

# TFG- Investigación

**La importancia de la imagen: Criterios de selección en las aplicaciones de búsqueda de pareja.**

UOC

Universitat Oberta  
de Catalunya

---

**Estudiante:** Natalia Santos Gallardo

**Tutor TFG:** Alex García Alamán

**Fecha:** 19/06/2023

# Índice

1. Resumen .....	1
2. Introducción .....	3
2.1. Contexto y justificación .....	3
2.2. Revisión teórica.....	4
2.2.1. Psicología de la atracción .....	4
2.2.2. Psicología de la comunicación no verbal .....	7
2.2.3. Tecnología y redes sociales.....	8
2.2.4. Trabajos previos .....	10
2.3. Preguntas de investigación, objetivos e hipótesis. ....	13
3. Método.....	13
3.1. Diseño de la investigación.....	13
3.2. Procedimiento.....	15
3.3. Participantes.....	16
3.4. Instrumentos .....	16
3.5. Análisis planteados.....	16
4. Resultados .....	17
4.1 BLOQUE 1: Resultados de la encuesta sin comparaciones. ....	18
4.2 BLOQUE 2: Comparación grado de importancia ítems “cara” y “cuerpo” con preguntas del cuestionario.....	28
4.3 BLOQUE 3: Comparación entre las variables “edad” y “género” con preguntas del cuestionario.....	41
5. Discusión .....	55
6. Conclusiones .....	57
7. Referencias bibliográficas .....	58
8. Anexos.....	61
8.1. Consentimiento informado .....	61
8.2 Cuestionario suministrado .....	62

## 1. Resumen

La selección de parejas a través de aplicaciones de citas se ha vuelto cada vez más popular en la sociedad actual. La imagen de perfil desempeña un papel crucial en la toma de decisiones en este tipo de aplicaciones. El objetivo de este estudio es determinar los criterios de selección basados en las imágenes de perfil que influyen en la decisión de establecer una relación amorosa (tanto sentimental como sexual) en las aplicaciones de búsqueda de pareja, así como observar las variaciones en función del sexo, edad y orientación sexual de los usuarios. Aunque existen estudios previos sobre la selección de parejas en diferentes contextos, no se sabe mucho sobre los criterios específicos que los usuarios utilizan al elegir imágenes de perfil.

El presente estudio de la investigación es motivado debido al creciente número de personas que utilizan estas aplicaciones, y la importancia de la imagen de perfil en la decisión de iniciar una conversación con otra persona. El objetivo es averiguar sobre cómo las personas seleccionan las imágenes de perfil de otros usuarios en las aplicaciones de búsqueda de pareja y qué características son más importantes.

En las siguientes líneas, revisaremos teorías de la psicología de la atracción, que indican que la elección de pareja puede basarse en factores como el atractivo físico, la similitud, la complementariedad y otros aspectos personales, psicológicos y sociales. Además, se analiza la teoría de la comunicación no verbal, que destaca la importancia de la expresión y la impresión que los individuos transmiten a través de gestos verbales y no verbales.

A través del suministro de una encuesta adhoc con diferentes preguntas e imágenes presentadas, se utilizarán técnicas estadísticas para examinar las respuestas y se buscarán relaciones significativas entre variables, como la relación que existe entre la importancia que se le da al cuerpo a querer preferir fotografías con un mayor grado de visualización o desnudez.

Se espera que los resultados de este estudio identifiquen los criterios más importantes en la selección de imágenes de perfil en las aplicaciones de búsqueda de pareja, así como posibles variaciones en función de las variables.

En resumen, el estudio se enfocará en analizar las preferencias de selección de perfiles siguiendo un proceso estructurado desde la definición de la muestra hasta la interpretación de los resultados.

**Palabras clave:** Búsqueda de pareja, fotografía de perfil, aplicaciones de citas, elección de pareja, impresión inicial.

**Acrónimo:** ImageOn- DatingApps

## Abstract

Matchmaking through dating apps has become increasingly popular in today's society. The profile picture plays a crucial role in decision making in this type of application. The aim of this study is to determine the selection criteria based on users profile pictures that influence the decision making to establish a romantic relationship (both sentimental and sexual) in dating apps, as well as to observe variations according to users' gender, age, and sexual orientation. Although there are previous studies on mate selection in different contexts, not much is known about the specific criteria that users use when choosing profile pictures.

This research is motivated due to the increasing number of people using these applications, and the importance of the profile picture in the decision to initiate a conversation with another person. The objective is to find out how people select profile pictures of other users in matchmaking applications and which features are most important. To provide context we will review theories from the psychology of attraction, which indicate that mate choice can be based on several factors such as physical attractiveness, similarity, complementarity, and other personal, psychological, and social aspects. In addition, the theory of nonverbal communication, which emphasizes the importance of expression and the impression that individuals convey through verbal and nonverbal gestures, is analyzed.

Through the provision of an ad hoc survey with different questions and images presented, statistical techniques will be used to examine the responses and look for significant relationships between variables, such as the relationship between the importance given to the body and the desire to prefer photographs with a higher degree of visualization or nudity. It is hoped that the results of this study will identify the most important criteria when selecting profile pictures in matchmaking applications, as well as possible variations as a function of the variables.

In summary, the study will focus on analyzing profile selection preferences following a structured process from sample definition to interpretation of the results obtained.

**Keywords:** Matchmaking, profile picture, dating applications, choice of partner, initial impression.

**Acronym:** ImageOn- DatingApps

## 2. Introducció

### 2.1. Contexto y justificación

La selección de parejas mediante aplicaciones de citas se ha convertido en una práctica cada vez más popular en la sociedad actual. La imagen de perfil es un factor crucial en la toma de decisiones en este tipo de aplicaciones. El presente trabajo tiene como objetivo determinar los criterios de selección por imágenes de perfil que determinan el querer establecer algún tipo de relación amorosa en las aplicaciones de búsqueda de pareja, así como observar las variaciones en función del sexo, edad y orientación sexual de los usuarios. Actualmente, existen estudios previos que han analizado los criterios de selección de pareja en diferentes contextos, pero se desconoce en gran medida cuáles son los criterios específicos que los usuarios de aplicaciones de búsqueda de pareja utilizan en su selección de imágenes de perfil.

El tema de la importancia de la imagen en las aplicaciones de búsqueda de pareja es relevante porque cada vez más personas utilizan estas aplicaciones para establecer relaciones amorosas, y la selección de la imagen de perfil es un factor crucial en la decisión de si iniciar o no una conversación con otra persona.

Este estudio cubre el vacío de conocimiento sobre cómo las personas seleccionan las imágenes de perfil de los demás usuarios en las aplicaciones de búsqueda de pareja, y qué características son más importantes para establecer una relación amorosa.

El objetivo de este trabajo es aportar nuevos conocimientos sobre los criterios de selección de imágenes de perfil en las aplicaciones de búsqueda de pareja, así como observar las variaciones en función del sexo, edad y orientación sexual. Además, también se busca identificar las motivaciones que impulsan el uso de estas aplicaciones.

Los resultados esperados de este trabajo incluyen la identificación de los criterios de selección de imágenes de perfil más importantes en las aplicaciones de búsqueda de pareja, así como las posibles variaciones en función de la edad, sexo y orientación sexual de los usuarios. También se espera obtener información sobre las motivaciones que impulsan el uso de estas aplicaciones, lo que puede ayudar a mejorar su diseño y funcionamiento en el futuro.

## 2.2. Revisión teórica

### 2.2.1. Psicología de la atracción

Durante el siglo XIX, Schopenhauer afirmaba que la selección de pareja se basaba exclusivamente en la reproducción, lo que implicaba que la elección de pareja dependía del atractivo físico, incluyendo la simetría corporal, los rasgos faciales y las hormonas que se desprenden del cuerpo para producir excitación sexual en la pareja. En contraste, la teoría de la complementariedad argumentaba que una persona elige a otra no por su similitud, sino por su complementariedad, es decir, por tener aquello que la otra persona carece (Winch, 1967).

Además, otros factores también influyen en la elección de pareja, como el factor socioeconómico, político, religioso y psicológico de la persona que elige. Gayou y López (1996) señalan que, aunque la atracción física es importante al principio de una relación, la atracción afectiva e intelectual es lo que fortalece la relación. En esta última etapa, la religión, el nivel económico, la educación, la raza y la edad juegan un papel relevante, lo que sugiere que la atracción en la elección de pareja involucra factores personales, psicológicos, sociales y emocionales (Gayou y Lopez, 1996; Padilla y Díaz, 2002).

Hoy en día, debido a los cambios ideológicos y culturales que buscan la igualdad de sexos, ha habido un cambio en el concepto y las características que favorecen la atracción en la elección de pareja tanto para hombres como para mujeres, ya que ambos buscan cosas diferentes en una relación. Según Martínez y Sternberg (2004, 2000, citado en Medina et al., 2005, p.5):

Las mujeres buscan a un hombre con capacidad económica, estatus social, edad, ambición, laboriosidad, formalidad, estabilidad, inteligencia, compatibilidad, estatura, fuerza, buena salud, amor y compromiso, mientras que los hombres prefieren a una mujer joven, físicamente hermosa, con un cuerpo atractivo, casta y fiel.

El atractivo físico puede impactar de manera positiva en las personas y abrir mayores oportunidades a la hora de elegir pareja, amigos o líderes de grupo. Sin embargo, se advierte que el concepto de belleza no es estático y depende de los parámetros del sujeto, del contexto social y cultural. Por lo tanto, el atractivo físico no es el único factor que considerar en las relaciones sociales. El atractivo facial como un componente importante del atractivo físico y cómo las personas pueden aprender a aceptar los cambios en su apariencia física a lo largo de la vida (Loving y Aragón, 2002; Simbrón, 2012).

Una investigación sobre las características que los universitarios mexicanos toman en cuenta al momento de elegir una pareja real e ideal, destacando que existen más similitudes que diferencias entre hombres y mujeres. Se llevó a cabo un estudio utilizando la técnica de redes semánticas con 200 universitarios en las ciudades de Toluca (México) y Mendoza (Argentina), con una distribución equitativa por nacionalidad y sexo. Los resultados indican que, en México, en general, las personas eligen a sus parejas basándose en los roles tradicionales de género, mientras que, en Argentina, las elecciones se ven influenciadas por un pensamiento posmoderno. Barriera, et al., (1999) realizaron una investigación con estudiantes de noveno grado en la secundaria básica "Francisco Maceo Osorio" en Santiago de Cuba en el año escolar 1996-1997 para determinar los criterios de elección de pareja. La mayoría de los encuestados tenía entre 12 y 14 años y el sexo femenino era predominante. Los motivos para la elección de pareja incluían el criterio de otros compañeros y la atracción física, y la mayoría cambiaba frecuentemente de pareja y tenía relaciones sexuales. Loving y Aragón (2002) realizaron un estudio bibliográfico que concluyó que el atractivo físico es un constructo social influenciado culturalmente y que varía según los patrones estéticos y las tendencias de la moda. Ruiz (1999) analizó cómo los medios de comunicación audiovisuales influyen en el conocimiento social de niños y adolescentes sobre el atractivo físico de modelos audiovisuales. Finalmente, Casullo (2004) concluyó que los factores más relevantes en la elección de pareja son la confianza, la atracción mutua, el amor, la simpatía y la madurez emocional, y que los hombres más jóvenes otorgan más importancia al atractivo físico que los de más edad (Barriera et al., 1999; Casullo, 2004; Loving y Aragón, 2002; Ruiz, 1999).

Por su parte, Byrne (1971) propone un modelo sobre el efecto de similitud en el que las actitudes similares son reforzadores que pueden generar atracción entre individuos. Según su teoría, las personas necesitan una visión coherente y lógica del mundo, lo que Byrne llama "motivo de eficacia". Las personas que comparten nuestras ideas y actitudes refuerzan nuestra visión del mundo y, por lo tanto, son asociadas con sentimientos positivos y atractivos. En cambio, las personas que no están de acuerdo con nosotros crean inconsistencias en nuestro mundo, lo que nos genera sentimientos de ansiedad y confusión, y nos lleva a sentir repulsión o falta de atracción hacia ellos. Byrne denomina su explicación teórica como el modelo de refuerzo y argumenta que estos refuerzos ocurren automáticamente, sin conciencia (Byrne, 1971).

La teoría de la atracción por similitud de Byrne, propuesta en 1971, sostiene que las personas se sienten atraídas hacia otras que son similares a ellas en ciertos aspectos. Según esta teoría, la similitud puede ser de diferentes tipos, como intereses, valores, actitudes, personalidad, nivel educativo, religión, origen étnico, entre otros. La teoría se basa en la idea de que las personas se sienten más cómodas y seguras al interactuar con otros que comparten características similares

a las suyas. Además, la similitud puede generar una sensación de validación y confirmación, lo que puede fortalecer las relaciones interpersonales (Byrne, 1971).

Un factor que puede afectar al efecto de similitud es la importancia o centralidad de los estímulos utilizados para describir al objetivo. Algunas investigaciones han sugerido que encontrar similitud en un tema importante o de interés personal puede ser más gratificante que encontrar similitud en un tema trivial. Aunque algunos estudios han encontrado un efecto de importancia de la actitud en la similitud, otros no. Según el modelo de refuerzo propuesto por Byrne y sus colegas, no hay efecto de importancia de la actitud en la similitud. Sin embargo, Byrne y Rhamey reconocieron la posibilidad de un efecto de peso empíricamente establecido en las actitudes centrales, lo que resultaría en una mayor atracción o repulsión (Byrne, 1971).

Dicho esto, desde la perspectiva del procesamiento de la información, la centralidad de las actitudes puede influir en el peso de los estímulos y en la cantidad de información implícita sobre el objetivo. Por lo tanto, las actitudes centrales pueden producir más simpatía por la similitud y más disgusto por la semejanza que las actitudes periféricas (Byrne, 1971).

Byrne argumenta que la similitud es más importante en la formación de relaciones de amistad y amorosas que la atracción física o el estatus social, aunque estos también pueden influir en menor medida. La teoría también destaca que la similitud es más importante en las primeras etapas de la interacción social, ya que a medida que la relación se profundiza, otras variables como la reciprocidad y la proximidad pueden ser más relevantes (Byrne, 1971).

Para Homans, la simpatía surge solamente cuando los miembros de un grupo interactúan en igual medida entre sí, creando un equilibrio en las relaciones. Si un miembro interactúa en mayor medida con otros que ellos entre sí, se crea un desequilibrio que genera hostilidad y disminuye la atracción interpersonal. Este planteamiento sugiere que la interacción entre los miembros del grupo tiene como objetivo obtener algún beneficio, y para lograr una relación de atracción es necesario el equilibrio. A su vez, cuanto mayor sea la frecuencia de interacción, mayor será la uniformidad en el grupo, lo que resulta en semejanzas en actividades y sentimientos entre los miembros (Homans, 1958; Sánchez, 2014).

La teoría del intercambio social de Blau (1968) se fundamenta en el concepto de atracción social y en el principio de asociación. La atracción social es la fuerza que lleva a los seres humanos a crear grupos sociales y expandirlos una vez formados. Según Blau, la atracción social se produce cuando se espera obtener una recompensa del otro u otros. La expectativa de recompensa es



suficiente para crear atracción social, aunque no haya habido recompensas previas. Blau no explica cómo se pueden crear expectativas de recompensa sin que se hayan producido antes (Blau, 1968; Sánchez, 2014).

En cuanto al principio de asociación, Blau sostiene que las personas eligen sus posibles asociaciones evaluando las experiencias pasadas o esperadas, y escogen la alternativa que esperan que les brinde mayores recompensas. Esta elección no siempre se basa en información completa, lo que puede llevar a la persona a equivocarse al no poder evaluar adecuadamente las condiciones de la situación. La opción que se considera como la mejor no siempre es la más beneficiosa, ya que se basa en las expectativas que cada individuo tiene de la relación, lo que genera un cierto grado de incertidumbre (Blau, 1968; Sánchez, 2014).

### 2.2.2. Psicología de la comunicación no verbal

Hay dos tipos de expresividad que tienen relación con la capacidad del individuo para crear impresiones. El primer tipo es la expresión que se da a través de símbolos o sustitutos que se utilizan para transmitir información y que tanto el emisor como el receptor atribuyen un significado a ellos. El segundo tipo es la expresión que emana de la persona y comprende una amplia gama de acciones que los demás pueden considerar como sintomáticas del individuo y que probablemente se han ejecutado por razones ajenas a la información transmitida. Por su parte, el autor, Goffman (2001, citado en Garza, 2023) sostiene que las personas en sus relaciones “tratan consciente o inconscientemente de manipular la impresión que los demás reciben de ellas”. Además, destaca cómo las personas en forma deliberada tratan de ocultar o desviar cualquier impresión del auditorio respecto de aquellas cuestiones de sí mismo que puedan perjudicar su imagen ante los demás, mediante gestos verbales y no verbales que están dirigidos a afectar deliberadamente a los otros. Estos gestos pueden ir desde demostraciones de complicidad hasta el manejo de una situación.

Theodore Newcomb (Cáceres, 2003, citado en Garza, 2023) aplica la teoría de Heider al campo de la comunicación sugiriendo que nuestra percepción de los demás durante la interacción está influenciada por nuestra percepción de cómo nos ven ellos a nosotros, así como por la percepción que los comunicadores tienen del objeto de la comunicación. Según Cáceres (2003, citado en Garza, 2023), Newcomb cree la interacción entre personas puede entenderse como actos comunicativos, proponiendo un modelo para explicar las dinámicas que se producen de una persona a otra, sin obviar la motivación o las expectativas que pueda tener la comunicación en todo proceso psicosocial. Newcomb desarrolló el modelo de co-orientación ABX.1, basándose en que

las personas necesitan comunicarse para disminuir diferencias entre sí, para de esta forma enfocarse hacia una simetría, este modelo se ha convertido en una de las teorías más influyentes en el estudio de la comunicación interpersonal. Entiende la comunicación de tal forma que, hay interrelaciones verbales y no verbales hacia X y entre A y B, para poder lograr simetría tanto de forma negativa como positiva (Cáceres, 2003; Westley y MacLean, 1970, citado en Garza, 2023).

Por su parte, Watzlawick, Beavin y Jackson (1991, citado en Garza, 2023), plantean que la comunicación humana puede dividirse en el área semántica, la pragmática y la sintáctica, estudiando el área de la pragmática en profundidad para ver de qué forma afecta la comunicación a la conducta de las personas, tanto de una forma verbal como de aspectos no verbales y del lenguaje corporal.

### 2.2.3. Tecnología y redes sociales

En la actualidad, observamos como se ha desarrollado un nuevo fenómeno tecnológico y social imparable conocido como “redes sociales”, donde hay una constante interacción entre grupos de personas e instituciones intercambiándose de una forma dinámica todo tipo de información en contextos ciertamente complejos. Estas redes sociales llevan en su construcción a personas y/o grupos identificados con unas mismas necesidades y que se organizan de tal forma para poder potenciar los recursos que aportan. Asimismo, hay que constituir una “red social” en base a diferentes gustos, afinidades, intereses o cualquier punto de unión que tengan, para de esta forma crear nuevos lazos e interacciones sociales.

