todos, pero a veces dejaba de contestar o les decía simplemente que andaba buscando otra cosa» (Mujer 20-29 años).

La relevancia de la ortografía es tal que incluso puede superar la atracción "física" hacia otra persona.

«... lo primero que te llama la atención es que es bonita, y después como escribía... podía ser muy bonita, pero la mujer escribía como la raja entonces filo» (Hombre 30-39 años).

«... y como escribe po', porque puta, ahí esa wea' es súper importante, y las faltas de ortografía ahí son mata pasiones, yo andaba con, yo salía con minas del Dating de las que me han gustado weón', así en serio que me han gustado... Sí, he salido con ellas, he pololeado con ellas weón', he hecho el amor, me las he traído pa acá weón' así, y me he querido convencer, me he querido convencer todo el rato, que ya me voy a quedar con esta mina, porque igual han sido como yo las he querido, y me han cagado las faltas de ortografía weón', cuando chateo con ellas así, y empiezan a escribir weón' así, y veo con faltas de ortografía, pero hay cosas que son ya aberrantes, esa wea' a mí me caga así, puta la verdad que sí weón', porque yo digo puta si es así weón' ¿Qué onda po'? ¿me cachai' o no? ¿Cómo po'? Si hay que, no sé, son weas' de uno también po' weón' ¿cachai' o no?, realmente no tendría por qué importar, pero pa' mí sí importa» (Hombre 40-49 años).

La ortografía en las páginas de citas explicita en capital cultural de las personas. Según Bourdieu (1974), el capital cultural presenta un alto grado de "encubrimiento" por lo que está predispuesto a funcionar como capital simbólico, es decir, desconocido y reconocido, ejerciendo un efecto de (des)conocimiento especialmente en el mercado matrimonial. Así, la ortografía, al igual que el nivel educacional, posee la ventaja de no cargar con un halo utilitario y/o clasista. Lo anterior, no quiere decir que algunos usuarios no perciban el sustrato de clase de este atributo.

«No, si la persona tiene mala ortografía, si es flaité' no, no inmediatamente no... mala escritura no... bakán', que anden hablando así, no sé qué... no. Ahí yo no quiero más hablar y punto y chao no más y no quiero que me hablen más... » (Mujer 50-59 años).

La noción "flaite" en Chile hace referencia —en una de sus acepciones de uso— a personas de sectores populares que poseen conductas socialmente indebidas y/o incluso delictivas (Rojas 2015). Si bien algunos usuarios son más reflexivos en cuanto a la ortografía como criterio de evaluación del otro y el sustrato de clase que este posee, no escapan a una explicación tipo individualista del fenómeno.

«... no me gustaba nomas [una mala ortografía]... pienso que en mi mente, tal vez solo yo lo veo como... yo pienso que todos tendemos a leer, o para aprender cosas básicas no necesitái' un gran colegio, yo no soy de un gran colegio, yo vivía en una población antes, o sea ahora vivo aquí, yo me crié en una población, en un colegio básico, y después en un liceo todo flaite', pero yo aprendí a escribir bien ¿cachai'? , a expresarme bien; aprendí las cosas que una persona tenía que aprender, para en lo personal sentirme integro. Entonces digo que si alguien no sabe escribir cosas básicas es porque quizá... tendrá la moral baja no sé...no entiendo mucho esas cosas, pero en lo personal me provoca eso [...], siempre la gente de clase baja tiene una moral baja, en ese sentido porque yo soy de clase social baja ¿cachai'?, pero no tenía la moral tan baja como para aprender a escribir, aprender a hablar, yo me quería igual... siempre escribir mal como quererse poco... no respetarse» (Hombre 30-39 años)

Como se puede apreciar, el entrevistado a partir de su experiencia personal, asocia la imposibilidad de sobrellevar ciertas dificultades a una baja moral de las clases populares, la cual puede ser superada por medio del "esfuerzo personal". La lógica del esfuerzo personal, del mérito y las recompensas individuales, es parte del proyecto neoliberal impuesto en Chile en la década de los ochenta del siglo pasado, el cual entre otros factores entroniza la idea de un actor fuertemente responsable de su destino (Araujo y Martucelli, 2013).

