

REPORTS DE INTELIGENCIA ECONÓMICA Y RELACIONES
INTERNACIONALES

Motivación y personalidad en Tinder

Irene Fuente González

Según un estudio de Smart Analytics, solo en España, en 2020 el uso de Tinder se incrementó un 94,4% en menores de 35 años (Oelsner, 2020). A diferencia de otras aplicaciones, el objetivo de Tinder es relacionarse con personas con las que, finalmente, los usuarios queden y conozcan en persona. Ahora bien, la realidad de los motivos por cuales las personas deciden crearse un perfil en Tinder, no siempre parecen coincidir con el propósito principal e inicial de la aplicación.

Escuela de Inteligencia Económica y Relaciones Internacionales

PUBLICACIONES

de la Escuela de Inteligencia Económica y RRII

Universidad Autónoma
de Madrid

UAM
NEW ZEALAND





Título: *Motivación y Personalidad en Tinder*

Autor: Irene Fuente González ¹

Volumen nº: 8

ISSN 2660-7352

Reports de Inteligencia Económica y Relaciones Internacionales

Editor Jefe: Ángel Rodríguez García-Brazales

Editada por la:

Escuela de Inteligencia Económica y Relaciones Internacionales

Universidad Autónoma de Madrid

Campus de Cantoblanco

C/. Francisco Tomás y Valiente, nº 11, Edificio C, planta 3ª

28049 MADRID (SPAIN)

¹ Dirección de correspondencia: Irene Fuente González. Unidad de Análisis de Inteligencia Económica (UNINT). Escuela de Inteligencia Económica y RRII. C/ Francisco Tomás y Valiente. Escuela Politécnica Superior – Edificio C, Despacho C-308. Universidad Autónoma de Madrid. Campus Cantoblanco. 28049 Madrid. E-mail: irenefgonza@gmail.com

Contenidos

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 1 |
| 2. Estudio de la motivación en Tinder | 1 |
| 2.1. Motivación y Género | 3 |
| 2.2. Motivación y Comportamiento en Tinder | 3 |
| 3. Personalidad en Tinder | 3 |
| 3.1 Big Five y Triada Oscura | 3 |
| 3.1.1 Triada Oscura y diferencias de género | 4 |
| 3.2 Semejanzas Big Five y Triada Oscura | 5 |
| 4. Relación motivaciones con Big Five | 5 |
| 4.1 Drives Motivacionales: BIS y BAS | 8 |
| 5. Relación motivaciones con Triada Oscura | 9 |
| 6. Conclusiones | 11 |
| 7. Referencias | 12 |

1. Introducción

Tinder supone la aplicación de citas con mayor relevancia en la actualidad, con el mayor número de descargas (AppMagic, 2021a), así como de ingresos (AppMagic, 2021b), a nivel mundial. En la actualidad, tras la situación sociosanitaria por la COVID-19, la forma de relacionarnos ha cambiado, y Tinder supone un núcleo muy importante de interacción interpersonal, tanto con fines sociales, como sexuales y/o afectivos. Según un estudio de Smart Analytics, solo en España, en 2020 el uso de Tinder se incrementó un 94,4% en menores de 35 años (Oelsner, 2020). A diferencia de otras aplicaciones, el objetivo de Tinder es relacionarse con personas con las que, finalmente, los usuarios queden y conozcan en persona. Ahora bien, la realidad de los motivos por cuales las personas deciden crearse un perfil en Tinder, no siempre parecen coincidir con el propósito principal e inicial de la aplicación.

Como señala Fuente (2021), los principales estudios sobre Tinder, desde una perspectiva psicológica, se han centrado en las motivaciones de uso de Tinder, así como su relación con otras variables psicológicas y de personalidad. Entendemos por motivación un estado interno (fuerza, impulso) orientado a satisfacer una necesidad (Real o imaginada) o a evitar un daño (real o imaginado), y que activa, organiza dirige o mantiene el comportamiento para lograrlo con éxito (De Juan, y García, 2004).