Dicho esto, la importancia que han cogido las redes sociales en internet hace que esta interactividad entre grupos sea esencial en el campo de lo social. No obstante, los propios usuarios comparten muchos datos personales, así como fotografías y vídeos íntimos, haciendo público un perfil al abasto de cualquier persona, lo cual puede conllevar ciertos riesgos y usarse para diversos fines, en ocasiones, no muy lícitos (Cornejo y Tapia, 2011)

Bernete (2010) sostiene que ha habido un cambio fundamental en el que el papel de lo público ha evolucionado, permitiendo nuevas formas de interacción con personas conocidas y desconocidas en redes sociales, a pesar de los riesgos que conlleva. Por su parte, Del Moral (2005) identifica cuatro tipos de uso de las redes sociales: mantener relaciones con amigos y colegas, crear nuevas amistades, usarlas como portal de entretenimiento y para la gestión interna de organizaciones empresariales. La interacción en estas redes permite conocer personas que de otra manera sería difícil, lo que puede generar relaciones virtuales con cierto grado de amistad o incluso amor, y compartir puntos de vista, fotografías, experiencias y emociones. Tener una red de apoyo

social es una necesidad en psicología desde la perspectiva de la prevención y el tratamiento (Del Moral, 2005; García, 2010).

Las nuevas tecnologías han generado cambios en las relaciones interpersonales, y la interacción digital entre personas ha creado una percepción diferente del tiempo y el espacio, lo que ha acelerado los procesos y generado una sensación de inmediatez. Las relaciones interpersonales implican habilidades sociales y emocionales que promueven una comunicación efectiva y la expresión auténtica de uno mismo. En la psicología, los estudiosos han definido las relaciones interpersonales como patrones persistentes de situaciones interpersonales recurrentes. El autoconocimiento también se desarrolla en un contexto interpersonal, ya que las apreciaciones de uno mismo reflejadas por otras personas forman parte del sí mismo. Actualmente, se considera que las relaciones interpersonales y los procesos cognitivos están estrechamente relacionados, y se presta más atención a los aspectos afectivos y motivacionales que intervienen en la interacción. Se están integrando los aportes provenientes de las teorías interpersonales para profundizar en el conocimiento de los procesos cognitivos implicados en las interacciones del individuo con otros (Cornejo y Tapia, 2011).

En realidad, el uso de las redes sociales ha transformado la relación entre los usuarios, pasando de una relación jerárquica a una relación horizontal en la que todos los usuarios tienen la capacidad de generar, transmitir y recibir información. Según Caldevilla (2010), estas nuevas formas de comunicación e interacción pueden poner en riesgo la privacidad si no se establece una distinción clara entre lo que se comparte con el público y lo que se mantiene en privado. Además, el uso excesivo de las redes puede llevar al aislamiento real en lugar de fomentar la sociabilidad (Caldevilla, 2010).

El estudio de los entornos virtuales y la producción de sociabilidad a través de las “comunicaciones mediadas por ordenador” ha sido tradicionalmente enfocado en la evaluación de los efectos que este medio tecnológico tiene sobre grupos virtuales de discusión y toma de decisiones, así como en la identificación de las características que favorecen el inicio y desarrollo de relaciones interpersonales en línea en comparación con las interacciones cara a cara. Sin embargo, estudios más recientes han incorporado esta información para gestionar o mejorar relaciones interpersonales entre participantes de grupos étnicos distintos, con el objetivo de mejorar los intercambios de conocimiento, la cohesión de grupos distribuidos geográfica e internacionalmente y la expansión de redes sociales (Takahashi et al., 2008; Wang et al., 2009).

La comunicación mediada por ordenador es considerada un espacio neutral en el que las partes pueden dialogar y establecer vínculos libres de la presión social que existe en una interacción presencial. Sin embargo, algunas investigaciones han demostrado que ciertas problemáticas entre grupos étnicos son transferidas a las plataformas electrónicas y se extienden prácticas sociales reconocidas como la discriminación, exclusión o el ejercicio de dominio cultural (Takahashi et al., 2008).

La teoría de cómo las comunicaciones mediadas por ordenador pueden generar atracción interpersonal entre los usuarios a través de una línea de investigación que se enfoca en mensajes con una orientación socioemocional. La teoría de Comunicación Hiperpersonal, según Walther (2009), es una forma de entender cómo los usuarios experimentan emociones como la intimidad o el afecto y hacen evaluaciones interpersonales de sus interlocutores en base a su auto-presentación o identidad virtual. En algunos casos, las impresiones de los usuarios en línea pueden ser más fuertes que en una interacción cara a cara, ya que las características físicas o idiosincráticas de los usuarios son evaluadas con un mayor peso simbólico en línea (Walther, 2009; Wang et al., 2009).

Así pues, el concepto Hiperpersonal se basa en la teoría de Identificación/ des individuación Social de Lea y Spears (1991), que explica cómo la falta de señales físicas en una interacción virtual puede llevar a una sobre atribución de características a un usuario, y cómo cualquier información emitida está sujeta a suposiciones basadas en rasgos que supongan pertenencia a un grupo específico. Esta teoría se deriva de la perspectiva académica que pondera la transmisión de signos sociales en una comunicación mediante ordenador (CMO), cuyos principios suponen que a mayor cantidad de signos sociales que sean transmitidos, mayor será la aproximación a la presencia humana y mayor la sensación de intimidad percibida. Sin embargo, en estudios recientes los resultados obtenidos a partir de pruebas basadas en esta teoría han sido variados o poco concluyentes, debido a que quizás cada grupo se divide a su vez en subgrupos evaluando de esta forma individual y no tanto basándose al grupo al cual pertenecen. Dicho esto, para poder realizar una correcta aplicación de la teoría de la identificación/ des individuación es que los grupos estén de una forma anónima virtualmente, teniendo mejores efectos que los que se pueden ver entre si o llevar alguna fotografía (Alvídrez, 2013; Lea y Spears, 1991).

#### 2.2.4. Trabajos previos

Linne y Basile (2013) en su estudio de investigación, se enfocan en explorar y describir cómo los adolescentes de sectores populares en la Ciudad de Buenos Aires utilizan la red social Facebook para encontrar parejas. Para ello, examinan la información que proporcionan en sus perfiles, las

estrategias que utilizan para atraer la atención y lograr visibilidad en la comunidad de sus pares, así como las ventajas y desventajas que experimentan al buscar pareja en línea, con consideraciones de género. En términos metodológicos, emplearon un enfoque mixto, utilizando una encuesta cuantitativa con 150 adolescentes de sectores populares en la Ciudad de Buenos Aires y entrevistas en profundidad y observaciones en colegios, cibercafés y centros comunitarios, así como también en línea en Facebook. Los resultados principales indican que las fotos y el estado sentimental son elementos fundamentales para presentarse a sí mismos entre los adolescentes y fomentar la sociabilidad mediante los comentarios. Además, se observa la importancia de conocer los gustos y preferencias como una forma de anticipar un primer acercamiento. Por último, se utiliza el término "discoteca virtual" para describir cómo los adolescentes utilizan Facebook para buscar pareja y cómo esto ha transformado las interacciones en línea (Linne y Basile, 2013).

Pidoux (2022) en su artículo de investigación tiene como objetivo explorar y describir cómo los usuarios de aplicaciones de citas utilizan las estructuras de la interfaz gráfica de usuario para clasificarse y encontrar parejas compatibles. Los proveedores de aplicaciones definen categorías que median los cuerpos y las interacciones de los usuarios, lo que permite a los algoritmos recomendar perfiles basados en esas categorías. Sin embargo, la investigación existente en citas en línea presta poca atención a los procesos de clasificación desde la perspectiva del usuario. Para llenar este vacío, se realizaron 40 entrevistas situadas de participantes y se llevó a cabo un análisis cualitativo para examinar cómo los usuarios dan sentido a las estructuras categóricas predefinidas y sus procesos de clasificación subyacentes. Los resultados sugieren que los usuarios aprenden a integrar la lógica algorítmica en su conocimiento común, al mismo tiempo que desafían la lógica algorítmica para producir nuevas convenciones para clasificar sus estados emocionales, atractivo físico y preferencias sexuales (Pidoux, 2022).

Simbrón (2012) tiene como objetivo de revisión teórica analizar cómo la atracción influye en la elección de pareja y los factores sociales que intervienen en este proceso. Se destaca la importancia del atractivo físico en la elección de pareja, ya que puede tener un impacto positivo en las personas y brindar mayores oportunidades. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la percepción de belleza depende del contexto social y cultural en el que se encuentra el individuo. Se concluye que la atracción es un factor clave en la elección de pareja, y que esto implica no solo el atractivo físico, sino también otros factores similares. Sin embargo, es importante considerar el contexto social (cultura, costumbres, valores y principios) que rodea a cada individuo, ya que influye en su concepción de lo que es bello (Simbrón, 2012).

Rodríguez y Albertín (2021) parten de la idea de que Tinder es una plataforma digital que tiene categorías y contenido predefinidos para su uso e interacción. En la presentación de perfiles heterosexuales, el sistema binario de sexo-género es el punto de partida en la producción y reproducción del discurso de la masculinidad hegemónica y dominante en las sociedades occidentales. Este modelo se basa en el privilegio y el éxito del estereotipo de hombre blanco y heterosexual que goza de amplia movilidad económica y social en la esfera pública contemporánea. El artículo examina una muestra de perfiles de hombres heterosexuales que se presentan en Tinder en Barcelona, España, utilizando elementos de la etnografía digital, los estudios visuales, psicosociales y del discurso multimodal. Se observa que, desde el avatar digital de presentación, los hombres heterosexuales representan su preferencia sexual, produciendo contenido estrechamente relacionado con discursos y configuraciones de género y masculinidad, ampliamente reafirmados y producidos en la comunicación mediática y digital de esta época (Rodríguez y Albertín, 2021).

Según Fernández- Fernández et al., (2018), hay diferentes motivos por los que los jóvenes utilizan las aplicaciones de citas, incluyendo la búsqueda de nuevas conexiones, encuentros sexuales o relaciones amorosas. En cambio, para Garro et al., (2017) sugieren que un gran número de descargas que se realizan son en base a recomendaciones que realizan amigos cercanos o conocidos y a situaciones de no tener nada que hacer, es decir, el aburrimiento. Aunque la mayoría de los usuarios buscan relaciones amorosas estables, hay diferencias de género en la búsqueda de encuentros sexuales esporádicos, siendo más común entre los hombres. Sin embargo, la edad del usuario parece ser un factor más importante que su género en cuanto a la motivación para usar estas aplicaciones, y se ha encontrado que a medida que los usuarios envejecen, buscan más relaciones amorosas estables. Aunque los usuarios pueden descargar estas aplicaciones por recomendaciones de amigos, también pueden preocuparse por los estereotipos negativos asociados con su uso, como la creencia de que las personas que las utilizan son socialmente inadaptadas o poco atractivas, que pueden ser exacerbados por los medios de comunicación.

A pesar de que las aplicaciones de citas son muy populares entre los jóvenes, la mayoría de los usuarios jóvenes cree que tienen más aspectos negativos que positivos. Sin embargo, hay varios aspectos positivos que los usuarios destacan, como el aumento de la autoestima y la posibilidad de conocer gente que de otra manera no hubieran conocido. Además, la facilidad de uso y la sensación de control que brindan las aplicaciones también son valorados por los usuarios.

Por otro lado, los principales aspectos negativos que preocupan a los usuarios se centran en la desconfianza que generan estas plataformas, ya que no pueden comprobar la autenticidad de los usuarios. Los hombres tienen más miedo de que la chica no se corresponda físicamente con su

perfil, mientras que las mujeres se preocupan más por los posibles riesgos de quedar con un usuario en persona. Para disminuir la desconfianza, los usuarios valoran conocer personas en común o tener cuentas vinculadas al perfil que no sean falsas (Fernández-Fernández et al.2018).

### 2.3. Preguntas de investigación, objetivos e hipótesis.

¿Cuáles son los criterios de selección por imágenes de perfil que determinan el querer establecer algún tipo de relación amorosa en las App de búsqueda de pareja?

¿Qué características preferimos que tengan las fotografías de perfil de los posibles candidatos/as para establecer relación amorosa?

**Objetivo general:** Determinar y establecer que características seleccionamos y/o preferimos de las fotografías para poder establecer algún tipo de relación amorosa (sentimental o sexual) y observar variaciones según el sexo, edad y orientación sexual.

**Objetivos específicos:**

Determinar el grado de importancia en la selección de partes faciales.

Determinar el grado de importancia en la selección de partes corporales.

Determinar diferencias entre respuestas según la edad, el sexo y la orientación sexual.

**Hipótesis:**

Existe una relación entre la importancia atribuida a la variable "cuerpo" y la preferencia por opciones que muestren más el cuerpo y un mayor grado de desnudez en las fotografías de perfil.

La franja de edad más joven otorgará más importancia al cuerpo en comparación con la franja de edad intermedia o mayor.

## 3. Método

### 3.1. Diseño de la investigación

La investigación se llevará a cabo siguiendo un proceso estructurado y secuencial. En primer lugar, se definirá la muestra a partir de la determinación del tamaño necesario para obtener resultados significativos. Se establecerán los criterios de selección de los participantes, centrándose en usuarios de aplicaciones de búsqueda de pareja, y se buscará garantizar la diversidad en términos de sexo, edad y orientación sexual dentro de la muestra.

Para recopilar los datos necesarios, se creará un cuestionario en línea que abordará aspectos relacionados con la selección de perfiles en aplicaciones de búsqueda de pareja. El cuestionario incluirá preguntas sobre las preferencias en cuanto a partes faciales y aspecto corporal, y las preferencias en características que puedan tener las fotos presentadas, además de indagar sobre las posibles diferencias en función de la edad, el sexo y la orientación sexual. Será de suma importancia asegurar la confidencialidad y el anonimato de los participantes, de manera que se sientan cómodos y dispuestos a responder con sinceridad.

La implementación del cuestionario se realizará distribuyéndolo a través de plataformas en línea, redes sociales y grupos relevantes, con el objetivo de alcanzar a la población diana. Se promoverá la participación voluntaria y se brindará una explicación clara sobre el propósito de la investigación, buscando generar interés y compromiso por parte de los participantes. Asimismo, se establecerá un período de tiempo determinado para recopilar las respuestas, de modo que se pueda gestionar adecuadamente la recopilación de datos.

Una vez finalizada la etapa de recolección de datos, se procederá al análisis de estos. Se organizarán y tabularán en una base de datos que permita su manejo y estudio adecuados. A partir de los datos recopilados, se realizarán análisis descriptivos con el fin de obtener una comprensión más clara de las respuestas obtenidas. Además, se utilizarán técnicas estadísticas para analizar las posibles diferencias en las respuestas en función de variables como la edad, el sexo y la orientación sexual. Se buscarán patrones y tendencias en las respuestas de los participantes, con el objetivo de identificar relaciones significativas.

Posteriormente, se interpretarán los resultados obtenidos en relación con los objetivos específicos planteados. Se analizarán las preferencias y características más relevantes en la selección de perfiles para establecer relaciones amorosas, y se evaluarán las posibles variaciones encontradas según la edad, el sexo y la orientación sexual.

En cuanto al diseño de investigación, se trata de un estudio descriptivo y correlacional. La población objetivo son los usuarios de aplicaciones de búsqueda de pareja, pero se aceptará los que nunca han utilizado o antiguos usuarios, y la muestra será seleccionada de forma no probabilística, considerando la diversidad en términos de sexo, edad y orientación sexual. Para la recolección de datos, se utilizará un cuestionario en línea con preguntas cerradas y escalas de valoración. Las variables independientes serán el sexo, la edad y la orientación sexual, mientras que las variables dependientes abordarán el orden de preferencias en la selección de partes faciales



y corporales, así como las respuestas seleccionadas en las características de las fotografías presentadas.

### 3.2. Procedimiento

En primer lugar, se obtendrán los permisos necesarios, como la aprobación ética y el consentimiento para llevar a cabo la investigación. Las pautas de redacción serán en base a los objetivos de la investigación, ofreciendo una amplia explicación sobre el estudio y sobre la importancia de las respuestas basándose en la sinceridad y siguiendo las instrucciones pertinentes.

A continuación, se creará el cuestionario en línea utilizando una plataforma confiable y segura de encuestas en línea, en este caso se optará por Google Forms. Se diseñarán preguntas relevantes para cada objetivo específico de la investigación, asegurando que sean claras y de fácil comprensión para los participantes. Además, se garantizará la confidencialidad y el anonimato de los participantes, explicándoles claramente el propósito de la investigación y cómo se protegerán sus datos. Será necesario aceptar el consentimiento informado para proceder a contestarlo.

Antes de la distribución del cuestionario, se realizará una prueba piloto con un grupo reducido de participantes. Esta prueba permitirá identificar posibles errores o problemas en la formulación de las preguntas y realizar los ajustes y mejoras necesarias en base a los comentarios y resultados obtenidos.

Luego, se procederá a la selección y reclutamiento de la muestra. Se definirán los criterios de selección de los participantes, en este caso, personas mayores de edad que hayan utilizado o estén utilizando apps de búsqueda de pareja, así como personas que no las hayan empleado. Se utilizarán estrategias de muestreo no probabilístico, como el muestreo por conveniencia, y se reclutarán participantes a través de redes sociales, grupos en línea y comunidades relacionadas.

Una vez reclutados, se distribuirá el cuestionario en línea a los participantes seleccionados. Se compartirá el enlace del cuestionario en los canales definidos, asegurándose de explicar claramente el propósito de la investigación y garantizando la privacidad y confidencialidad de los participantes. Se establecerá un período de tiempo determinado para recopilar las respuestas.

Durante la recopilación de datos, se monitoreará regularmente el proceso para asegurarse de que los participantes puedan acceder y completar el cuestionario sin dificultades técnicas. Las

respuestas de los participantes se guardarán en una base de datos segura, asegurando la protección de la información personal.

Una vez finalizada la recopilación de datos, se realizará una limpieza y verificación de los mismos. Se identificarán y corregirán posibles errores o inconsistencias para garantizar la calidad de los datos. Luego, se utilizarán técnicas estadísticas adecuadas, como análisis descriptivos, pruebas de comparación y correlación, para analizar los datos y obtener conclusiones relevantes en relación con los objetivos de investigación establecidos.

Posteriormente, se preparará un informe de investigación detallado que presente los hallazgos obtenidos de manera clara y estructurada. Se discutirán las implicaciones de los resultados y su relevancia en el contexto científico y práctico.

### 3.3. Participantes

La muestra está compuesta por un total de 220 participantes con edades comprendidas entre los 18 años y + de 50 años. Con un total de 170 mujeres y 50 hombres, es decir, un 77.3% de la muestra son mujeres.

### 3.4. Instrumentos

La información se recoge a través de un formulario Adhoc con un total de 15 preguntas, compuesto por preguntas abiertas, preguntas con respuestas cerradas mediante opciones y preguntas de carácter sociodemográficas, tales como la edad y el género. Se genera a través de Google Forms y se distribuye a través de canales telemáticos como redes sociales, plataformas para comunicación en línea, así como medios electrónicos.