5. DISCUSION

El análisis de los resultados permite demostrar que los usuarios chilenos de las páginas de citas utilizan criterios que son tanto racionales como emocionales para seleccionar un compañero. Así, la presencia de "criterios de evaluación" del otro no es expresión de que los usuarios de estos sitios *web* sean agentes racionales, los cuales sopesan cada una de sus opciones bajo criterios discretos que les permiten elegir la mejor alternativa disponible para alcanzar sus objetivos. Menos aún que estos usuarios utilicen una lógica "utilitaria" para establecer una relación de pareja. Por el contrario, la ausencia de criterios propiamente económicos como la «renta» es expresión que los usuarios chilenos rechaza este tipo de atributo en tanto parámetro válido para establecer relaciones de pareja. Así, a diferencia de lo señalado por Eva Illouz (2007), las interacciones sexual-emocionales por Internet no son necesariamente racionalizadas.

Por su parte, el rechazo de criterios "utilitarios" no es manifestación que los usuarios de las páginas de citas establezcan relaciones únicamente emocionales, aunque los sentimientos son parte de estas interacciones (Tello, 2017). La importancia de los gustos, el nivel educacional y de la ortografía desestima este tipo interpretación. A diferencia de lo que señalan algunos autores (Hartman y Honneth, 2009), la capacidad que tienen los sujetos para proteger sus relaciones del cálculo instrumental no quiere decir que ellos establezcan relaciones «puras», en el sentido de exclusivamente emocionales. La socióloga Viviana Zelizer (2009), demuestra, para el mundo offline, que toda relación de pareja conjuga tanto el cálculo estratégico y por ello el interés como la emoción.

De este modo, los usuarios chilenos de las páginas de citas buscarán en el (los) otro(s) semejanzas de gustos, intereses y expectativas de vida que hagan compatible una futura relación. Para encontrar esa "compatibilidad" los criterios de selección deben cumplir dos requisitos: 1) Permitir observar el capital sociocultural del otro, y por tanto económico, y, 2) Hacerlo "encubriendo" (Bourdieu, 1974), lo que de interés esto posee. Así, los criterios de elección de compañero posibilitan conjugar dos de las lógicas centrales de la formación de pareja en la sociedad contemporánea: la endogamia sociocultural (Lardellier, 2004; 2012), y por tanto económica (Illouz, 2009; 2012); y el imaginario exclusivamente emocional del proceso (Marquet, 2009).

6. CONCLUSIÓN

En síntesis, es posible establecer que el análisis de los criterios de selección de pareja en las páginas de citas permite afirmar que no existe una tal "racionalización" como señalan algunos autores. Las personas, al igual que en mundo *offline*, conjugan elementos emocionales y racionales en sus relaciones digitales y son capaces de mantener a éstas libres del "calculo estratégico". La atribución de capacidades "distorsionadoras" a dispositivos técnicos como son las páginas de citas, es una reedición de la lógica de los mundos hostiles propia de la Teoría Crítica. Este tipo de paradigma cualifica a lo emocional y lo racional como dominios estancos y por tanto "puros" que pueden ser "contaminados" por la introducción de elementos externos. Esta lógica es actualizada hoy a través de un cierto "determinismo técnico" que impide observar la capacidad que tienen los sujetos de adaptarse, apropiarse y usar de formas diversas la tecnología.