En este escrito, se pretende alcanzar una visión comprehensiva de cuáles son las motivaciones que predominan en el uso de la aplicación, así como comprender el potencial origen de dichas motivaciones. Esto es, habiéndose encontrado correlaciones entre diferentes modelos de personalidad y diversas motivaciones de uso de Tinder ¿podría existir una explicación causal rasgo-motivación? ¿En qué medida los rasgos de personalidad podrían explicar diferencias en las motivaciones de uso de Tinder?

2. Estudio de la motivación en Tinder

Desde Razini & Lutz (2016) fueron los primeros en clasificar los motivos de uso de Tinder, estableciendo una escala de 6 motivos (citado en(Castro & Barrada, 2020)). Desde entonces, se han propuesto diversas escalas, por ejemplo, Orosz et al. (2018) realizaron un análisis factorial obteniendo cuatro factores: amor, sexo, aumento autoestima y aburrimiento. Esta escala, denominada Tinder Use Motivation Scale (TUMS), se ha demostrado como una medida fiable (Orosz et al., 2018), en cambio, el instrumento más utilizado para evaluar motivaciones en Tinder son los 13 motivos de uso de Timmermans & De Caluwé, evaluables a través de Tinder Motives Scale (TMS) (Timmermans & De Caluwé, 2017a). Esta escala se ha demostrado como la más completa y comprehensiva para evaluar motivaciones en Tinder, y se compone de 58 ítems agrupados en 13 factores o motivos (Ver Tabla 1)(Timmermans & De Caluwé, 2017a).

Tabla 1. Ítems escala Tinder Motive Scale (TMS)

| TMS Factor | Items (N = 58) | |
|-------------------------|---|--|
| Social Approval | To get an "ego-boost". To get self-validation from others. To see how desirable I am. | To get compliments. To be able to better estimate my own attractiveness. To get attention. |
| Relationship Seeking | To find someone for a serious relationship. To fall in love. To meet a future husband or wife. | To build an emotional connection with someone. To seek out someone to date. |
| Sexual Experience | To find a friend-with-benefits/fuckbuddy. To find a one-night-stand. To see how easy it is to find a sex partner. | To increase my sexual experience. To live out a sexual fantasy. To find a lover/mistress. |
| Flirting/Social Skills | To learn to flirt. To improve my social skills. To increase my flirting experience. To gain more self-confidence in my social skills. | Because it is hard to talk to people in real life. Because it is a more enjoyable to make the first move. |
| Travelling | To get tips from locals (in restaurants, shopping, party, ...) when travelling. To meet other travelers/locals when in a foreign country. To learn about hotspots in foreign countries through locals. To easily find people that are willing to party when in a foreign country. To broaden my social network when on an abroad/exchange experience. | |
| Ex | To get over my ex. To think less about my ex. | So that I do not focus my attention on my ex anymore. |
| Belongingness | Because I want to be trendy. To be cool. | Because it is a fad. Because everyone uses Tinder. |
| Peer Pressure | Because my friends thought I should use Tinder. As suggested by friends. Because someone else made me a Tinder profile. | |
| Socializing | To make new friends. To broaden my social network. | To meet new people. To talk to people I don't know personally. |
| Sexual Orientation | To connect with other people with the same sexual orientation. To get to know people with the same sexual orientation. To meet singles with a similar sexual orientation. | |
| Pass Time/Entertainment | To pass time. Because it passes time when I'm bored. To occupy my time. When I have nothing better to do. | For fun. Because it is entertaining. To relax. |
| Distraction | As a break at work or during a study period. To procrastinate things I should be doing (working, studying, ...). | |
| Curiosity | To combat boredom when working or studying. To see what the application is about. Out of curiosity. To try it out. | |