### 3.5. Análisis planteados

Se realizarán análisis descriptivos para examinar las características generales de los datos recopilados. Estos análisis permitirán identificar tendencias, patrones y distribuciones de las respuestas en relación con las variables estudiadas, como el orden de preferencias en la selección de partes faciales, aspecto corporal, diferencias según la edad, el sexo y la orientación sexual, así como las diferentes selecciones de las opciones que se dan en las fotografías. Además, se

emplearán técnicas de tabulación y organización de los datos en una base de datos para facilitar su manejo y comprensión.

Utilizaremos el programa SPSS (Statistical Package for the social Sciences), software desarrollado por la empresa IBM para el análisis estadístico de datos. A través del programa realizaremos las pruebas estadísticas siguientes según necesidades:

- **Prueba Student-Fisher:** también conocida como prueba t, se emplea para comparar las medias de dos grupos independientes o para evaluar la diferencia entre la media de una muestra y un valor de referencia. Su utilidad radica cuando hay variables numéricas y se quiere saber si existen diferencias significativas entre dos grupos (Sánchez, 2015).
- **Prueba de análisis de varianza (ANOVA),** es una técnica estadística que se utiliza para comparar las medias de 3 o más categorías. Cuando se dan diferencias significativas entre las categorías, no nos informa entre cuales se hallan esas diferencias, para lo que deberemos emplear una prueba de contraste. La prueba escogida será la de Tukey, que nos comparará los grupos dos a dos para poder indicarnos donde están esas diferencias (Amat, 2016).
- **Prueba Chi cuadrado:** también conocida como chi-cuadrado de Pearson, es una técnica estadística que se utiliza para ver si existe alguna asociación significativa entre dos variables cualitativas u ordinales (Ruiz, 2019).
- **Prueba de normalidad:** técnica estadística utilizada para determinar si un conjunto de datos sigue una distribución normal (distribución simétrica en forma de campana, concentrándose la mayoría de los datos alrededor de la media). Las pruebas de normalidad que ofrece el programa SPSS, entre otras, son la Kolmogórov-Smirnov (para muestras de más de 50 sujetos) y la Shapiro- Wilk (para muestras inferiores a 50 sujetos) (Flores & Flores, 2021).

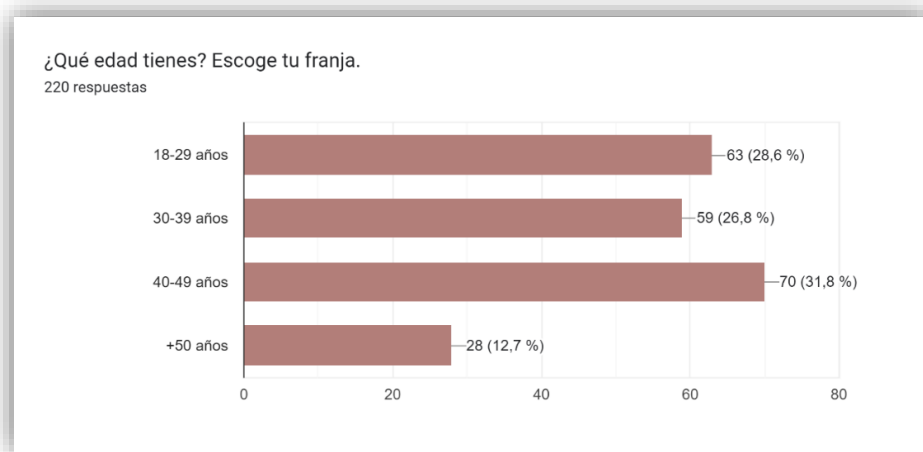
## 4. Resultados

A continuación, analizaremos los resultados en tres bloques diferentes. Por un lado, expondremos los resultados obtenidos sin realizar ningún tipo de prueba estadística, es decir, los resultados tal cual salieron y sus respectivos porcentajes. En el segundo bloque haremos un análisis de datos en una elección arbitraria de preguntas donde se comparará las preguntas del cuestionario para ver si tiene algún tipo de relación con la importancia de la cara y la importancia del cuerpo (según la muestra de resultados de las dos últimas preguntas del cuestionario). Por último, en el tercer bloque, realizaremos una comparación de las preguntas por franjas de edad y por género. La variable orientación sexual la hemos debido dejar fuera del estudio al no haber una muestra lo suficientemente representativa para hacer comparaciones y sacar conclusiones.

#### 4.1 BLOQUE 1: Resultados de la encuesta sin comparaciones.

A través de la figura 1 se puede observar que la mayor parte de la muestra se corresponde con la franja de edad de 40 a 49 años con un 31.8%, seguido de la franja de edad de 18 a 29 años con un 28.6%, a continuación, está la franja de edad comprendida entre 30 y 39 años con un 26.8% y finalmente tenemos la franja de edad de + de 50 años con un 12.7%, por lo que la muestra en más del 50% se encuentra por debajo de los 40 años.

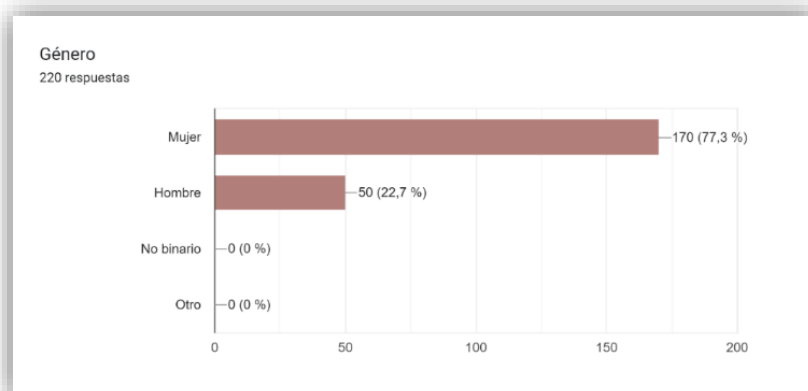
**Figura 1. Edad**



*Fuente: elaboración propia 1*

A la hora de ver el género, tal y como se nombraba en el apartado de la descripción de la muestra, se observa en la figura 2 que un 77.3% de la muestra la componen mujeres frente al 22.7% que son hombres, destacar que en esta muestra existe un 0% tanto de personas que se consideran no binarias como de otras opciones.

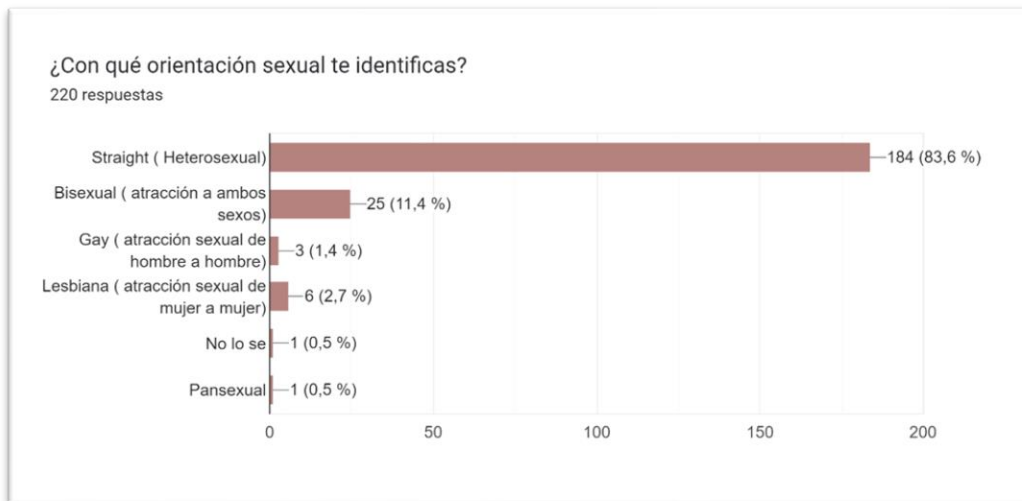
**Figura 2. Género**



*Fuente: elaboración propia 2*

En cuanto a la orientación sexual de la muestra, tal y como muestra la figura 3, la orientación sexual predominante es la de heterosexual con un 83.6% de la muestra, seguido de un 11.4% que son bisexuales, dejando con un 1.4% gais y un 2.7% lesbianas. Finalmente, encontramos un 0.5% para personas que no lo saben y otro 0,5% pansexual. Esta variable no se va a tener en cuenta en la investigación al no haber muestra significativa para las diferentes opciones.

**Figura 3.** Orientación sexual

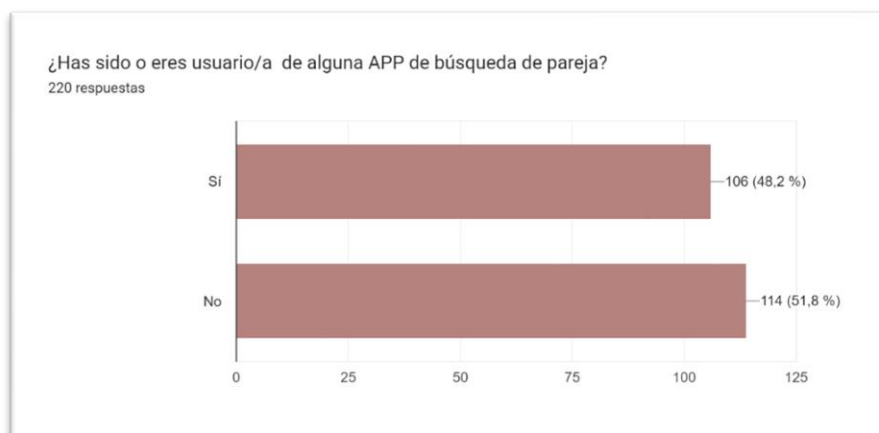


*Fuente: elaboración propia 3*

A la hora de analizar el uso de las App de búsqueda de pareja, se observa en la figura 4 que el 51.8% de la muestra no ha hecho uso de dichas aplicaciones mientras que el 48.2% sí han sido o son usuarios actualmente.

**Figura 4.**

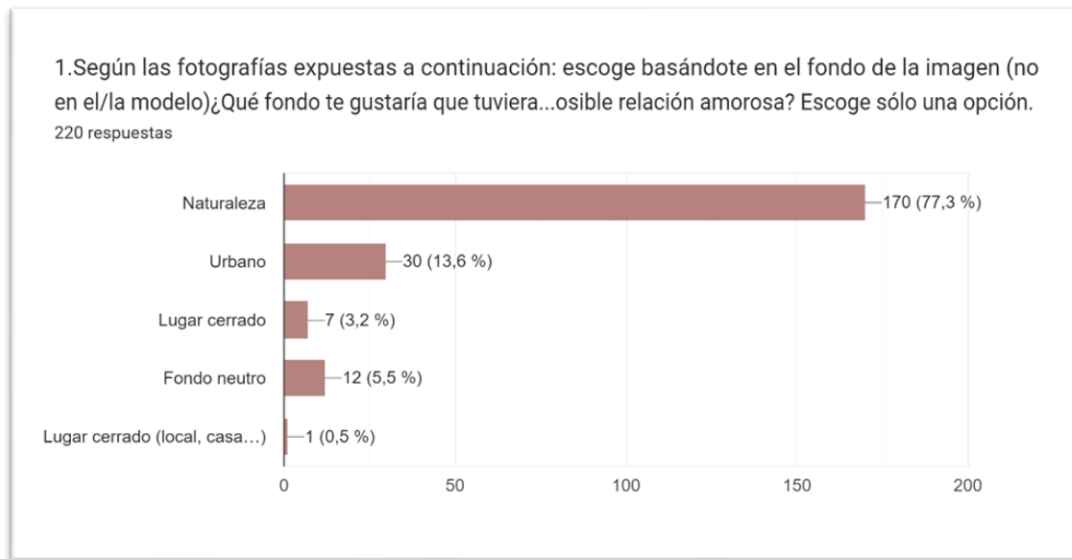
*Usuario de APP de búsqueda de pareja*



*Fuente: elaboración propia 4*

En lo que respecta a preferencias por la imagen, primeramente, en las preferencias del fondo de imagen se observa en la figura 5 que en un 77.3% de la muestra prefiere el uso de la naturaleza para elegir a una persona para una posible relación amorosa, seguido por un 13.6% por un fondo urbano, posteriormente, con un 5.5% se prefiere un fondo neutro y por último se encuentra un lugar cerrado con un 3.7%.

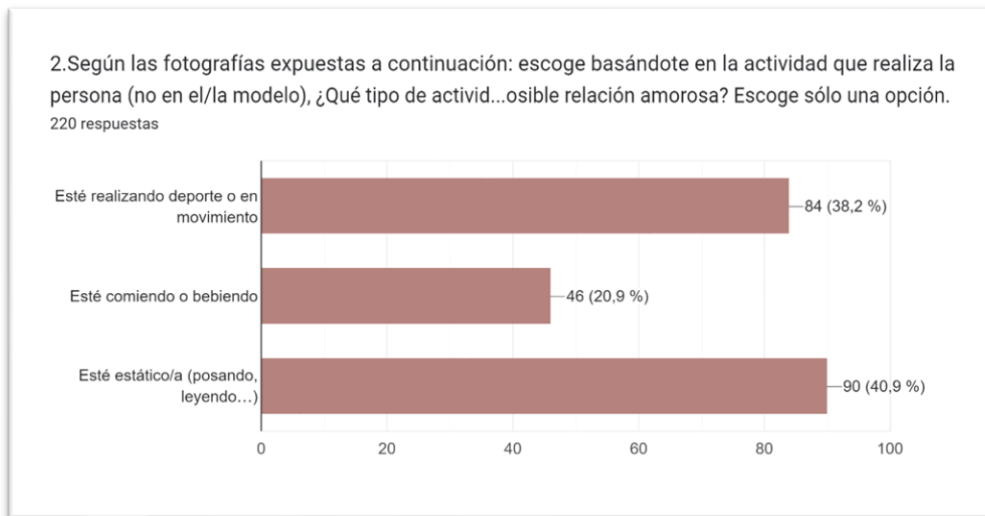
**Figura 5.** Análisis del fondo de la imagen. Pregunta 1 (P1)



Fuente: elaboración propia 5

Si pasamos al análisis en base a la actividad que la personas realiza en las fotografías se encuentra en la figura 6 que un 40.9% de la muestra prefiere que esté estático como, por ejemplo, posando o leyendo, seguido de aquellos que prefieren una actividad en movimiento tipo deporte con un 38.2%. Finalmente, se encuentra la preferencia por imágenes donde se ve a la persona comiendo o bebiendo con un 20.9%.

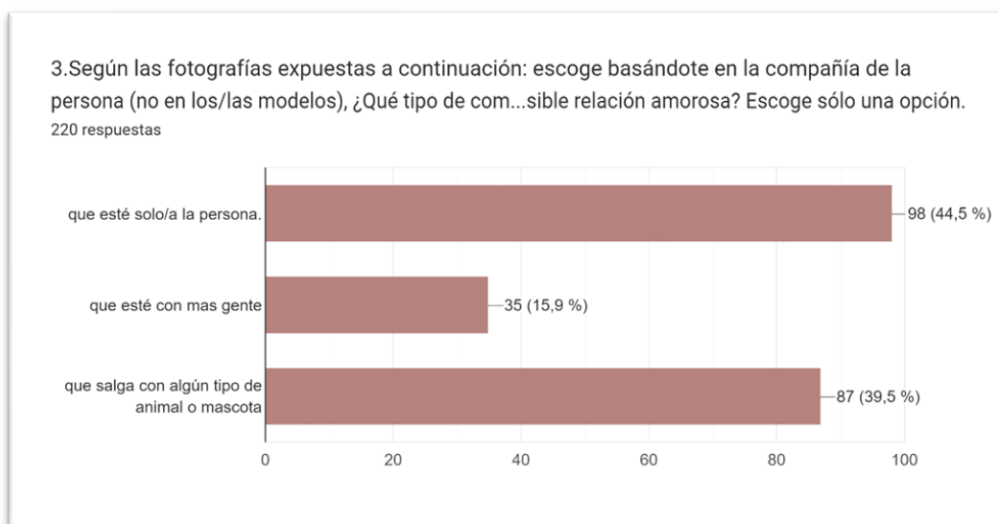
Figura 6. Actividad que se realiza. Pregunta 2 (P2).



Fuente: elaboración propia 6

En base a la compañía que posee la persona de la fotografía se puede ver en la figura 7 que el 44.5% prefieren que la persona se encuentre sola, seguido de un 39.5% donde la preferencia es que salga con algún tipo de animal o mascota, por último, se encuentra la opción de que la persona salga con más gente con un 15.9% la muestra.

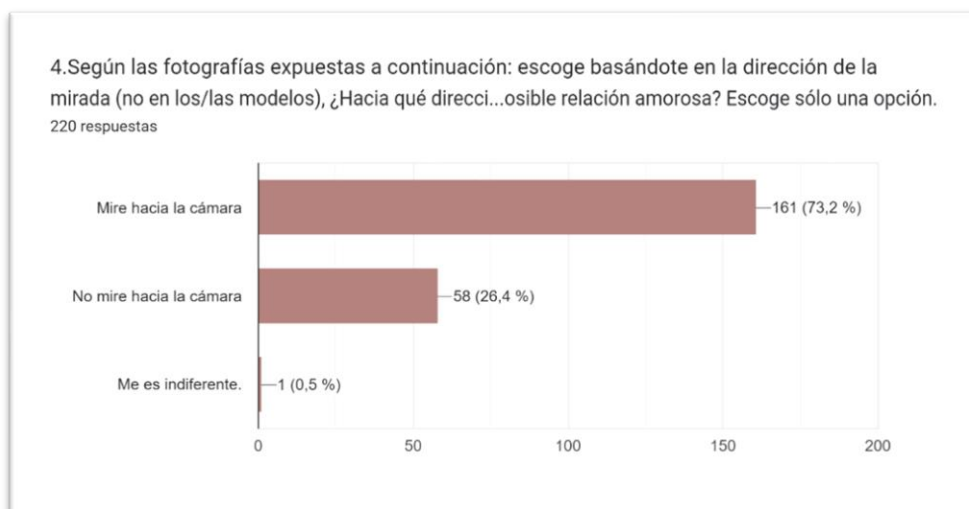
Figura 7. Compañía de las personas. Pregunta 3 (P3).



Fuente: elaboración propia 7

A la hora de analizar la preferencia por la dirección de la mirada se observa en la figura 8 que un 73.2% de la muestra prefiere que se mire directamente hacia la cámara, frente al 26.4% de la muestra que prefiere una foto donde la persona no mire en dirección a la cámara, finalmente, con tan sólo un 0.5% se encuentra el porcentaje de la muestra que no tiene preferencia por la dirección de la mirada.