7. REFERENCIAS

- Araujo, K. Martuccelli, D. (2013). Individu et néolibéralisme: Reflexions a partir de l'expérience chilienne. *Problèmes d'Amérique latine*, 88(1) 125-143. doi:10.3917/pal.088.0123
- Baeza, M. A. (2002). *De las metodologías cualitativas en la investigación científico-social. Diseño y uso de instrumentos en la producción de sentido*. Universidad de Concepción.
- Bampton, R., & Cowton, C (2002). The e-interview. *Forum: Qualitative Social Research*, 3. Recuperado de <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs020295>.
- Basaure, M. (2008). Dialéctica de la Ilustración entre la filosofía y literatura Axel Honneth en entrevista con Mauro Basaure. *Persona y Sociedad*, XXII(1), 59-74.
- Basaure, M. (2010). Continuity through rupture with the Frankfurt School: Axel Honneth's theory of recognition. En G. Delanty y S. P. Turner (eds.): *Handbook of Contemporary Social and Political Theory* (pp. 99-109). London: Routledge
- Bourdieu, P. (1979). Los tres estados del capital cultural. *Sociologica*, n°5, 11-17. Recuperado de <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/1043/1015>
- Costa, S. (2006). ¿Amores fáciles? Romanticismo y consumo en la modernidad tardía. *Revista Mexicana de Sociología* 68(4), 761-782. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/321/32112605005.pdf>
- De Singly, F. (2012). *Le questionnaire*. Paris: Armand Colin.
- Hartman, M., & Honneth, A. (2009). Paradojas del capitalismo. In A. Honneth (Ed.), *Crítica del agravio moral. Patologías de la sociedad contemporánea*. Mexico DF: Fondo de cultura economica.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico DF: McHill.

- Honneth, A. (1990). Teoría crítica. En A. Giddens y Jonathan H. Turner (eds.): *La teoría social hoy* (pp. 445-488). Madrid: Alianza.
- Illouz, E. (2007a). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- Illouz, E. (2007b). *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- Illouz, E. (2007c). *¿Por qué duele el amor?* Buenos Aires: Katz.
- Jauréguiberry, F., & Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Toulouse: Érès.
- Jay, M. (1989). *La imaginación dialéctica. Una historia de la escuela Frankfurt*. Madrid: Taurus.
- Kaufmann, J.-C. (2013). *L'Entretien compréhensif*. París: Armand Colin.
- Lardellier, P. (2004). *Le Coeur NET. Célibat et amours sur la web*. París: Belin.
- Lardellier, P. (2012). *Les réseaux du coeur. Sexe, amour et seduction sur Internet*. Paris: Francois Bourin Editeur.
- Lardellier, P.. (2014). "El liberalismo a la conquista del amor. Algunas contestaciones y reflexiones sobre el consumo sentimental y sexual de masa en la era de internet". *Revista de Sociología Universidad de Chile*, 29, 77-87.
- Marquet, J. (2009). L'Amour romantique a l'épreuve de internet. *Dialogue*, 186(4), 11-23. DOI:10.3917/dia.186.0011.
- Opdenakker, R. (2006). Advantages and disadvantages of four interview techniques. *Forum: Qualitative Socia Research*, Vol. 7. Recuperado de <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0604118>.
- Rojas, D. (2015). Flaite: Algunos aportes epistemológicos. *Alpha*, 193-200. doi: [10.4067/S0718-22012015000100015](https://doi.org/10.4067/S0718-22012015000100015)
- Scheele, J. (2015). Logros y desafíos pendientes para la inclusión y retención en la educación superior. *Informes para la política educativa* (Vol. N°7). Santiago: Universidad Diego Portales.
- Tello, F. (2016). El cuerpo en Internet. La fotografía en las páginas web de citas utilizadas por chilenos. *Revista Faro*, 2(24), 62-84. <http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/453/455>
- Tello, F. (2017). Emociones de computador. La experiencia sentimental de los saruiros chilenos de las paginas de citas. *Revista Caracteres*, 6(2), 79-106. Recuperado de <http://revistacaracteres.net/revista/vol6n2noviembre2017/emociones/>
- Zelizer, V. (2009). *La negociación de la intimidad*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Felipe Tello Navarro

Doctor en Sociología/Doctor en Ciencias de la Información y la Comunicación. Académico de la carrera de Trabajo Social e investigador del Centro de Estudios y Gestión Social (CEGES), Universidad Autónoma de Chile <https://orcid.org/0000-0001-5848-6785>