Tabla 2. Comparación Motivaciones Principales con Diferentes Poblaciones

| | <i>Belgas</i> (Timmermans & De Caluwé, 2017b) | <i>Inglés y estadounidenses</i> (Lyons et al., 2020) | <i>Españoles</i> (Barrada & Castro, 2020) |
|----|--|---|--|
| 1 | Entretenimiento | Entretenimiento | Curiosidad |
| 2 | Curiosidad | Orientación Sexual | Entretenimiento |
| 3 | Socializar | Curiosidad | Orientación Sexual |
| 4 | Aprobación Social | Búsqueda de Relación | Socializar |
| 5 | Distracción | Distracción | Experiencia Sexual |
| 6 | Búsqueda de Relación | Aprobación Social | Distracción |
| 7 | Habilidades Sociales/Flirtear | Socializar | Búsqueda de Relación |
| 8 | Orientación Sexual | Superar un Ex | Habilidades Sociales/Flirtear |
| 9 | Viajar | Habilidades Sociales/Flirtear | Viajar |
| 10 | Presión Amigos | Presión Amigos | Aprobación Social |
| 11 | Experiencia Sexual | Experiencia Sexual | Presión Amigos |
| 12 | Superar un Ex | Pertenencia | Superar un Ex |
| 13 | Pertenencia | Viajar | Pertenencia |

Los principales motivos de uso que reportan las personas son 'Entretenimiento' y 'Curiosidad' (Barrada & Castro, 2020; Timmermans & De Caluwé, 2017b), quedando la experiencia sexual fuera de los principales motivos. Sin embargo, estudios con diferentes poblaciones parecen señalar diferencias entre culturas. Como se muestra en la Tabla 2, si bien 'Entretenimiento' y 'Curiosidad' parecen las principales motivaciones, la relevancia del resto de motivaciones varía significativamente de una población a otra. Así, 'Orientación Sexual', entre las tres principales motivaciones para españoles e ingleses, ocupa el octavo puesto para belgas (Barrada & Castro, 2020; Lyons et al., 2020; Timmermans & De Caluwé, 2017b). De la misma manera, se pueden observar diferencias en la motivación 'Aprobación Social' entre diferentes culturas, siendo la cuarta

para la población belga y la décima para los españoles (Barrada & Castro, 2020; Timmermans & De Caluwé, 2017b). Destacan también las diferencias en 'Experiencia Sexual', que si bien está en quinta posición para los españoles, para ingleses y belgas se sitúa en las últimas posiciones (Barrada & Castro, 2020; Lyons et al., 2020; Timmermans & De Caluwé, 2017b).

2.1 Motivación y Género

Atendiendo al género, se han encontrado diferencias significativas en los motivos de uso. Los motivos sexuales (Lyons et al., 2020; Orosz et al., 2018; Timmermans & De Caluwé, 2017b) y 'Orientación Sexual' (Lyons et al., 2020) presentan mayores puntuaciones en hombres que en mujeres. Las mujeres, en cambio, puntúan más alto que los hombres en 'Superar un ex' (Lyons et al., 2020) y 'Presión de amigos' (Barrada & Castro, 2020; Lyons et al., 2020; Timmermans & De Caluwé, 2017b). Según Orosz et al. (2018), utilizando la escala TUMS, 'Búsqueda de amor' y 'Aumento de la autoestima' suponen los motivos más probables en mujeres, mientras que para los hombres lo es la búsqueda de sexo casual. En cambio, Barrada & Castro (2020), en su muestra española, no encontraron diferencias significativas entre géneros en el motivo 'Experiencia sexual', lo que podría deberse a un mayor dominio de las mujeres sobre su sexualidad en España, o, al menos, una mayor libertad a la hora de expresarla (Barrada & Castro, 2020).

2.2 Motivación y Comportamiento en Tinder

Aunque la experiencia sexual no se reporta como la principal de uso, Carpenter y McEwan (2016), encontraron que, siendo 'Entretenimiento' el principal motivo de uso, el sexo constituía el mayor predictor en la frecuencia de uso y de mensajes. En esta línea, en el estudio de Timmermans & De Caluwé (2017a), 'Experiencia Sexual' fue el motivo que se relacionó, de manera positiva o negativa, con mayor número de actividades o *'outputs'* derivados del uso de Tinder (quedar, besarse, sexo casual, relación sentimental, relación de amistad...). Sin embargo, 'Socializar' y 'Búsqueda de relación' fueron las que más se relacionaron con el uso de Tinder (Timmermans & De Caluwé, 2017a). Por otro lado, 'Viajar' se relacionó también con la mayoría de actividades o comportamientos (Timmermans & De Caluwé, 2017a). Estas motivaciones, 'Experiencia Sexual' y 'Viajar', son las que más correlacionaron con quedar físicamente (Timmermans & De Caluwé, 2017a).