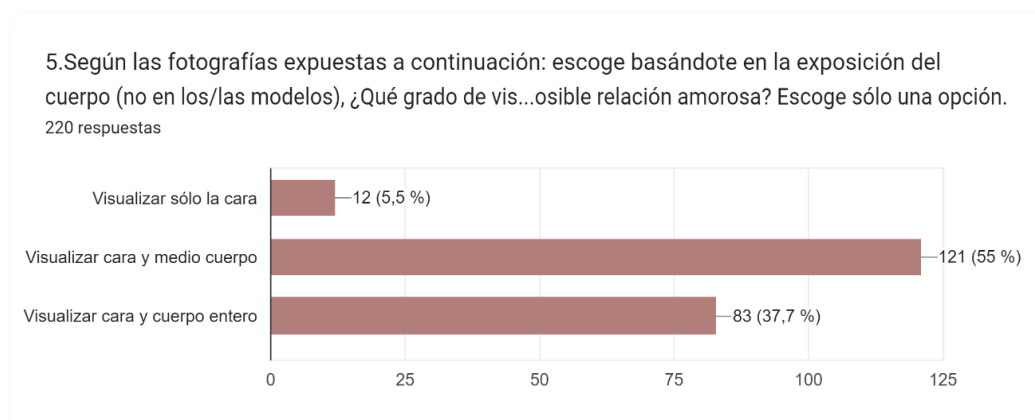
**Figura 8.** Dirección de la mirada. Pregunta 4 (P4).



*Fuente: elaboración propia 8*

A la hora de analizar la preferencia de visualización del cuerpo, es decir, si prefieren ver la cara, cara más cuerpo entero o cara y medio cuerpo, se observa en la figura 9 que el 55% de la muestra prefiere que la persona salga en una fotografía donde se pueda visualizar la cara y medio cuerpo, seguido de un 37.7% de la muestra que prefiere que en la fotografía además de visualizar la cara salga de cuerpo entero, a continuación, se encuentra con un 5.5% aquellas personas que prefieren que en la fotografía tan sólo se visualice la cara.

**Figura 9.** Exposición de cuerpo. Pregunta 5 (P5).

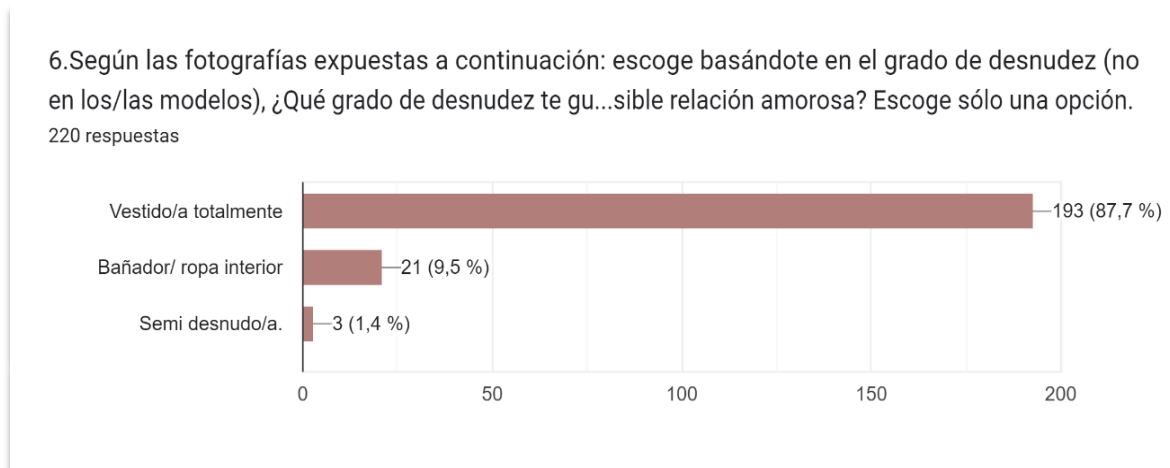


*Fuente: elaboración propia 9*



En lo que respecta al grado de desnudez se puede observar en la figura 10 que el 88.7% de la muestra prefiere que la persona se encuentre totalmente vestida, seguido del 9.5% que prefieren que se encuentre en ropa interior o bañador, a continuación, con un 1.4% tenemos aquellas personas que prefieren que la persona se encuentre semi desnuda.

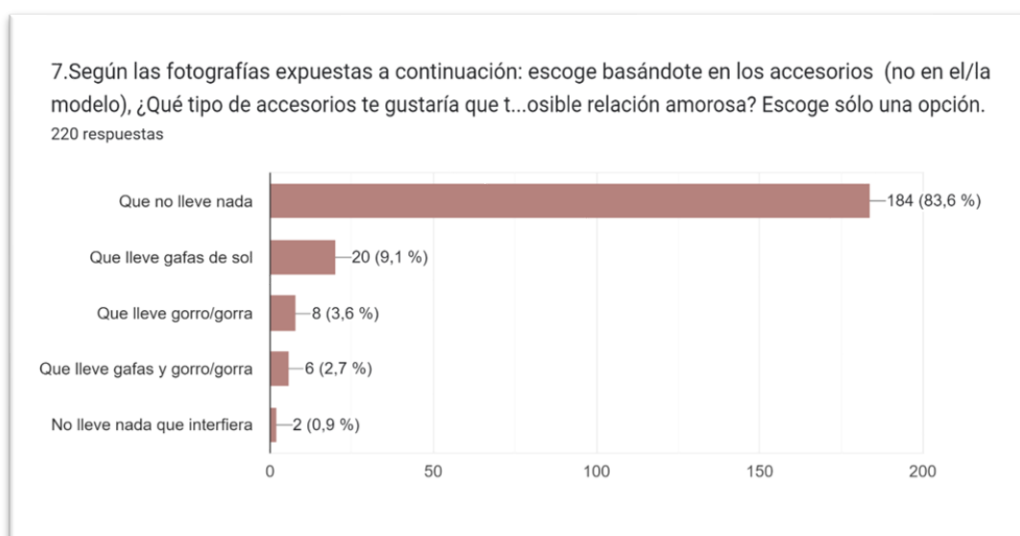
**Figura 10.** Grado de desnudez. Pregunta 6 (P6).



Fuente: elaboración propia 10

En base a los accesorios que la persona lleva en la fotografía se observa en la figura 11 que un 83.6% de la muestra prefiere que la persona no lleve ningún accesorio, seguido de un 9.1% por el accesorio de gafas de sol, a continuación, encontramos con un 3.6% el gorro o gorra y finalmente con un 2.7% la combinación de gafas y gorro/gorra.

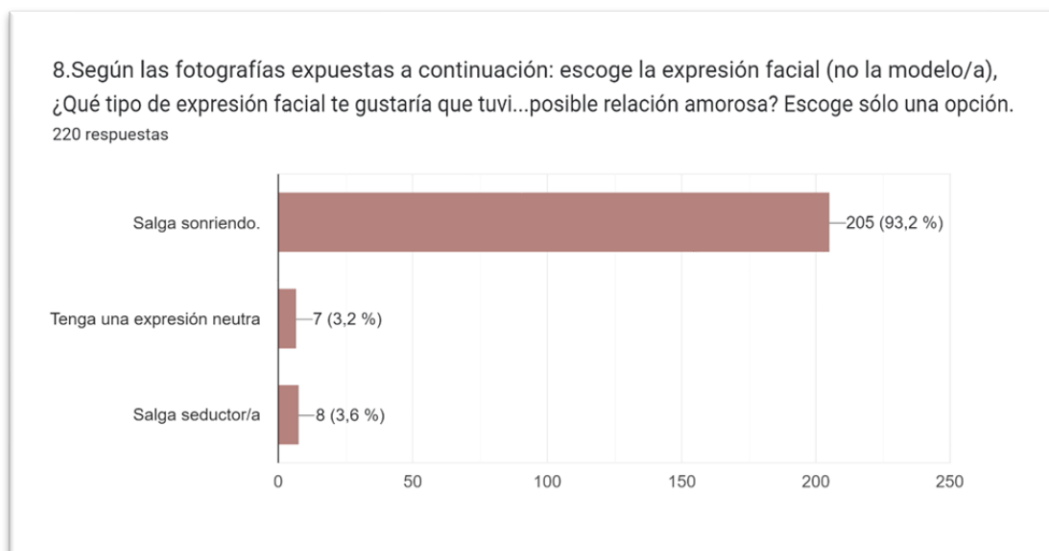
**Figura 11.** Accesorios. Pregunta 7 (P7).



Fuente: elaboración propia 11

En lo que respecta a la preferencia por la expresión facial en la fotografía se observa en la figura 12 que un 93.2% prefiere que la persona salga sonriendo, dejando con un 3.2% expresión neutra y un 3.6% a una expresión seductora.

Figura 12. Expresión facial. Pregunta 8 (P8).

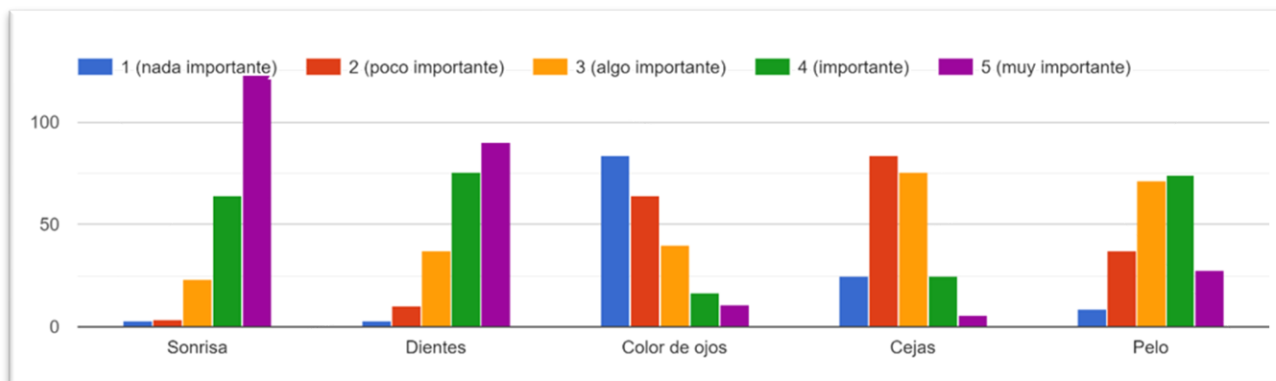


Fuente: elaboración propia 12

Podríamos afirmar que las características más seleccionadas de una fotografía de perfil, según las respuestas mayoritarias obtenidas, debería tener las siguientes características: tener un fondo de naturaleza ( 77,3%), que la persona esté estático, ya sea leyendo o posando ( 40,9%), que aparezca solo/a en la fotografía ( 44,5%), que mire hacia la cámara ( 73,2%), que exponga cara y medio cuerpo ( 55%), que esté vestido/a totalmente (87,7%), que no lleve nada de accesorios en la cara ( 83,6%) y que salga sonriendo (93.2%).

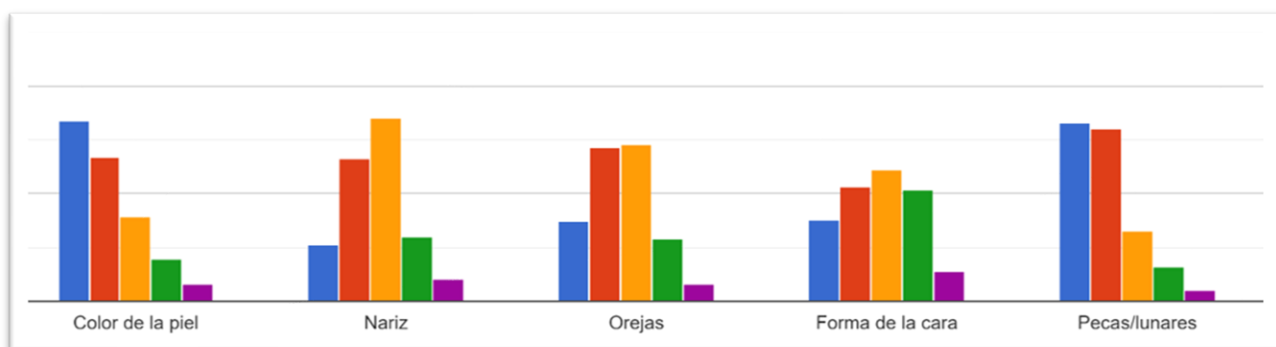
A la hora de analizar las partes faciales más importantes para la elección de una persona en función de la fotografía de perfil se observa en las figuras 13 y 14 que la parte más importante valorada por la muestra es la sonrisa, seguida de los dientes, posteriormente con bastante menor puntuación tenemos el pelo. Además, se observa que los rasgos que menos importancia les dan son al color de ojos, el color de la piel y las pecas o lunares. El resto de las partes faciales como las cejas, nariz, orejas o forma de la cara se sitúan como una media entre poco importante y algo importantes, pero sin llegar a darle muy importante o poco importante.

Figura 13. Partes faciales (1)



Fuente: elaboración propia 13

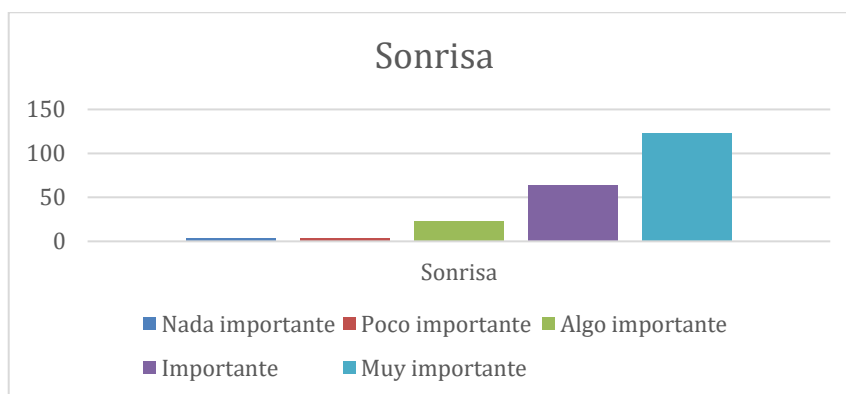
Figura 14. Partes faciales (2)



Fuente: elaboración propia 14

Si analizamos cada parte con detenimiento aquellas partes que se han votado como más importantes se observa en la figura 15 que la sonrisa 187 personas colocan como importante o muy importante la parte facial de la sonrisa.

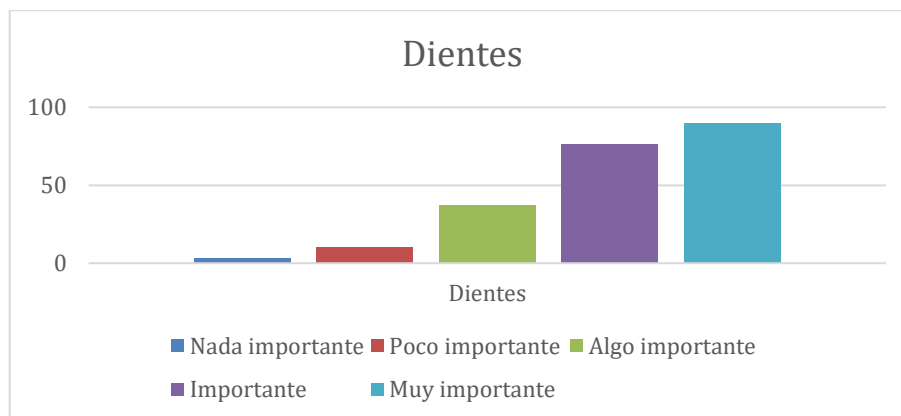
Figura 15. Sonrisa



Fuente: elaboración propia 15

En lo que respecta a los dientes que fue otra de las partes consideradas más importante se observa en la figura 16 que existe una mayor distribución de la valoración, pero continúa teniendo el voto de 166 personas dentro de la categoría importante y muy importante.

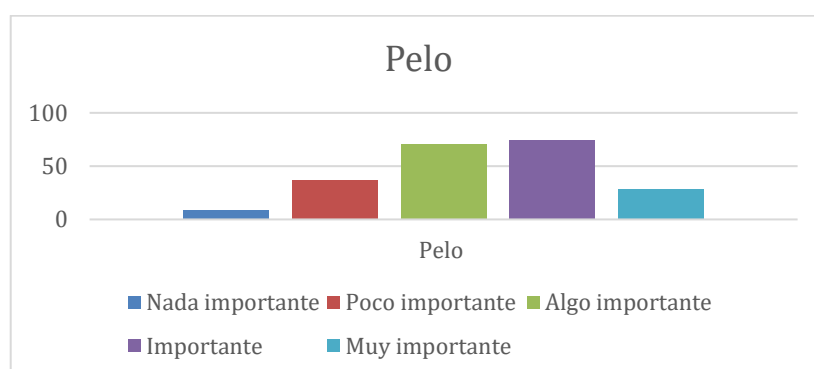
**Figura 16.** *Dientes*



*Fuente: elaboración propia 16*

Por último, se encuentra el pelo, como se observa en la figura 17 para este rasgo ha habido un gran descenso de la valoración como muy importante encontrándose con tan sólo 28 votos, frente a los 90 de dientes y los 123 en la sonrisa, a pesar de esto se considera que se trata de un tema importante para la elección.

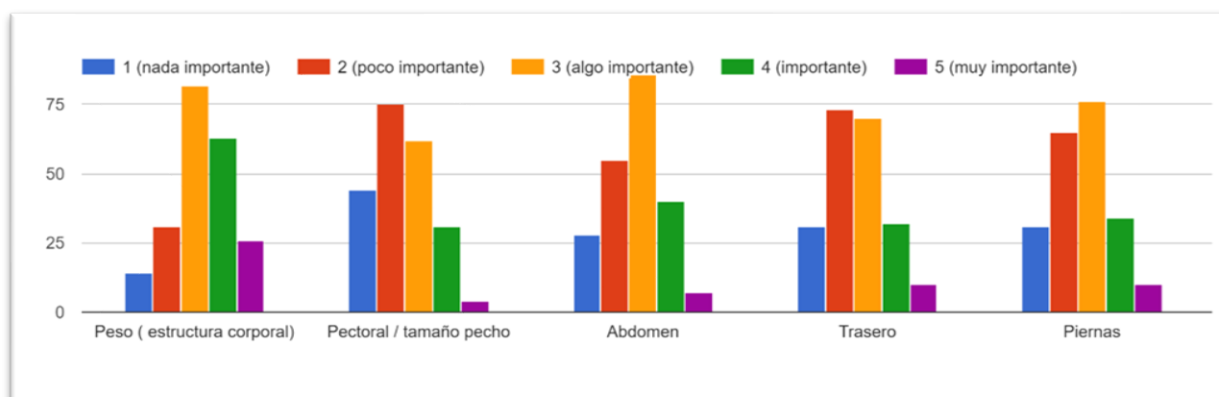
**Figura 17.** *Pelo*



*Fuente: elaboración propia 17*

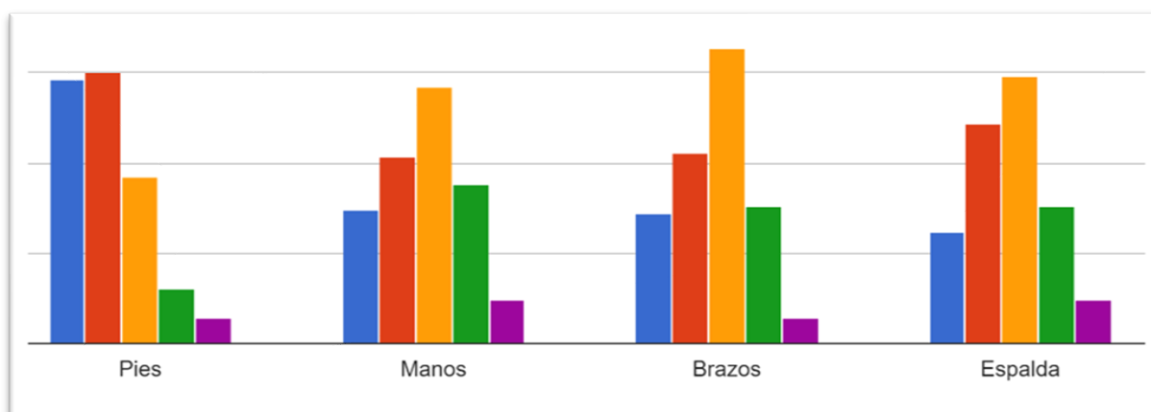
El último análisis general, analizamos las partes corporales, observando en las figuras 18 y 19 que la parte con mayor importancia es el peso (estructura corporal) y la parte con menor importancia son los pies.

**Figura 18. Partes corporales (1)**



*Fuente: elaboración propia 18*

**Figura 19. Partes corporales (2)**



*Fuente: elaboración propia 19*

## 4.2 BLOQUE 2: Comparación grado de importancia ítems “cara” y “cuerpo” con preguntas del cuestionario.

Nos pareció interesante para la investigación realizar una comparación entre la pregunta donde se pedía que puntuasen el grado de importancia a través de ítems en aspectos de la cara, como en la pregunta del grado de importancia sobre partes corporales. Para las partes faciales se emplearon 10 variables (sonrisa, dientes, color de ojos, cejas, pelo, color de la piel, nariz, orejas, forma de la cara y pecas/lunares). Estas variables se sumaron y se dividieron entre 10 encontrando una media que represente esta importancia. De igual modo se procedió con los ítems de la parte del cuerpo (peso, pectoral/tamaño pecho, abdomen, trasero, piernas, pies, manos, brazos y espalda), en este caso fueron 9 variables, procediendo del mismo modo que el anterior, obteniendo dos nuevas variables que represente la importancia que se le da a la cara y al cuerpo a la hora de escoger una persona para establecer algún tipo de relación amorosa a través de la fotografía de perfil que tenga en la APP de búsqueda de citas.

Las preguntas escogidas de forma arbitraria fueron la 2, 5, 6 y 8, así como comparar la importancia de cara y cuerpo frente la edad y el género.

### Relación entre la pregunta 2 ¿Qué tipo de actividad te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? E importancia de la cara e importancia del cuerpo.

Utilizamos diferentes pruebas estadísticas para averiguar la relación que existe.

Encontramos que las distribuciones de estas variables siguen ley Normal, excepto los sujetos que en la P2 eligieron la opción “Comiendo o bebiendo”, cuya puntuación en la variable generada “Importancia de la Cara”, no sigue una Ley Normal.

**Tabla 1**  
*Pruebas de normalidad*

	2. Qué actividad te gustaría en la persona en la fotografía de perfil.	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Estático	,089	90	,077	,989	90	,644
	Deporte o movimiento	,056	84	,200*	,977	84	,144
	Comiendo o bebiendo	,137	46	<b>,030</b>	,911	46	<b>,002</b>
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Estático	,068	90	,200*	,983	90	,312
	Deporte o movimiento	,085	84	,200*	,976	84	,127
	Comiendo o bebiendo	,112	46	,190	,975	46	,422

Esta prueba es decisiva para tomar la decisión de qué prueba usar para comparar las puntuaciones de “Cara” y “Cuerpo” en las categorías de la variable P2 (actividad que le gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa).

Siendo El ANOVA una prueba robusta, decidimos aplicarla a pesar de que una de las opciones no sigue Ley normal. No encontramos que las diferencias entre las distintas opciones sobre la actividad elegida de la persona de la foto estén relacionadas con la importancia que se le da a la cara o al cuerpo.

**Tabla 2**  
*Descriptivos (importancia de la cara)*

2. Qué actividad te gustaría en la persona en la fotografía de perfil.			
	Estático	Deporte o movimiento	Comiendo o bebiendo
Media	2,8222	2,9024	2,8609
Mediana	2,8000	2,9000	2,7000
Desviación estándar	0,60220	0,63927	0,68556
Mínimo	1,40	1,50	1,90
Máximo	4,20	4,10	4,80
Rango	2,80	2,60	2,90

**Tabla 3**  
*ANOVA (Importancia de la cara)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Entre grupos	,279	2	,140	,347	,707
	Dentro de grupos	87,345	217	,403		
	Total	87,624	219			

$$F_{(2, 217)} = 0,347 \text{ N.S.} = 0,707 > \alpha = 0,05$$

**Tabla 4**  
*Descriptivos (Importancia del cuerpo)*

2. Qué actividad te gustaría en la persona en la fotografía de perfil.			
	Estático	Deporte o movimiento	Comiendo o bebiendo
Media	2,6309	2,7923	2,5266
Mediana	2,6667	2,7778	2,4444
Desviación estándar	0,75301	0,82425	0,89180
Mínimo	1,00	1,00	1,00
Máximo	4,33	4,56	4,89
Rango	3,33	3,56	3,89

**Tabla 5**  
*ANOVA (importancia del cuerpo)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Entre grupos	2,341	2	1,171	1,781	,171
	Dentro de grupos	142,643	217	,657		
	Total	144,984	219			

$$F_{(2, 217)} = 1,781 \text{ N.S.} = 0,171 > \alpha = 0,05$$

Concluimos pues que el hecho de que un encuestado sea partidario de que, en las fotos, la persona tenga una actitud u otra (Estático; haciendo deporte o en movimiento o bien comiendo o bebiendo) **no está relacionado** con la importancia que le da a la cara o al cuerpo según el resultado de ANOVA para la importancia de cara ( $F_{(2, 217)} = 0,347 \text{ N.S.} = 0,707 > \alpha = 0,05$ ) y para la importancia de cuerpo ( $F_{(2, 217)} = 1,781 \text{ N.S.} = 0,171 > \alpha = 0,05$ ).

**Relación entre la pregunta 5 ¿Qué grado de visualización corporal te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? E importancia de la cara e importancia del cuerpo.**

A priori, podríamos pensar que el hecho de preferir una fotografía con más o menos ropa, puede hacer que la persona le dé más importancia al cuerpo. En cuanto a la cara, no tiene por qué, ya que nuestros encuestados eran libres de dar importancia al cuerpo, pero no en detrimento de la cara, así que la relación con la cara no está supeditada a la puntuación que se le da al cuerpo.

Observando la Tabla 6, la distribución sigue el patrón de una distribución Normal teórica.

**Tabla 6**  
*Pruebas de normalidad*

5.Grado de visualización corporal que te gustaría en la fotografía de perfil.		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Cara	,104	14	,200*	,964	14	,791
	Cara y medio cuerpo	,062	123	,200*	,989	123	,421
	Cara y cuerpo entero	,054	83	,200*	,991	83	,824
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Cara	,155	14	,200*	,953	14	,612
	Cara y medio cuerpo	,078	123	,061	,974	123	,019
	Cara y cuerpo entero	,061	83	,200*	,990	83	,803



Al presentar los descriptivos de las variables dependientes “Cara” ( véase Tabla 7 y 8) observamos que la puntuación que se le da a cada uno de ellos aspectos de ésta es muy elevada entre los sujetos que prefieren tener una foto sólo de la cara.

**Tabla 7**  
*Descriptivos (importancia de la cara)*

5.Grado de visualización corporal que te gustaría en la fotografía de perfil.

	Cara	Cara y medio cuerpo	Cara y cuerpo entero
Media	3,0786	2,7545	2,9819
Mediana	3,0500	2,7000	3,0000
Desviación estándar	0,56864	0,55843	0,71655
Mínimo	2,30	1,50	1,40
Máximo	4,20	4,10	4,80
Rango	1,90	2,60	3,40

**Tabla 8**  
*ANOVA (Importancia de la cara)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Entre grupos	3,272	2	1,636	4,209	,016
	Dentro de grupos	84,352	217	,389		
	Total	87,624	219			

$$F_{(2, 217)} = 4,209 \text{ N.S.} = 0,016 < \alpha = 0,05$$

Concluimos pues, que **las diferencias entre los grupos en la medida “Importancia de la cara” resulta ser grande y estas diferencias no son explicables por el azar. Hay relación entre la variable P5 y la medida “Importancia de la cara”**. Según los contrastes de Tukey, encontramos que las diferencias se dan entre las opciones “Cara y medio cuerpo” y “Cara y Cuerpo entero”( véase Tabla 9)

**Tabla 9**  
*Comparaciones múltiples HSD Tukey*

Variable dependiente			Diferencia de medias (I-J)	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Cara	Cara y medio cuerpo	0,32410	0,158
		Cara y cuerpo entero	0,09664	0,853
	Cara y medio cuerpo	Cara	-0,32410	0,158
		Cara y cuerpo entero	-,22746*	<b>0,029</b>
	Cara y cuerpo entero	Cara	-0,09664	0,853
		Cara y medio cuerpo	,22746*	<b>0,029</b>

En relación con la variable dependiente “Importancia del cuerpo”, encontramos que **la puntuación más baja sobre importancia del cuerpo, se dan entre los sujetos que prefieren una foto de “cara y medio cuerpo”** ( véase Tabla 10 y 11).

**Tabla 10**  
*Descriptivos (importancia del cuerpo)*

5.Grado de visualización corporal que te gustaría en la fotografía de perfil.

	Cara	Cara y medio cuerpo	Cara y cuerpo entero
Media	2,9127	<b>2,5005</b>	2,8822
Mediana	2,8333	2,4444	2,8889
Desviación estándar	0,79788	0,83055	0,73628
Mínimo	1,67	1,00	1,00
Máximo	4,22	4,33	4,89
Rango	2,56	3,33	3,89

**Tabla 11**  
*ANOVA (Importancia del cuerpo)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Importancia del Cuerpo	Entre grupos	8,098	2	4,049	6,418	,002
	Dentro de grupos	136,886	217	,631		
	Total	144,984	219			

$$F_{(2, 217)} = 6,418 \text{ N.S.} = 0,002 < \alpha = 0,05$$

Las diferencias se dan entre las categorías “Cara y medio cuerpo” y “Cara y Cuerpo entero” (véase Tabla 12).

**Tabla 12**  
*Comparaciones múltiples HSD Tukey (Importancia del cuerpo)*

Variable dependiente			Diferencia de medias (I-J)	Sig.
Importancia del Cuerpo	Cara	Cara y medio cuerpo	0,41225	0,159
		Cara y cuerpo entero	0,03050	0,990
	Cara y medio cuerpo	Cara	-0,41225	0,159
		Cara y cuerpo entero	-,38174*	<b>0,002</b>
	Cara y cuerpo entero	Cara	-0,03050	0,990
		Cara y medio cuerpo	,38174*	<b>0,002</b>

**Relación entre la pregunta 6 ¿Qué grado de desnudez te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? E importancia de la cara e importancia del cuerpo.**

Encontramos que en la elección de la variable “Grado de desnudez”, hay solo un sujeto que elige la opción “Parcialmente vestido”, y tan sólo 3 que optan por “Semidesnudo” ( véase Tabla 13).

**Tabla 13**  
*Grado de desnudez*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vestido totalmente	195	88,6	88,6	88,6
	Parcialmente vestido	1	,5	,5	89,1
	Bañador/Ropa interior	21	9,5	9,5	98,6
	Semidesnudo	3	1,4	1,4	100,0
	Total	220	100,0	100,0	

Por esto procedemos a reunir categorías para quedarnos con sólo dos ( véase Tabla 14).

**Tabla 14**  
*Grado de desnudez generada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vestido totalmente	195	88,6	88,6	88,6
	No Vestido totalmente	25	11,4	11,4	100,0
	Total	220	100,0	100,0	

Las pruebas de Normalidad ( véase Tabla 15) indican que todas las distribuciones siguen Ley Normal excepto la de la medida “Importancia del cuerpo” en los sujetos que en la pregunta 6, optan por la opción “*Vestido totalmente*”.

**Tabla 15**  
*Pruebas de normalidad*

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
6. Grado de desnudez Generada		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Vestido totalmente	,052	195	,200 <sup>*</sup>	,991	195	,310
	No Vestido totalmente	,090	25	,200 <sup>*</sup>	,964	25	,508
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Vestido totalmente	,068	195	<b>,030</b>	,986	195	<b>,055</b>
	No Vestido totalmente	,146	25	,180	,932	25	,098

Aplicamos la prueba t de Student-Fisher para comparación de dos distribuciones en dos grupos independientes para la medida “*Importancia de la Cara*” y con posterioridad la aplicaremos para la medida “*Importancia del cuerpo*” (véase Tabla 16 y 17).

Aparentemente las puntuaciones son muy parecidas. No parece que vayamos a encontrar diferencias significativas.

**Tabla 16** *Descriptivos (importancia de la cara)*

6. Grado de desnudez Generada		
	Vestido totalmente	No Vestido totalmente
Media	2,8487	2,9560
Mediana	2,8000	3,0000
Desviación estándar	0,61914	0,73603
Mínimo	1,40	1,60
Máximo	4,80	4,20
Rango	3,40	2,60

**No existe relación entre ambas variables.** La importancia que se le da a los rasgos faciales no está influida por la pregunta 6 (preferencia por una foto totalmente vestido o con algún grado de desnudez).  $t = -0,798$  N.S. =  $0,426 > \alpha = 0,05$

**Tabla 17** *Prueba de muestras independientes*

	prueba t para la igualdad de medias		
	t	gl	Sig. (bilateral)
Importancia de la Cara	-0,798	218	0,426

Por lo que se refiere a la medida “*Importancia del cuerpo*”, parece que si se observan diferencias a simple vista entre ambas medidas (véase Tabla 18).

**Tabla 18**  
*Descriptivos (importancia del cuerpo)*

6. Grado de desnudez Generada		
	Vestido totalmente	No Vestido totalmente
Media	2,6251	3,0267
Mediana	2,6667	3,1111
Desviación estándar	0,82084	0,66765
Mínimo	1,00	1,44
Máximo	4,89	3,89
Rango	3,89	2,44

Concluimos pues, que los sujetos que prefieren una foto en la que aparece algún grado de desnudez, bien sea con menos ropa, bien sea en bañador o semidesnudo, puntúan muy alta la importancia del cuerpo ( $t = -2,347$  N.S. =  $0,020 < \alpha = 0,05$ ) (véase Tabla 19).

**Tabla 19**  
*Prueba de muestras independientes*

	prueba t para la igualdad de medias		
	t	gl	Sig. (bilateral)
Importancia del Cuerpo	-2,347	218	0,020

Por último, en el análisis sobre las preguntas escogidas, analizamos la relación entre la pregunta 8 ¿Qué expresión facial te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? E importancia de la cara e importancia del cuerpo.

Las puntuaciones de las medidas “Importancia de la cara” e “Importancia del cuerpo”, en los grupos que conforman los grupos según la variable de la pregunta 8, “Expresión facial que le gustaría que tuviera la persona de la foto”, podemos decir que siguen una Ley normal (véase Tabla 20).

**Tabla 20**  
*Pruebas de normalidad*

	8.Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía.	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Neutra	,122	7	,200*	,975	7	,932
	Sonriendo	,048	205	,200*	,993	205	,487
	Seducor	,118	8	,200*	,978	8	,952
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Neutra	,196	7	,200*	,927	7	,528
	Sonriendo	,057	205	,100	,986	205	,042
	Seducor	,160	8	,200*	,933	8	,544

Para la variable “*Importancia de la cara*”, los parámetros encontrados son los siguientes (véase Tabla 21):

**Tabla 21**  
*Descriptivos (importancia de la cara)*

8. Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía.			
	Neutra	Sonriendo	Seductor
Media	2,5429	2,8590	3,1875
Mediana	2,5000	2,8000	3,1500
Desviación estándar	0,56821	0,63135	0,63344
Mínimo	1,80	1,40	2,30
Máximo	3,50	4,80	4,20
Rango	1,70	3,40	1,90

Observamos en apariencia una diferencia de datos entre los sujetos que prefiere según la pregunta 8, una cara “*Neutra*” y los de la opción “*Seductora*” (véase Tabla 22).

**Tabla 22**  
*ANOVA (Importancia de la cara)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Entre grupos	1,562	2	0,781	1,969	0,142
	Dentro de grupos	86,062	217	0,397		
	Total	87,624	219			

Esta diferencia no resulta ser significativa. el N.S. = 0,142 que es superior a  $\alpha = 0,05$ . No podemos afirmar que exista una relación entre la variable “*Importancia de la cara*” y la respuesta a la pregunta 8 “*Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía*”.

En cuanto a la relación entre la pregunta 8 y la importancia que se le da al cuerpo, encontramos los siguientes parámetros (véase Tabla 23):

**Tabla 23**  
*Descriptivos (importancia del cuerpo)*

8. Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía.			
	Neutra	Sonriendo	Seductor
Media	2,6508	2,6407	<b>3,4583</b>
Mediana	2,5556	2,6667	3,3889
Desviación estándar	0,58594	0,81474	0,58021
Mínimo	2,00	1,00	2,78
Máximo	3,56	4,89	4,33
Rango	1,56	3,89	1,56

Estos datos dan cuenta de diferencias algo más elevadas. **Podemos afirmar que los sujetos que prefieren una fotografía donde la persona de la que se puede enamorar se encuentre en postura más seductora, dan más importancia al cuerpo, en comparación con las otras dos preferencias (Neutra o sonriendo)** (véase Tabla 24 y 25).

**Tabla 24**  
ANOVA (*Importancia del cuerpo*)

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Entre grupos	5,151	2	2,575	3,997	0,020
	Dentro de grupos	139,833	217	0,644		
	Total	144,984	219			

$$t = 3,997 \text{ N.S.} = 0,020 < \alpha = 0,05$$

**Tabla 25**  
Comparaciones múltiples (*importancia del cuerpo*)

Variable dependiente			Diferencia de medias (I-J)	Sig.
Importancia del Cuerpo	Neutra	Sonriendo	0,01014	0,999
		Seductor	-0,80754	0,129
	Sonriendo	Neutra	-0,01014	0,999
		Seductor	-,81768*	<b>0,014</b>
	Seductor	Neutra	0,80754	0,129
		Sonriendo	,81768*	<b>0,014</b>

Las diferencias las encontramos entre el grupo que prefiere fotos con posturas “Seductoras” y los que prefieren que la persona de la foto “Sonría”. Entre las otras opciones, no encontramos diferencias.