3. Personalidad en Tinder

Los modelos de personalidad principales utilizados para el estudio de la personalidad en Tinder son Big Five y Triada Oscura (véase Fuente, 2021). La composición de ambos modelos se ha detallado en Figura 1 y Figura 2.

3.1 Big Five y Triada Oscura

Los estudios sobre personalidad basados en los Big Five revelan un perfil general de los usuarios de Tinder como personas con mayores puntuaciones en extraversión y apertura (Timmermans & De Caluwé, 2017b), pero menores en responsabilidad (Timmermans & De Caluwé, 2017b; Timmermans et al., 2018). Estudiando el perfil de los usuarios evaluando sus puntuaciones en la Triada Oscura, se observó que los usuarios de Tinder puntuaban más alto y de manera significativa que los no usuarios en las tres facetas de la Triada Oscura (Freyth & Batinic, 2021; Sevi, 2019), especialmente en psicopatía (Sevi, 2019).

Según Freyth & Batinic (2021), la Triada Oscura supone, respecto al modelo Big Five, un mejor predictor de los comportamientos específicos que se hacen de la aplicación. Así, narcisismo, junto con las motivaciones de amor y sexo, suponen fuertes predictores del uso de la aplicación (cualquiera que sea) (Freyth & Batinic, 2021). En cambio, si nos centramos en el uso diario de la aplicación, se encontró maquiavelismo

como único predictor (Freyth & Batinic, 2021). Además, las personas con pareja que usan Tinder, a diferencia de los no-solteros que no lo usan, puntúan significativamente más elevado en psicopatía y neuroticismo, y más bajo en cordialidad y responsabilidad (Timmermans et al., 2018).

Figura 1. Modelo Big Five

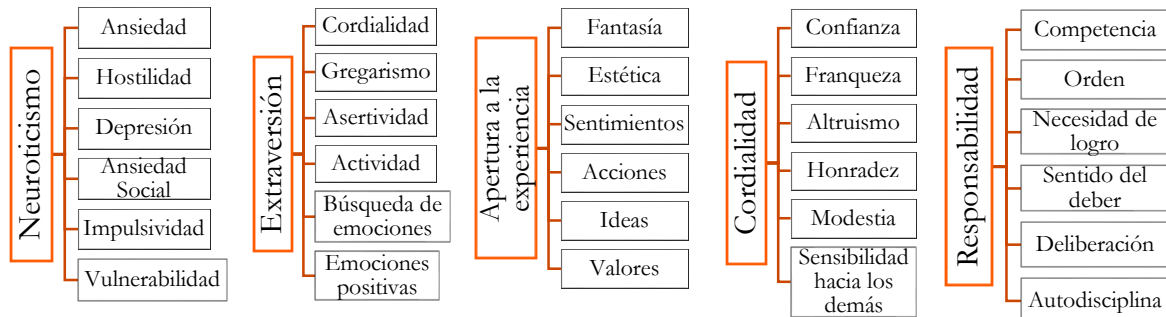


Figura 2. Modelo Triada Oscura



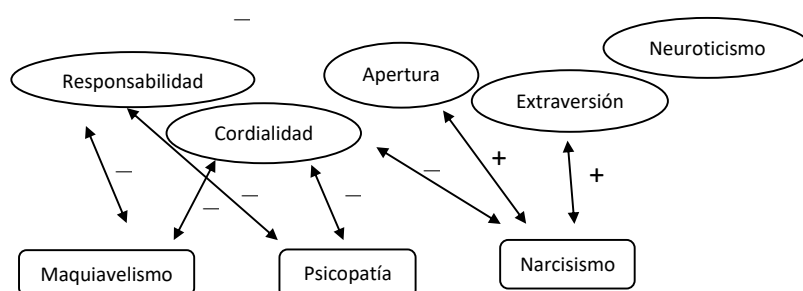
3.1.1 Triada Oscura y diferencias de género