**Analizamos ahora la relación entre la variable “Edad” e “importancia de la cara” e “importancia del cuerpo”.**

Estas distribuciones siguen la Ley Normal todas. Por lo que aplicaremos como hasta ahora una prueba paramétrica (véase Tabla 26).

**Tabla 26**  
*Pruebas de normalidad*

EDAD		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	18 - 29 Años	0,092	63	,200*	0,968	63	0,105
	30 - 39 Años	0,095	59	,200*	0,983	59	0,578
	40 - 49 Años	0,075	70	,200*	0,982	70	0,398
	+ 50 Años	0,111	28	,200*	0,962	28	0,391
<b>Importancia del Cuerpo</b>	18 - 29 Años	0,107	63	0,070	0,960	63	0,038
	30 - 39 Años	0,100	59	,200*	0,976	59	0,292
	40 - 49 Años	0,087	70	,200*	0,983	70	0,450
	+ 50 Años	0,123	28	,200*	0,974	28	0,681

Los parámetros de la “*Importancia de la Cara*” en cada uno de los intervalos de la variable Edad, se representan en esta distribución ( véase Tabla 27):

**Tabla 27**  
*Descriptivos (importancia de la cara)*

	18 - 29 Años	30 - 39 Años	40 - 49 Años	+ 50 Años
Media	2,7937	2,9068	2,8543	2,9321
Mediana	2,8000	2,9000	2,8000	2,9500
Desviación estándar	0,51270	0,63405	0,72685	0,63832
Mínimo	1,40	1,60	1,50	1,80
Máximo	3,70	4,70	4,80	4,20
Rango	2,30	3,10	3,30	2,40

Estos resultados descriptivamente muestran mucha similitud entre los grupos.

El ANOVA ( véase Tabla 28), indica que efectivamente no hay diferencias entre los grupos de edad en cuanto a la importancia que se le da a cara.

**Tabla 28**  
*ANOVA (Importancia de la cara)*

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Importancia de la Cara	Entre grupos	0,554	3	0,185	0,458	0,712
	Dentro de grupos	87,070	216	0,403		
	Total	87,624	219			

$$F_{(3, 216)} = 0,458 \text{ N.S.} = 0,712 > \alpha = 0,05$$



En cuanto a la medida “*Importancia del cuerpo*”, los parámetros que encontramos son los siguientes (véase Tabla 29):

**Tabla 29. Descriptivos (*importancia del cuerpo*)**

	18 - 29 Años	30 - 39 Años	40 - 49 Años	+ 50 Años
Media	2,3933	2,7345	2,8762	2,6468
Mediana	2,4444	2,7778	2,8333	2,6667
Desviación estándar	0,75618	0,79591	0,85158	0,73768
Mínimo	1,00	1,00	1,00	1,22
Máximo	4,00	4,33	4,89	4,00
Rango	3,00	3,33	3,89	2,78

El ANOVA (véase Tabla 30) indica que las diferencias entre algunos grupos son significativas:

**Tabla 30. ANOVA (*importancia del cuerpo*)**

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Importancia del Cuerpo	Entre grupos	8,060	3	2,687	4,238	0,006
	Dentro de grupos	136,924	216	0,634		
	Total	144,984	219			

$$F_{(3, 216)} = 4,238 \text{ N.S.} = 0,006 < \alpha = 0,05$$

Concluimos pues, que **las diferencias se hallan entre el grupo de edad de 40-49 años** que son **los que más importancia le dan al cuerpo** y precisamente los jóvenes que son los que menos importancia le dan (véase Tabla 31).

**Tabla 31**

*Comparaciones múltiples (*importancia del cuerpo*)*

Variable dependiente			Diferencia de medias (I-J)	Sig.
Importancia del Cuerpo	18 - 29 Años	30 - 39 Años	-0,34117	0,087
		40 - 49 Años	-,48289*	<b>0,003</b>
		+ 50 Años	-0,25353	0,499
	30 - 39 Años	18 - 29 Años	0,34117	0,087
		40 - 49 Años	-0,14173	0,745
		+ 50 Años	0,08764	0,964
	40 - 49 Años	18 - 29 Años	,48289*	<b>0,003</b>
		30 - 39 Años	0,14173	0,745
		+ 50 Años	0,22937	0,571
	+ 50 Años	18 - 29 Años	0,25353	0,499
		30 - 39 Años	-0,08764	0,964
		40 - 49 Años	-0,22937	0,571

Finalmente, analizamos la relación entre la variable “Género” e “importancia de la cara” e “importancia del cuerpo”.

La distribución de los datos de “Importancia del cuerpo” no sigue Ley Normal en el grupo de hombres (véase Tabla 32)

**Tabla 32**  
*Pruebas de normalidad*

	GÉNERO	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Importancia de la Cara</b>	Mujer	,062	170	,200*	,993	170	,581
	Hombre	,069	50	,200*	,986	50	,798
<b>Importancia del Cuerpo</b>	Mujer	,058	170	,200*	,988	170	,139
	Hombre	,150	50	<b>,007</b>	,948	50	<b>,029</b>

La prueba T de Student-Fisher es una prueba potente, a pesar de que no cumple el requisito de aplicación, la aplicaremos (véase Tabla 33):

**Tabla 33**  
*Importancia de la cara en “género”*

	Mujer	Hombre
Media	2,8406	2,9300
Mediana	2,8000	2,9500
Desviación estándar	0,60535	0,71976
Mínimo	1,40	1,60
Máximo	4,80	4,70
Rango	3,40	3,10

Las medias entre ambos grupos son muy similares. **Concluimos pues, que para la relación entre género y la variable “Importancia de la cara” no encontramos relación.**

**Tabla 34**  
*Prueba de muestras independientes*

	prueba t para la igualdad de medias		
	t	gl	Sig. (bilateral)
<b>Importancia de la Cara</b>	-0,878	218	0,381

**t= -0,878 N.S.= 0,381; >  $\alpha$ = 0,05**

Por lo tanto, debemos concluir que no vemos relación alguna entre el género y la “Importancia de la cara” (véase Tabla 34).

En cuanto a la relación entre el Género y la variable “*Importancia del cuerpo*”, encontramos una diferencia algo mayor donde los hombres puntúan más elevado que las mujeres (véase Tabla 35).

**Tabla 35**  
*Importancia del cuerpo en “género”*

	Mujer	Hombre
Media	2,6039	2,8978
Mediana	2,6667	3,0000
Desviación estándar	0,80150	0,82168
Mínimo	1,00	1,00
Máximo	4,89	4,11
Rango	3,89	3,11

La prueba de Student-Fisher, encuentra diferencias que van más allá de las que el azar procura (véase Tabla 36).

**Tabla 36**  
*Prueba de muestras independientes*

	prueba t para la igualdad de medias		
	t	gl	Sig. (bilateral)
Importancia del Cuerpo	-2,266	218	0,024

$t = -2,266$  N.S. = 0,024;  $\alpha = 0,05$

Por lo tanto, podemos concluir que el género afecta o influye a la importancia que se le da al cuerpo. Los hombres le dan un mayor valor al cuerpo que las mujeres.

### 4.3 BLOQUE 3: Comparación entre las variables “edad” y “género” con preguntas del cuestionario.

En este último bloque, procederemos a comparar la variable “edad” por un lado, y “género” por otro, con las preguntas de la 1 a la 8 del cuestionario suministrado.

En las comparaciones de la variable “edad”, que tiene 4 categorías (las franjas son de 18-29 años, 30-39 años, 40-49 años y más de 50 años), con la mayoría de las preguntas, que también tienen bastantes categorías, encontramos que tenemos múltiples combinaciones que darán lugar a muchas celdas en nuestros cuadros de doble entrada, así como cruzamientos o combinaciones de hasta 12

y 16 celdas. En muchas de ellas con muy escasos sujetos; por lo que no se cumplen los requisitos de aplicación de la prueba.

Esto nos ha obligado a generar nuevas variables, en la que el número de celdas se reduzca para poder cumplir los requisitos de la prueba. En la presentación de este apartado, se exponen las tablas que en cada situación ha sido la más conveniente.

### Relación entre variable “Edad” con pregunta 1 (P1) “¿Qué fondo te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”.

En esta comparación, la pregunta 1 tuvo que ser reducida. La categoría “*Naturaleza*” se quedó tal cual, pero las demás: “*Urbano*”, “*Lugar cerrado*” y “*Fondo neutro*”, se reunieron en una sola categoría por dar celdas con escasos sujetos esperados.

**Tabla 37**  
*Tabla cruzada Edad por P1 con Foto generada*

			Naturaleza	Otros entornos	Total
EDAD	18 - 29 Años	Recuento	49	14	63
		% dentro de EDAD	77,8%	22,2%	100,0%
	30 - 39 Años	Recuento	45	14	59
		% dentro de EDAD	76,3%	23,7%	100,0%
	40 - 49 Años	Recuento	55	15	70
		% dentro de EDAD	78,6%	21,4%	100,0%
	+ 50 Años	Recuento	21	7	28
		% dentro de EDAD	75,0%	25,0%	100,0%
Total	Recuento	170	50	220	
	% dentro de EDAD	77,3%	22,7%	100,0%	

$$\chi^2 = 0,192; N.S. = 0,979 > \alpha = 0,05$$

**Se concluye que no hay relación alguna entre la edad y la Pregunta 1 Fondo de fotografía (véase Tabla 37).**

### Relación entre variable “Edad” con pregunta 2 (P2) “¿Qué tipo de actividad te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

En esta comparación no fue necesario generar una nueva variable para unificar categorías, pero no encontramos relación entre la variable Edad y la Pregunta 2 (véase Tabla 38).

**Tabla 38**  
*Tabla cruzada Edad por P2*

			Estático	Deporte o movimiento	Comiendo o bebiendo	Total
EDAD	18 - 29 Años	Recuento	29	18	16	63
		% dentro de EDAD	46,0%	28,6%	25,4%	100,0%
	30 - 39 Años	Recuento	26	17	16	59
		% dentro de EDAD	44,1%	28,8%	27,1%	100,0%
	40 - 49 Años	Recuento	25	35	10	70
		% dentro de EDAD	35,7%	50,0%	14,3%	100,0%
	+ 50 Años	Recuento	10	14	4	28
		% dentro de EDAD	35,7%	50,0%	14,3%	100,0%
Total	Recuento		90	84	46	220
	% dentro de EDAD		40,9%	38,2%	20,9%	100,0%

$$\chi^2 = 11,410; N.S. = 0,076 > \alpha = 0,05$$

**Relación entre variable “Edad” con pregunta 3 (P3) “¿Qué tipo de compañía te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”**

Tampoco se observa relación alguna entre la variable EDAD y la pregunta 3 en la que se indaga por el tipo de compañía que prefiere que aparezca en la foto (véase Tabla 39).

**Tabla 39**  
*Tabla cruzada de Edad por P3*

			3. Tipo de compañía en la persona en la fotografía de perfil.			Total
			Solo/a	Con más personas	Con mascota	
EDAD	18 - 29 Años	Recuento	19	11	33	63
		% dentro de EDAD	30,2%	17,5%	52,4%	100,0%
	30 - 39 Años	Recuento	26	10	23	59
		% dentro de EDAD	44,1%	16,9%	39,0%	100,0%
	40 - 49 Años	Recuento	36	10	24	70
		% dentro de EDAD	51,4%	14,3%	34,3%	100,0%
	+ 50 Años	Recuento	17	4	7	28
		% dentro de EDAD	60,7%	14,3%	25,0%	100,0%
Total	Recuento		98	35	87	220
	% dentro de EDAD		44,5%	15,9%	39,5%	100,0%

$$\chi^2 = 10,233; N.S. = 0,115 > \alpha = 0,05$$

## Relación entre variable “Edad” con pregunta 4 (P4) “¿Hacia qué dirección te gustaría que mirara la persona en la fotografía de perfil para establecer una posible relación de pareja?”

No hay preferencias de a donde debe dirigir la mirada, en función de la edad del encuestado. No hay relación entre ambas variables (véase Tabla 40).

**Tabla 40**  
*Tabla cruzada de Edad por P4*

		4.Dirección de la mirada en la fotografía de perfil.		Total
		Que mire a la cámara	Que no mire a la cámara	
EDAD 18 - 29 Años	Recuento	44	19	63
	% dentro de EDAD	69,8%	30,2%	100,0%
30 - 39 Años	Recuento	43	16	59
	% dentro de EDAD	72,9%	27,1%	100,0%
40 - 49 Años	Recuento	54	15	69
	% dentro de EDAD	78,3%	21,7%	100,0%
+ 50 Años	Recuento	20	8	28
	% dentro de EDAD	71,4%	28,6%	100,0%
Total	Recuento	161	58	219
	% dentro de EDAD	73,5%	26,5%	100,0%

$$\chi^2 = 1,310; N.S. = 0,727 > \alpha = 0,05$$

## Relación entre variable “Edad” con pregunta 5 (P5) “¿Qué grado de visualización corporal te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

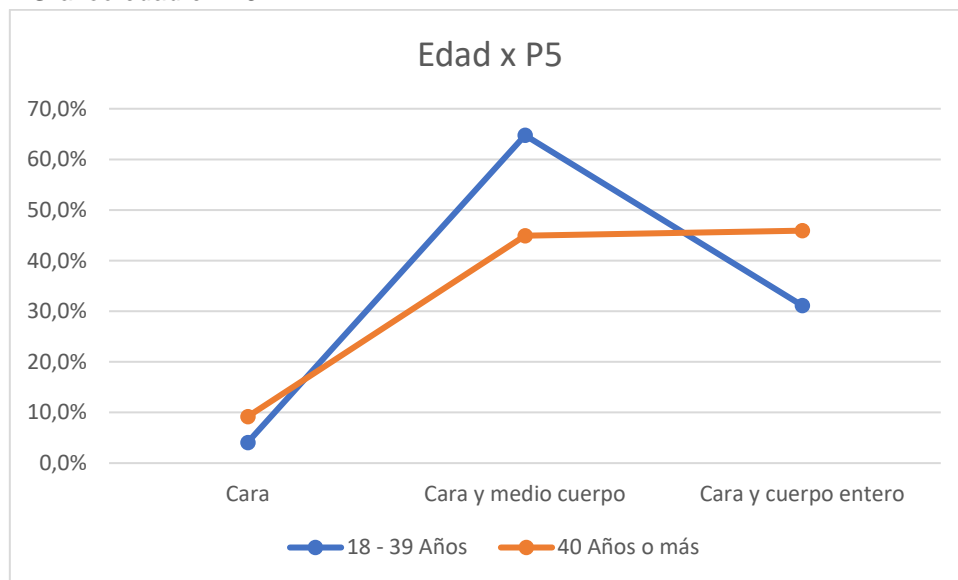
Al comparar la pregunta 5 Grado de visualización corporal que te gustaría en la foto de la otra persona, la **edad sí influye**. En este caso, al encontrar pocos sujetos en algunas celdas, unimos las dos categorías de edad inferiores y los dos superiores (véase Tabla 41).

**Tabla 41**  
Tabla cruzada Edad por P5

			5.Grado de visualización corporal que te gustaría en la fotografía de perfil.			Total
			Cara	Cara y medio cuerpo	Cara y cuerpo entero	
Edad 2 categorías	18 - 39 Años	Recuento	5	79	38	122
		% dentro de Edad 2 categorías	4,1%	64,8%	31,1%	100,0%
	40 Años o más	Recuento	9	44	45	98
		% dentro de Edad 2 categorías	9,2%	44,9%	45,9%	100,0%
Total	Recuento	14	123	83	220	
	% dentro de Edad 2 categorías	6,4%	55,9%	37,7%	100,0%	

$\chi^2 = 9,184$ ; N.S. = 0,010 <  $\alpha = 0,05$

**Figura 20**  
Gráfico edad en P5



La fotografía solo de cara es la menos preferida por todos. Y posteriormente encontramos que los más jóvenes prefieren la fotografía de cara y medio cuerpo, mientras que los más mayores de 40 años en adelante, prefieren la foto de cara y cuerpo entero (véase Figura 20).

## Relación entre variable “Edad” con pregunta 6 (P6) “¿Qué grado de desnudez te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

Para realizar esta prueba, nos vimos obligados a reducir el número de categorías tanto en la variable “edad”, como en la variable P6 “Grado de desnudez”. Hasta que no dimos con una tabla 2x2, no fue posible aceptar las condiciones de aplicación (véase Tabla 42).

**Tabla 42**  
*Tabla cruzada de Edad por P6*

			6. Grado de desnudez Generada		Total
			Vestido totalmente	No Vestido totalmente	
Edad 2 categorías	18 - 39 Años	Recuento	105	17	122
		% dentro de Edad 2 categorías	86,1%	13,9%	100,0%
	40 Años o más	Recuento	90	8	98
		% dentro de Edad 2 categorías	91,8%	8,2%	100,0%
Total	Recuento		195	25	220
	% dentro de Edad 2 categorías		88,6%	11,4%	100,0%

$$\chi^2 = 1,797; N.S. = 0,180 > \alpha = 0,05$$

No encontramos relación alguna entre estas dos variables, Edad y P6 “Grado de desnudez”.

## Relación entre variable “Edad” con pregunta (P7) “¿Qué tipo de accesorios te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para establecer algún tipo de relación amorosa?”

En esta comparación fue necesario unir todas las categorías “con gafas de sol”, “con gorro o gorra” y “con gorro/gorra y gafas de sol”. A la nueva categoría la llamamos “Con algún complemento”. Esto se hizo por no encontrar suficientes sujetos en algunas celdas; y encontramos relación entre ambas variables. Podemos afirmar que el grupo de edad de 18 a 39 años prefiere que la foto no lleve ningún complemento de los mencionados; pero para los sujetos de entre 40 años en adelante, esta preferencia de no llevar ningún complemento es más elevada aún si cabe (véase Tabla 43 y Figura 21).