Atendiendo al género, Jonason & Bulyk (2019) encontraron que tan solo los usuarios hombres puntuaban de manera significativa más alto que los no usuarios en la Triada Oscura, mientras que en las mujeres se encontró una diferencia significativa en el tipo de apego, encontrándose en las usuarias un mayor efecto del apego de tipo ansioso (Jonason & Bulyk, 2019). En esta línea, Lyons et al. (2020) encontraron también diferencias significativas entre hombres y mujeres en todas las facetas de la Triada Oscura, siendo la media de los hombres bastante superior a la de las mujeres. Sin embargo, es necesario señalar que, dado el estudio de estos rasgos como de naturaleza esencialmente masculina (Honey, 2017), podría haber una infraestimación en la puntuación de las mujeres en la Triada Oscura. Tradicionalmente se ha considerado que para las mujeres este tipo de personalidad era desadaptativa, puesto que las mujeres dependían en mayor medida del apoyo del grupo, por lo que comportamientos antisociales suponían elevados costes (Honey, 2017). Sin embargo, existe evidencia de que, aunque las mujeres utilicen menos la violencia física, son capaces de incurrir en comportamientos antisociales (Honey, 2017). Así, las mujeres también incurren en comportamientos agresivos, pero tienden a hacerlo por motivos diferentes, así como de distintas maneras que les resulten adaptativas (Honey, 2017). Los patrones se mantienen constantes en hombres y mujeres: impulsividad, niveles bajos de empatía ... Sin embargo, ambos presentan diferentes maneras de expresar los rasgos (Honey, 2017). Por ejemplo, según O'Connor & Simms (1990), mujeres con altas puntuaciones en maquiavelismo utilizan la autorrevelación, es decir, compartir información personal, como táctica de manipulación, mientras que los hombres altos en maquiavelismo no (citado en Honey, 2017). En esta misma línea, Arilla (2021) señala como dichas discrepancias en la expresión del comportamiento antisocial constituyen un foco de error de diagnóstico para la detección de la psicopatía femenina, provocando que, ante el mismo nivel de psicopatía, las mujeres obtengan puntuaciones inferiores.

3.2 Semejanza Big Five y Triada Oscura

Big Five y Triada oscura son, en cierta medida, comparables entre ellos, puesto que presentan correlaciones que se han demostrado atribuibles a la influencia de los mismos genes (Vernon et al., 2008), especialmente para psicopatía y narcisismo (Vernon et al., 2008). Esta relación se resume en la Figura 3. Así, psicopatía correlaciona de forma negativa con cordialidad, responsabilidad (Paulhus & Williams, 2002; Vernon et al., 2008) y neuroticismo, y positiva con apertura y extraversión (Paulhus & Williams, 2002). Narcisismo correlaciona positivamente con extraversión y apertura, y negativamente con cordialidad (Paulhus & Williams, 2002; Vernon et al., 2008). Maquiavelismo, correlaciona de forma negativa con cordialidad y responsabilidad (Paulhus & Williams, 2002; Vernon et al., 2008), así como positiva con neuroticismo (Vernon et al., 2008). De esta manera, vemos que la Triada oscura se relaciona con los Big Five de manera más estrecha a través de la baja cordialidad y baja responsabilidad.

Figura 3. Relación Big Five y Triada Oscura



Estas relaciones entre modelos quedan reflejadas y respaldadas en los resultados de los estudios recogidos previamente sobre los perfiles de los usuarios de Tinder, donde la tendencia a elevadas puntuaciones en la Triada Oscura conecta con la predominancia de perfiles bajos en responsabilidad. Este rasgo, en combinación con la presencia mayoritaria de usuarios con puntuaciones elevadas en apertura y extraversión, coincidiría a su vez con la elevada presencia de psicopatía y narcisismo subclínicos en los usuarios de la aplicación.

4. Relación motivaciones con Big Five

La Tabla 3 muestra las correlaciones encontradas entre las motivaciones de uso de Tinder y el modelo Big Five, tanto con la escala TMS en Timmermans & De Caluwé (2017b), como con la TUMS en Orosz et al. (2018).