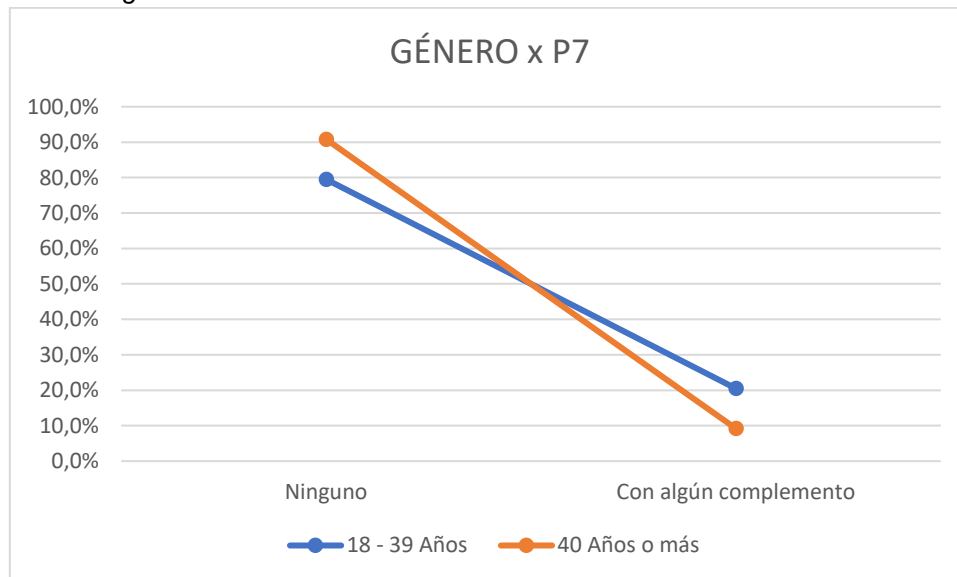


**Tabla 43**  
*Tabla cruzada Edad por P7*

			P7 Accesorios Generada II		Total
			Ninguno	Con algún complemento	
Edad 2 categorías	18 - 39 Años	Recuento	97	25	122
		% dentro de Edad 2 categorías	79,5%	20,5%	100,0%
	40 Años o más	Recuento	89	9	98
		% dentro de Edad 2 categorías	90,8%	9,2%	100,0%
Total	Recuento	186	34	220	
	% dentro de Edad 2 categorías	84,5%	15,5%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,319; N.S. = 0,021 < \alpha = 0,05$$

**Figura 21**  
*Gráfica género en P7*



**Relación entre variable “Edad” con pregunta 8 (P8) “¿Qué tipo de expresión facial te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”**

Para este cruce de variables, no conseguimos encontrar modo de solucionar el problema de escasos sujetos en celdas, a pesar de reunir variables. No es posible realizar la prueba (véase Tabla 44).

**Tabla 44**  
*Tabla cruzada Edad por P8*

			8.Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía.			Total
			Neutra	Sonriendo	Seductor	
Edad 2 categorías	18 - 39 Años	Recuento	3	116	3	122
		% dentro de Edad 2 categorías	2,5%	95,1%	2,5%	100,0%
	40 Años o más	Recuento	4	89	5	98
		% dentro de Edad 2 categorías	4,1%	90,8%	5,1%	100,0%
Total	Recuento		7	205	8	220
	% dentro de Edad 2 categorías		3,2%	93,2%	3,6%	100,0%

### Relación entre variable “Género” con pregunta 1 (P1) “¿Qué fondo te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”.

En la relación entre el género del participante y su respuesta a la pregunta 1 sobre su preferencia sobre el fondo de la fotografía hemos tenido que reducir el número de categorías sin encontrar relación entre estas dos variables finalmente (véase Tabla 45).

**Tabla 45**  
*Tabla cruzada de Género por P1*

			P1 Foto de Fondo Generada		Total
			Naturaleza	Otros entornos	
GÉNERO	Mujer	Recuento	134	36	170
		% dentro de GÉNERO	78,8%	21,2%	100,0%
	Hombre	Recuento	36	14	50
		% dentro de GÉNERO	72,0%	28,0%	100,0%
Total	Recuento		170	50	220
	% dentro de GÉNERO		77,3%	22,7%	100,0%

$$\chi^2 = 1,024; N.S. = 0,311 > \alpha = 0,05$$

## Relación entre variable “Género” con pregunta 2 (P2) “¿Qué tipo de actividad te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? “

Realizamos una tabla cruzada (véase Tabla 46)

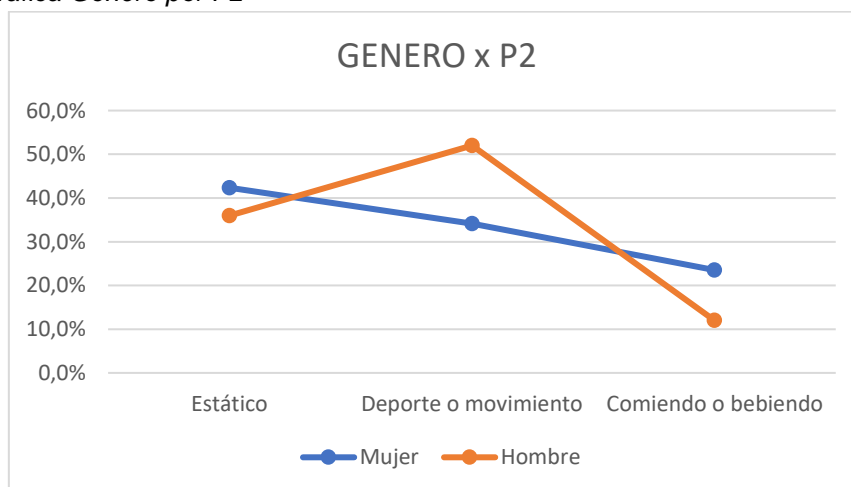
**Tabla 46**  
Tabla cruzada Género por P2

		2. Qué actividad te gustaría en la persona en la fotografía de perfil.			Total	
		Estático	Deporte o movimiento	Comiendo o bebiendo		
GÉNERO	Mujer	Recuento	72	58	40	170
		% dentro de GÉNERO	42,4%	34,1%	23,5%	100,0%
	Hombre	Recuento	18	26	6	50
		% dentro de GÉNERO	36,0%	52,0%	12,0%	100,0%
Total		Recuento	90	84	46	220
		% dentro de GÉNERO	40,9%	38,2%	20,9%	100,0%

$$\chi^2 = 6,073; N.S. = 0,048 < \alpha = 0,05$$

Vemos que hay una alternancia entre la preponderancia de “Deporte o en movimiento” y la opción “Comiendo o bebiendo”. Esta alternancia, la prueba indica que es significativamente elevada. Es decir, que mientras que, para los hombres, hay una preferencia bien marcada por ver a su potencial pareja de manera activa, para la mujer, esta preferencia, siendo la misma es menos marcada. Por otro lado, a la par, la posición estática con respecto a la deportiva o en movimiento, es algo más preferida por mujeres, mientras que los hombres se decantan por la posición de haciendo deporte o en movimiento (véase Figura 22).

**Figura 22**  
Gráfica Género por P2



## Relación entre variable “Género” con pregunta 3 (P3) “¿Qué tipo de compañía te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

El tipo de compañía que se prefiere en la foto de la persona que buscas, en función del género, parece ser muy importante.

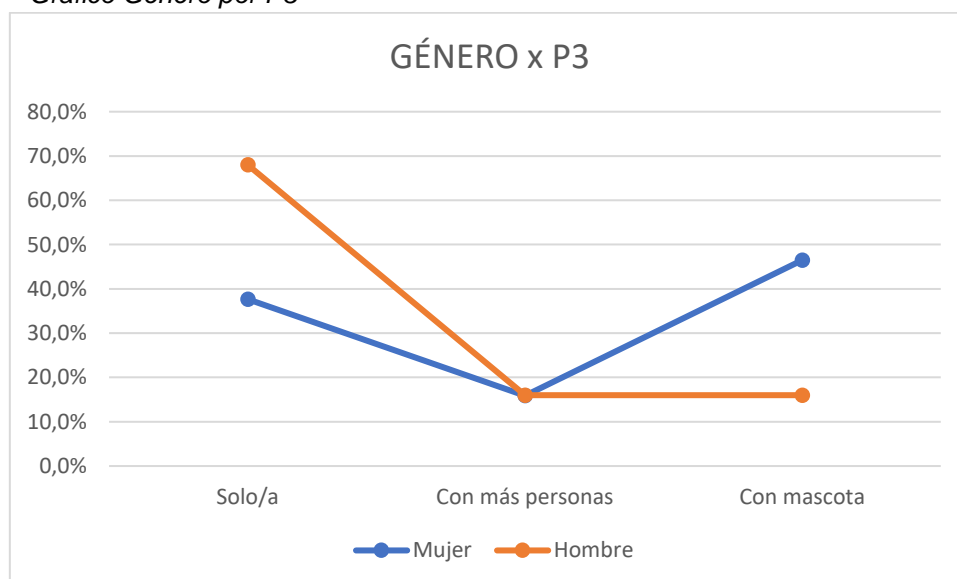
Para la mujer es muy importante que su pareja potencial se muestre con mascotas, posiblemente busque que éste/a se muestre con emociones y deje entrever su parte afectiva. Mientras que, para el hombre, es más importante la persona en sí y prefiere que en la foto esté sola. La opción de aparecer en presencia con otras personas tiene la misma importancia para ambos géneros (véase Tabla 47 y Figura 23).

**Tabla 47**  
Tabla cruzada Género por P3

			3. Tipo de compañía en la persona en la fotografía de perfil.			Total
			Solo/a	Con más personas	Con mascota	
GÉNERO	Mujer	Recuento	64	27	79	170
		% dentro de GÉNERO	37,6%	15,9%	46,5%	100,0%
	Hombre	Recuento	34	8	8	50
		% dentro de GÉNERO	68,0%	16,0%	16,0%	100,0%
Total		Recuento	98	35	87	220
		% dentro de GÉNERO	44,5%	15,9%	39,5%	100,0%

$$\chi^2 = 17,062; N.S. = 0,000 < \alpha = 0,05$$

**Figura 23**  
Gráfico Género por P3



### Relación entre variable “Género” con pregunta 4 (P4) “¿Hacia qué dirección te gustaría que mirara la persona en la fotografía de perfil para establecer una posible relación de pareja?”

En cuanto a la dirección de la mirada, no hay una predilección diferente en función del género. Las diferencias pueden ser debidas al azar y debemos asumir que la predilección para ambos es la misma (véase Tabla 48).

**Tabla 48**  
Tabla cruzada de Género por P4

			4.Dirección de la mirada en la fotografía de perfil.		Total
			Que mire a la cámara	Que no mire a la cámara	
GÉNERO	Mujer	Recuento	122	48	170
		% dentro de GÉNERO	71,8%	28,2%	100,0%
	Hombre	Recuento	39	10	49
		% dentro de GÉNERO	79,6%	20,4%	100,0%
Total		Recuento	161	58	219
		% dentro de GÉNERO	73,5%	26,5%	100,0%

$$\chi^2 = 1,197; N.S. = 0,274 > \alpha = 0,05$$

### Relación entre variable “Género” con pregunta 5 (P5) “¿Qué grado de visualización corporal te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

En lo que se refiere a la visualización de la persona de la foto “Sólo cara”, “De medio cuerpo” o de “Cuerpo entero”, los porcentajes son muy similares entre el grupo de mujeres y el grupo de hombres. No podemos afirmar que exista relación entre ambas variables (véase Tabla 49).

**Tabla 49** Tabla cruzada de género por P5

			5.Grado de visualización corporal que te gustaría en la fotografía de perfil.			Total
			Cara	Cara y medio cuerpo	Cara y cuerpo entero	
GÉNERO	Mujer	Recuento	11	98	61	170
		% dentro de GÉNERO	6,5%	57,6%	35,9%	100,0%
	Hombre	Recuento	3	25	22	50
		% dentro de GÉNERO	6,0%	50,0%	44,0%	100,0%
Total		Recuento	14	123	83	220
		% dentro de GÉNERO	6,4%	55,9%	37,7%	100,0%

$$\chi^2 = 1,092; N.S. = 0,579 < \alpha = 0,05$$

## Relación entre variable “Género” con pregunta 6 (P6) “¿Qué grado de desnudez te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

¿Prefieren los hombres mayor grado de desnudez o menos ropa en la fotografía de la persona que buscan en comparación con las mujeres, o son ellas las que prefieren este tipo de fotografía en comparación con los hombres?

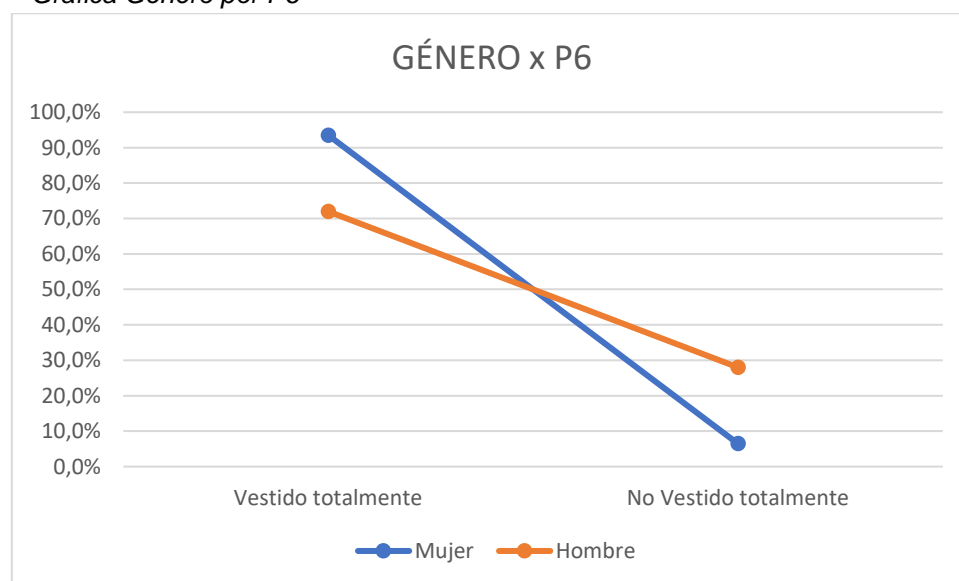
Según la Tabla 50, podemos decir que la opción de la fotografía vestido totalmente es la más elegida por ambos grupos (mujeres y hombres), pero no con la misma incidencia. Las mujeres prefieren significativamente más la foto de persona vestida, en comparación con los hombres.

**Tabla 50**  
Tabla cruzada de género por P6

		6. Grado de desnudez Generada		Total	
		Vestido totalmente	No Vestido totalmente		
GÉNERO	Mujer	Recuento	159	11	170
		% dentro de GÉNERO	93,5%	6,5%	100,0%
	Hombre	Recuento	36	14	50
		% dentro de GÉNERO	72,0%	28,0%	100,0%
Total		Recuento	195	25	220
		% dentro de GÉNERO	88,6%	11,4%	100,0%

$$\chi^2 = 17,078; N.S. = 0,000 < \alpha = 0,05$$

**Figura 24**  
Gráfica Género por P6



### Relación entre variable “Género” con pregunta (P7) “¿Qué tipo de accesorios te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para establecer algún tipo de relación amorosa?”

Esta variable la hemos tenido que reducir hasta en dos ocasiones para dar con las categorías necesarias que permitiera realizar la prueba. Finalmente, no se ha encontrado relación entre el Género y la pregunta 7 (véase Tabla 51)

**Tabla 51**  
*Tabla cruzada género por P7 accesorios*

			Accesorios		Total
			Ninguno	Con algún complemento	
GÉNERO	Mujer	Recuento	147	23	170
		% dentro de GÉNERO	86,5%	13,5%	100,0%
	Hombre	Recuento	39	11	50
		% dentro de GÉNERO	78,0%	22,0%	100,0%
Total		Recuento	186	34	220
		% dentro de GÉNERO	84,5%	15,5%	100,0%

$$\chi^2 = 2,122; N.S. = 0,145 > \alpha = 0,05$$

### Relación entre variable “Género” con pregunta 8 (P8) “¿Qué tipo de expresión facial te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa?”

Para este cruce de variables, no conseguimos encontrar modo de solucionar el problema de escasos sujetos en celdas, a pesar de reunir variables. No es posible realizar la prueba. Además, porque entre otras cosas, no cabe reunir en una misma categoría “Neutra” con “Seductor/a” ( véase Tabla 52).

**Tabla 52**  
*Tabla cruzada género por P8*

			8.Expresión facial te gustaría que tuviera en la fotografía.			Total
			Neutra	Sonriendo	Seductor	
GÉNERO	Mujer	Recuento	5	162	3	170
		% dentro de GÉNERO	2,9%	95,3%	1,8%	100,0%
	Hombre	Recuento	2	43	5	50
		% dentro de GÉNERO	4,0%	86,0%	10,0%	100,0%
Total		Recuento	7	205	8	220
		% dentro de GÉNERO	3,2%	93,2%	3,6%	100,0%



## 5. Discusión

A través del análisis realizado a preguntas con diversas fotografías, hemos obtenido datos y resultados que nos han llevado a poder establecer los objetivos planteados en la investigación. Todo y ello, el logro no ha sido del todo completo, puesto que la variable orientación sexual no ha sido lo suficientemente representativa como para poder establecer relaciones y comparaciones.

El análisis objeto de estudio han sido preguntas en base a la fotografía de perfil que se exponían, como preferencias de fondo de imagen, actividad que realiza la persona, la compañía que tiene, la dirección de la mirada, la exposición del cuerpo, el grado de desnudez que presentaba, así como dos últimas preguntas donde se pedían que midiera el grado de importancia de diferentes características en base al cuerpo y en base a la cara.

Los resultados han arrojado datos clarificadores. Por un lado, hemos obtenido de forma general puntuaciones en las preguntas que han permitido ver una tendencia de respuesta. De esta forma podemos apuntar que las opciones más seleccionadas y por lo tanto las que debería tener una fotografía de perfil oportuna en base al estudio, sería: fondo de naturaleza ( 77%), que la persona esté estático ( 44,5%), que mire hacia la cámara ( 73,2%), que exponga cara y medio cuerpo ( 55%), que esté vestido totalmente ( 87,7%), que no lleve nada de accesorios en la cara (83,6%) y que salga sonriendo ( 93,2%).

Tras estos datos, hemos procedido a analizar variables donde permitan comparar las variables edad y género en base a las respuestas obtenidas en las preguntas, así como medir el grado de importancia en las preguntas de cara y cuerpo.

En base a la variable edad, vemos como no hay diferencia alguna en las preguntas 1,2,3,4,6 y 8, en cambio en la pregunta 5 (visualización corporal), la edad sí que influye; los mayores de 40 años prefieren una fotografía donde aparezca la cara y cuerpo entero frente a la franja jóvenes de 18 a 39 años que prefieren una visualización de cara y medio cuerpo. En la pregunta 7, sobre qué tipo de accesorios prefieren que lleve la persona en la fotografía, la franja de edad de 18 a 39 años, prefieren que no lleve ningún complemento, pero para la franja de más de 40 años esta preferencia se acentúa más aún.

En cuanto a la variable género, no hay diferencia alguna entre sexos en las preguntas 1, 4, 5, 7 y 8, en cambio en la pregunta 2, los hombres tienen preferencia en escoger la opción en movimiento, la mujer en su caso prefiere una imagen estática. En la pregunta 3, la mujer prioriza que el hombre se muestre con mascotas, sin embargo, los hombres prefieren visualizarlas solas sin compañía alguna. Por último, en la pregunta 6, los hombres tienden a obtener una mayor respuesta a la opción agrupada “no vestido totalmente”.

Por último, se quiso medir el grado de importancia que se dio en la pregunta con ítems de cara y de cuerpo comparándolas con diferentes opciones que se daban en las preguntas sobre la fotografía de perfil.

Se observó que las personas que seleccionaron la opción de exposición del cuerpo como “cara y medio cuerpo” puntuarían de forma inferior a la importancia del cuerpo. Las personas que prefieren un mayor grado de desnudez en la visualización del cuerpo puntúan más elevado en importancia al cuerpo.

Los sujetos que escogen una expresión facial más seductora como opción, puntúan más alto importancia al cuerpo en comparación con los que escogen expresión neutra o sonriendo.