Aunque las trece motivaciones presentes en la escala TMS resulten las más utilizadas, hemos considerado relevante tratar ambas escalas, con la intención de observar si las motivaciones que se relacionan con un determinado rasgo presentan aspectos semejantes. Teniendo en cuenta que cada rasgo tiende a generar determinados estados cognitivos y físicos (p.ej. extraversión, la necesidad de estimulación o neuroticismo, más estados de ansiedad) (de Juan & García, 2004), comprender los nexos entre las comunidades de ciertas motivaciones y las necesidades de cada rasgo nos permitirá comprender el potencial origen de dichas motivaciones.

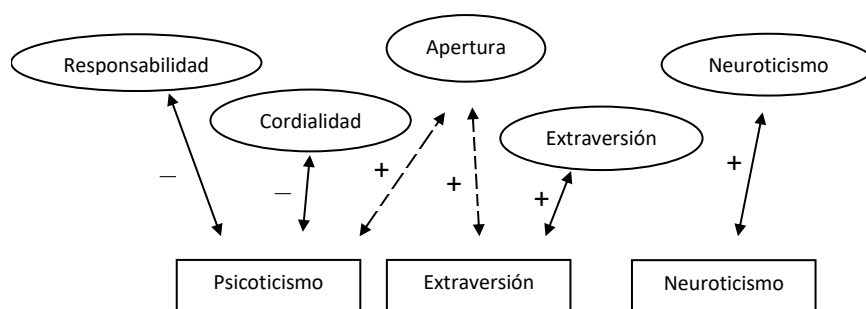
Tabla 3. Correlación Motivaciones y Big Five

| | Timmermans & De Caluwé, 2017b | Orosz et al., 2018 | | Timmermans & De Caluwé, 2017b | Orosz et al., 2018 |
|---------------------------|--|---|------------------------|---|---|
| <i>Extra- versión</i> | Habilidades Sociales $r = -0.3^{***}$ | Aburri- miento** $r = 0.18$ | <i>Cordialidad</i> | Experiencia Sexual $r = -0.21^{***}$ | Búsqueda de Amor $r = 0.28^{**}$ |
| | Búsqueda de Relación $r = -0.22^{***}$ | | | | Aumento de Autoestima $r = 0.23^{**}$ |
| | Entreten- imiento $r = 0.17^{***}$ | | | | Aburrimiento $r = 0.16^*$ |
| <i>Neuroti- cismo</i> | Aprobación So- cial $r = 0.3^{***}$ | Aumento de Autoestima $r = 0.26^{**}$ | <i>Responsabilidad</i> | Distracción $r = -0.23^{***}$ | Motivación Sexual $r = -0.27^{**}$ |
| | | Motivación Sexual $r = 0.26^{**}$ | | Búsqueda de Relación $r = 0.21^{***}$ | Aburrimiento $r = -0.27^{**}$ |
| <i>Apertura</i> | Viajar $r = 0.2^{***}$ | Aburrimiento $r = -0.15^*$ | | Entreten- imiento $r = -0.2^{***}$ | |

*($p < 0.05$); **($p < 0.01$); *** ($p < 0.001$)

Si bien nuestro interés es comprender de manera fundamentada la relación entre las motivaciones de uso en Tinder y los rasgos de personalidad, el modelo Big Five carece de una base teórica que sustente los diferentes rasgos (Colom, 2018). Por ello, dada la elevada semejanza que guarda el modelo Big Five con el modelo PEN de Eysenck (de Juan & García, 2004; véase Fuente 2021), mostrada en la Figura 4, utilizaremos este último para comprender el origen de las diversas motivaciones.

Figura 4. Relación Big Five y modelo PEN



En primer lugar, extraversión se caracteriza por la necesidad de estimulación de manera constante (de Juan & García, 2004), es decir, se aburren con facilidad y buscan estímulos novedosos. A su vez, extraversión se relaciona con la principal motivación de uso que reportan los usuarios de Tinder: 'Entretenimiento', así como con 'Aburrimiento'. De esta manera, estas motivaciones serían fruto de esa 'necesidad' de estimulación que experimentan las personas extravertidas. De hecho, como se ha mencionado, el perfil general de los usuarios en Tinder es el de personas extravertidas, las cuales habrían accedido a Tinder, al parecer, primordialmente, por la fuente de estimulación que constituye. Por otro lado, personas introvertidas, que tienden a buscar fuentes de estimulación conocidas (débiles) (de Juan & García, 2004), es más probable que les cueste interactuar con personas nuevas, tanto en el plano social como afectivo. Interactuar a través de Tinder supondría una estimulación menor que la interacción física con otras personas y, por tanto, más agradable

para personas introvertidas. Por ello, Tinder podría constituir una alternativa más apropiada para la búsqueda de relaciones, así como la práctica de habilidades sociales.

Por otro lado, la búsqueda sexual, que correlaciona de forma negativa con cordialidad en Timmermans & De Caluwé (2017b), y responsabilidad en Orosz et al. (2018), será interpretada como correlación positiva con el rasgo de psicoticismo de Eysenck (McCrae & Costa, 1985; Eysenck & Eysenck, 1985; Heaven et al., 1994). La mayor búsqueda de experiencias sexuales (casuales) en este rasgo estaría determinada por la fuerte búsqueda de estímulos novedosos, en ocasiones inapropiados (de Juan & García, 2004), junto con la falta de sensibilidad e indiferencia hacia los demás (Eysenck & Eysenck, 1985) que caracterizan a las personas con elevado psicoticismo. De hecho, Eysenck (1976) concluyó que personas con elevado psicoticismo eran más 'promiscuas' en sus relaciones sexuales, y que, en la misma línea, psicoticismo se relacionaba con la búsqueda de experiencia sexual. Eysenck (1976) también relacionó la 'promiscuidad' y la búsqueda de experiencia sexual con el rasgo extraversión, en cambio, no se ha encontrado relación entre la motivación de uso de Tinder 'Experiencia Sexual' y extraversión.

A su vez, este interés por la búsqueda de estímulos novedosos que presentan las personas con elevado psicoticismo podría explicar también la relación del rasgo con 'Entretenimiento', 'Aburrimiento' o 'Distracción', sumado a la tendencia de este rasgo a romper la norma (de Juan & García, 2004). Es decir, de manera similar, personas extravertidas y personas altas en psicoticismo buscan estimulación, ahora bien, para personas con elevado psicoticismo, la ausencia de miedo al romper la norma (no usar el móvil trabajando, no tener aplicaciones de citas con pareja...), podría incrementar la probabilidad de determinadas acciones, en este caso, el uso de Tinder. Así, retomando la idea de que el perfil general de los usuarios son personas extravertidas y bajas en responsabilidad, no parece arbitrario que las principales motivaciones resulten 'Entretenimiento', 'Distracción' y 'Aburrimiento'.

Por otro lado, personas con bajo psicoticismo, por el contrario, más empáticas, sensibles y preocupadas por los sentimientos de los demás, se relacionan con 'Búsqueda de relación' o 'Búsqueda de amor'. En cuanto a la relación con la 'Búsqueda de autoestima' podría deberse a la importancia que personas bajas en psicoticismo otorgan a otras personas, considerando las relaciones con otras personas como claves en su autoconcepto.

Por otro lado, la relación de neuroticismo 'Aprobación social' (Timmermans & De Caluwé, 2017b), así como con el 'Aumento de autoestima' (Orosz et al., 2018), encajan con la necesidad propia que genera el rasgo, caracterizado por una mayor ansiedad y estrés, incluso una menor autoestima (de Juan & García, 2004), que hace que las personas altas en este rasgo requieran con más frecuencia el refuerzo externo de personas, y así reducir la ausencia de incertidumbre en el estado de sus interacciones sociales. En cuanto a la 'Motivación Sexual', Eysenck (1976) observó que personas altas en neuroticismo experimentan con mayor frecuencia insatisfacción con sus relaciones sexuales, pero a su vez es el rasgo que más se relaciona con la excitación. La ausencia de satisfacción unida a la elevada excitación sexual podría motivar a personas neuróticas a buscar, de manera más activa, potenciales parejas sexuales con la expectativa de alcanzar satisfacción y aliviar su excitación.