Si realizamos comparación entre la variable edad y la importancia cara y cuerpo no hay una diferencia entre grupos de edad en cuanto a la importancia cara, en cambio, sí encontramos diferencias en importancia al cuerpo, donde la franja de edad de 40 a 49 años son los que más importancia le dan al cuerpo, y la franja de 18 a 29 años los que menos.

Para finalizar, la variable género, se ha podido concluir que los hombres puntúan más alto en la importancia cuerpo que las mujeres.

Tras los resultados expuestos en la investigación, podemos concluir que se han cumplido los objetivos planteados como: determinar el grado de importancia de partes faciales y partes corporales, establecer qué características seleccionamos en las fotografías de perfil y determinar diferencias entre respuestas según la edad y el género. Sin embargo, uno de los objetivos no se ha cumplido, el poder comparar las respuestas según la orientación sexual al no tener una muestra representativa.

Se han cumplido las hipótesis sobre la preferencia a un mayor grado de desnudez de la fotografía de perfil mayor importancia a la variable cuerpo. Sin embargo, la hipótesis planteada donde la franja de edad más joven daría una mayor importancia al cuerpo ha quedado refutada al obtener unos resultados contrarios a los planteados. Los jóvenes dan menos importancia al cuerpo en comparación con la franja agrupada de más de 40 años.

En las limitaciones del estudio, podemos ver como y siendo una muestra considerable de 220 sujetos, ha quedado muy descompensada en la variable género, teniendo 170 mujeres frente a 50 hombres. La orientación sexual también ha sido poco representativa al tener un 83,6% de la muestra heterosexual, e impidiendo de esta forma realizar comparaciones entre variables.

La posibilidad de que variables no controladas haya podido influir en el resultado, al ser un entorno virtual en el que se ha suministrado las encuestas, ha podido introducir ruido en los datos, dificultando la identificación de relaciones significativas y la atribución de causas. La posibilidad de que los participantes no hayan proporcionado respuestas honestas y precisas hace que pueda afectar en la fiabilidad de los datos recopilados.

Todo y ello, la investigación puede servir de guía para la presentación de perfiles atractivos en aplicaciones de búsqueda de pareja, al comprender qué características son más valoradas, los usuarios pueden resaltar los rasgos que consideren más atractivos, aumentando así sus posibilidades de éxito y adaptar un perfil idóneo o adecuado para cada usuario. Puede permitir comprender mejor las dinámicas de selección de pareja en un contexto digital, desarrollando recomendaciones y pautas que ayuden a los usuarios a mejorar su experiencia y eficacia. La investigación puede tener implicaciones en el diseño y desarrollo de futuras aplicaciones de búsqueda de pareja, teniendo hallazgos como base para mejorar la funcionalidad y la usabilidad de estas, haciéndolas más eficientes, inclusivas y personalizadas.

## 6. Conclusiones

En conclusión, a través del análisis realizado a preguntas con diversas fotografías de perfil, se han obtenido datos y resultados que han permitido cumplir los objetivos planteados en la investigación. Sin embargo, el logro no ha sido completo debido a la falta de representatividad de la variante orientación sexual en la muestra, lo que ha impedido establecer relaciones y comparaciones en ese aspecto. Además, hubo limitaciones en la muestra en términos de género, con una descompensación significativa. Aunque el estudio cumplió la mayoría de sus objetivos y respaldó algunas hipótesis, las limitaciones en la muestra y otras variables no controladas, pueden haber afectado a la interpretación de los resultados. Las hipótesis sobre el grado de desnudez y la importancia del cuerpo en las fotografías de perfil fueron confirmadas, pero la hipótesis relacionada con la mayor importancia del cuerpo en la franja de edad más joven fue refutada.

Hemos aprendido en la investigación la importancia de una muestra representativa es esencial para un correcto análisis y abordaje. Ello se podría haber logrado monitorizando la encuesta y gestionando mejor su participación en diferentes medios electrónicos. A su vez, se identificaron claras tendencias de características preferidas, siendo estos datos útiles para mejorar la presentación de perfiles en las aplicaciones, permitiendo que los usuarios resalten los rasgos más atractivos.

## 7. Referencias bibliográficas

- Alvídrez, S. (2013). Atracción interétnica en una primera interacción mediada por ordenador. *Universidad de Salamanca*.  
[https://www.academia.edu/5357028/Atracci%C3%B3n\\_inter%C3%A9tnica\\_en\\_una\\_primera\\_interacci%C3%B3n\\_mediada\\_por\\_ordenador](https://www.academia.edu/5357028/Atracci%C3%B3n_inter%C3%A9tnica_en_una_primera_interacci%C3%B3n_mediada_por_ordenador)
- Amat, J. (2016). *Ciencia de datos*. ANOVA Análisis de varianza para comparar múltiples medias. [https://www.cienciadedatos.net/documentos/19\\_anova](https://www.cienciadedatos.net/documentos/19_anova)
- Barriera, M., Soler, M., Jarrosay, C., y Montoya, M. (1999). Caracterización de las relaciones de pareja en estudiantes de noveno grado de la secundaria básica" Francisco Maceo Osorio". *Revista Cubana de Enfermería*, 15(2), 129–132.
- Blau, P. M. (1968). Social Exchange. *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 7(4), 452-457.
- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88),97-114.
- Byrne, D. E. (1971). *The attraction paradigm*. Academic press.
- Cáceres, M.D. (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Síntesis.
- Caldevilla, D. (2010). Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de Las Ciencias de La Información*, 33, 45–68.
- Casullo, M. M. (2004). Elección de pareja en adolescentes y adultos jóvenes. *Psicodebate*, 4, 39–56.
- Cornejo, M., y Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos En Humanidades*, 12(24), 219–229.
- Del Moral, J. A. (2005). Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma? *Asociación de Usuarios de Internet*.
- Fernández-Fernández, D., Calvo-González, S., Rodríguez-Pérez, S. y Rodríguez-Menéndez, M.C. (2018). ¡Tienes un Match! Autorrepresentaciones y rasgos comunicativos de las interacciones de jóvenes en Tinder. *Revista Mediterránea de Comunicación* 9(2), 173-187.
- Flores, C. E., y Flores, K. L. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling , Ryan-Joiner , Shapiro-Wilk y Kolmogórov- Smirnov. *Societas. Revista de Ciencias Sociales*, 23(2).
- García, F. B. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 97–114.

- Garro, P., Fitzgerald, C. y Melgarejo, D. (2017). Apropiación del Tinder. En Universidad de Lima, Facultad de Comunicación (Ed.), Concurso de Investigación en Comunicación: Trabajos ganadores. 10ma. Edición (pp. 89-105). <https://hdl.handle.net/20.500.12724/6078>
- Garza, R. (2023). Aportaciones de las ciencias sociales al estudio de la comunicación interpersonal. *Razón y Palabra* (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/mgarza.html>
- Gayou, J. L. A., y López, E. G. (1996). *Sexualidad en la pareja*. El Manual Moderno.
- Homans, G. C. (1958). Social behaviour as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
- Lea, M., y Spears, R. (1991). Computer-mediated communication, de-individuation, and group decision-making. *International Journal of Man-Machine Studies*, 34(2), 283–301. [https://doi.org/10.1016/0020-7373\(91\)90045-9](https://doi.org/10.1016/0020-7373(91)90045-9)
- Linne, J., y Basile, D. (2013). La discoteca virtual. Búsqueda de pareja en adolescentes de sectores populares a través de Facebook. *Razón y Palabra*, 85.
- Loving, R. D., y Aragón, R. S. (2002). *Psicología del amor: una visión integral de la relación de pareja*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Psicología.
- Medina, J. L. V., López, N. I. G. A., y Valdovinos, Z. P. S. (2005). Elección de pareja en universitarios mexicanos. *Enseñanza e Investigación En Psicología*, 10(2), 355–367.
- Mozo, A. G. (2005). Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción en los entornos virtuales. *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, 1, (15).
- Padilla, G., y Díaz, R. (2002). La pasión, el romance y la sexualidad en las relaciones de pareja. *La Psicología Social En México*, IX.
- Pidoux, J. (2022). A comparative study of algorithmic–user classification practices in online dating: a human–machine learning process. *Porn Studies*, 1–19.
- Rodríguez, L., y Albertín, P. (2021). Configuraciones y auto representaciones digitales de género y masculinidad en Tinder. *Global Media Jornal México*, 18(34), 11.
- Ruiz, C. (1999). Evaluación del atractivo físico de modelos audiovisuales: procesos de identificación en niños y adolescentes. *Departamento de Psicología Educativa, Evolutiva y Psicobiología*. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/10021>
- Ruiz, L. (2019). *Psicología y Mente*. Prueba de chi-cuadrado: qué es y cómo se usa en estadística. <https://psicologiaymente.com/miscelanea/prueba-chi-cuadrado>
- Sánchez, J. C. (2014). *Psicología de los grupos: teorías, procesos y aplicaciones*. Mc Graw Hill.

- Sánchez, R. A. (2015). t-student. Usos y abusos. *Revista Mexicana de Cardiología*, 26(1), 59-61. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-21982015000100009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-21982015000100009)
- Simbrón, H. P. (2012). La atracción en la elección de pareja. *Revista Científica de Ciencias de La Salud*, 5(1), 55–60.
- Takahashi, C., Yamagishi, T., Liu, J. H., Wang, F., Lin, Y., y Yu, S. (2008). The intercultural trust paradigm: Studying joint cultural interaction and social exchange in real time over the Internet. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(3), 215–228.
- Walther, J. B. (2009). Computer-mediated communication and virtual groups: Applications to interethnic conflict. *Journal of Applied Communication Research*, 37(3), 225–238.
- Wang, Z., Walther, J. B., y Hancock, J. T. (2009). Social identification and interpersonal communication in computer-mediated communication: What you do versus who you are in virtual groups. *Human Communication Research*, 35(1), 59–85.
- Warzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.
- Westley, B. y MacLean, M. (1970). A Conceptual Model for Communications Research. En K. K. Sereno y C. D. Mortensen (Eds.), *Foundations of Communication Theory*. (p.p. 73-82). Harper and Row.
- Winch, R. F. (1967). Another look at the theory of complementary needs in mate-selection. *Journal of Marriage and the Family*, 756–762.

## 8. Anexos

### 8.1. Consentimiento informado

# Criterios de Selección en base a las fotografías de perfil para establecer relación amorosa en las APP de búsqueda de pareja

El presente estudio se está realizando en el marco académico de un **trabajo final de grado de Psicología**. Este es un cuestionario para investigar los criterios que utilizamos a la hora de seleccionar o no un perfil de las APP de búsqueda de pareja según la fotografía que tengan los usuarios que se nos presentan, así como investigar a qué características físicas le damos más o menos importancia. Con el cuestionario trataremos de medir diferentes aspectos con relación a la selección de perfiles para establecer una relación amorosa (sentimental o sexual). Deberás responder a cada pregunta con la mayor sinceridad posible y tus respuestas serán totalmente anónimas y confidenciales. Todos los datos recogidos serán utilizados con el fin de la propia investigación. El cuestionario se responde en tan solo 5 minutos, pero para ello deberá responder de una forma sincera. En ninguna pregunta hay aspectos personales que puedan llevar a la identificación de la propia persona. Responde con total sinceridad, no existe una respuesta válida, tan sólo respuestas en base a vuestras preferencias. Todas las fotografías empleadas en el cuestionario tienen licencia libre de derechos.

Cualquier duda o aclaración sobre el estudio podéis escribir un correo a:  
[nsantosgallardo@uoc.edu](mailto:nsantosgallardo@uoc.edu)

Gracias por participar, de esta forma ayudáis a fomentar la Investigación académica.

**Consentimiento Informado:** \*

La participación en este estudio es totalmente voluntaria, tienes el derecho de no participar en cualquier momento. Se respetará la confidencialidad y el anonimato de los encuestados. Os pedimos la mayor sinceridad posible en cada pregunta.

**Los datos obtenidos se tratarán con fines meramente académicos y en base a la Ley orgánica 3/2018 de 5 de diciembre**, de Protección de datos Personales y de garantía de los derechos digitales vigentes.

Acepto la política de privacidad.

## 8.2 Cuestionario suministrado



## Sección sin título

¿Qué edad tienes? Escoge tu franja. \*

- 18-29 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- +50 años

Género \*

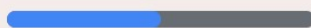
- Mujer
- Hombre
- No binario
- Otro

¿Con qué orientación sexual te identificas? \*

- Straight ( Heterosexual)
- Bisexual ( atracción a ambos sexos)
- Gay ( atracción sexual de hombre a hombre)
- Lesbiana ( atracción sexual de mujer a mujer)
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Has sido o eres usuario/a de alguna APP de búsqueda de pareja? \*

- Sí
- No

[Atrás](#)[Siguiente](#)Página 2 de 4 [Borrar formulario](#)

A continuación, te realizaremos una serie de preguntas sobre las características de las fotografías que te mostramos. Debes seleccionar tu respuesta en base a lo que se te pregunta . Hay un total de 8 preguntas.

1. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en el fondo** \* **de la imagen** (no en el/la modelo) ¿Qué fondo te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción.



Naturaleza



Urbano

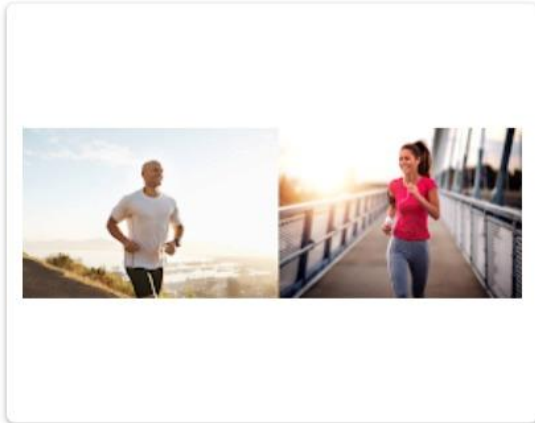


Lugar cerrado



Fondo neutro

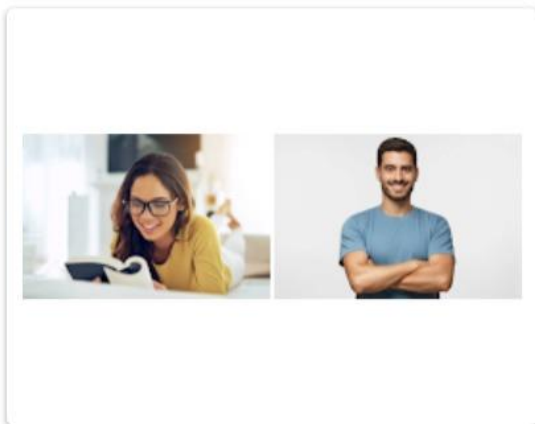
2. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en la actividad que realiza la persona** (no en el/la modelo), ¿Qué tipo de actividad te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción. \*



Esté realizando deporte o en movimiento



Esté comiendo o bebiendo



Esté estático/a (posando, leyendo...)

3. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en la compañía de la persona** (no en los/las modelos), ¿Qué tipo de compañía te gustaría que tuviera la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción. \*



que esté solo/a la persona.



que esté con mas gente



que salga con algún tipo de animal o mascota

4. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en la dirección de la mirada** (no en los/las modelos), ¿Hacia qué dirección te gustaría que mirara la persona en la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción. \*



Mire hacia la cámara



No mire hacia la cámara

5. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en la exposición del cuerpo** (no en los/las modelos), ¿Qué grado de visualización corporal te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción. \*



Visualizar sólo la cara



Visualizar cara y medio cuerpo

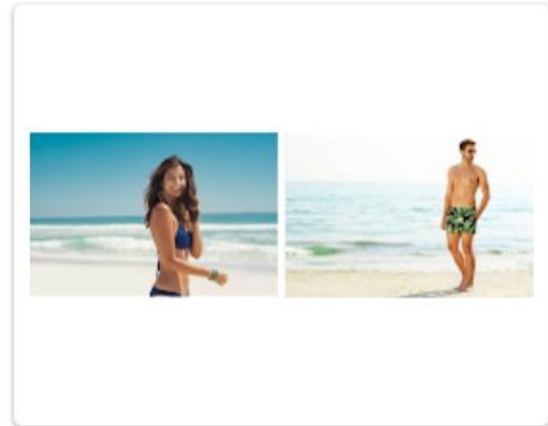


Visualizar cara y cuerpo entero

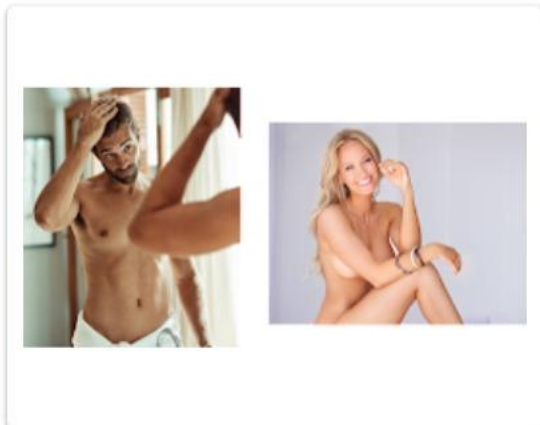
6. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en el grado \* de desnudez** (no en los/las modelos), ¿Qué grado de desnudez te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción.



Vestido/a totalmente



Bañador/ ropa interior



Semi desnudo/a.

7. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **basándote en los accesorios** (no en el/la modelo), ¿Qué tipo de accesorios te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción. \*



Que no lleve nada



Que lleve gafas de sol



Que lleve gorro/gorra



Que lleve gafas y gorro/gorra



8. Según las fotografías expuestas a continuación: escoge **la expresión facial** (no \* la modelo/a), ¿Qué tipo de expresión facial te gustaría que tuviera la fotografía de perfil para una posible relación amorosa? Escoge sólo una opción.



Salga sonriendo.



Tenga una expresión neutra



Salga seductor/a

Última parte. En esta parte final te realizaremos 2 preguntas para que puntúes el grado de importancia a las partes faciales y partes corporales que valoras en las fotografías de perfil a la hora de establecer una relación amorosa.

Puntúa del 1 al 5 ( siendo 1 nada importante y 5 muy importante) la importancia <sup>\*</sup> que le has dado o le das a las siguientes partes faciales para seleccionar a una persona según la fotografía del perfil:

	1 (nada importante)	2 (poco importante)	3 (algo importante)	4 (importante)	5 (muy importante)
Sonrisa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Color de ojos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cejas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Color de la piel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nariz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orejas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forma de la cara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pecas/lunares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por último, puntúa del 1 al 5 ( siendo 1 nada importante y 5 muy importante) la importancia que le has dado o le das a las siguientes partes corporales para seleccionar a una persona según la fotografía del perfil: \*

	1 (nada importante)	2 (poco importante)	3 (algo importante)	4 (importante)	5 (muy importante)
Peso ( estructura corporal)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pectoral / tamaño pecho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abdomen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trasero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piernas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brazos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Espalda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muchas gracias por haber realizado toda la encuesta. Si tienes alguna sugerencia o comentario escribe a continuación.

Tu respuesta \_\_\_\_\_