Por último, el rasgo apertura se relaciona de forma débil con extraversión y psicoticismo. Viajar a lugares desconocidos supone en sí mismo una fuente de estímulos novedosos, a la que contactar con desconocidos a través de Tinder, supondría una fuente de estimulación muy elevada, implicando incluso cierta peligrosidad. Esta búsqueda de estimulación, como se ha mencionado, es característica de los rasgos extraversión y psicoticismo. En cambio, apertura se relaciona de manera negativa con 'Aburrimiento', lo cual es contrario a las relaciones positivas encontradas entre extraversión y psicoticismo con esta motivación. No obstante, como se señala en Fuente (2021), apertura presenta como matices el carácter estético y creativo, incluso sofisticado, que también aparecen con frecuencia en el rasgo psicoticismo (Eysenck & Eysenck, 1985). Esto podría suponer que el uso de Tinder no suponga la estimulación adecuada para personas con elevada apertura, quienes tendrían preferencia por la experiencia estética o intelectual.

En cualquier caso, como señalaron Lyons et al. (2020) y Timmermans & De Caluwé (2017b), los rasgos de personalidad implican sistemas motivacionales distintos que llevan a diferencias en los motivos de uso de Tinder.

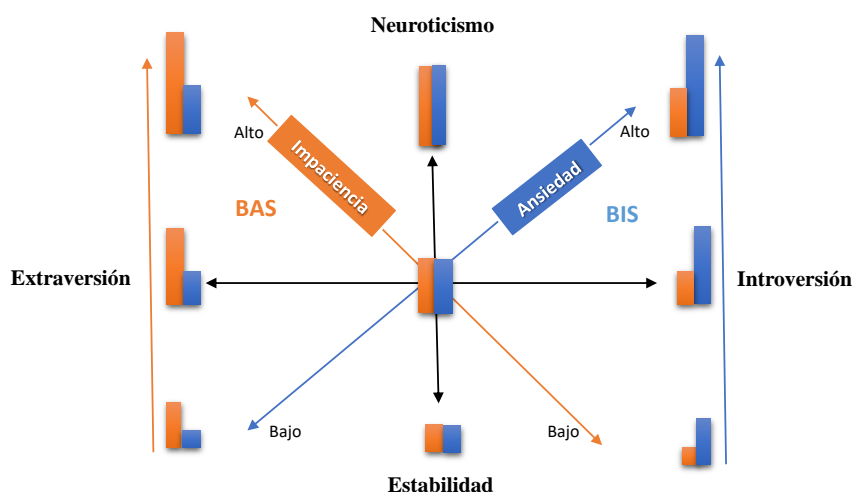
4.1 Drives Motivacionales: BIS y BAS

¿Cuáles son esos sistemas motivacionales que estarían marcando las diferencias en las motivaciones de uso de Tinder? ¿Qué tienen en común ‘Aprobación Social’ y ‘Aumento de Autoestima’ para que ambos se relacionen con el rasgo neuroticismo? ¿Ambas motivaciones podrían deberse a un mismo motivo más simple y primitivo, inherente al neuroticismo?

Gray planteó un modelo con tres sistemas motivacionales (*drives*) distintos, ligado a los tres rasgos temperamentales del modelo de Eysenck tres (de Juan & García, 2004):

- BAS (*Behavioral Activation System*): sobre-activado en personas extrvertidas neuróticas.
- BIS (*Behavioral Inhibition System*): sobre-activado en personas introvertidas neuróticas
- FFS (*Fight-Fly System*): infra-activado en personas con elevado psicoticismo.

Figura 5. Drives motivacionales: Extraversión- Neuroticismo



Para los objetivos de este escrito, nos centraremos en BIS y BAS. Extravertidos neuróticos presentan un BAS sobre-activado, caracterizándose por la impulsividad (impaciencia), aproximación y dependencia de refuerzos, mientras que en introvertidos neuróticos dominará un BIS sobre-activado, marcados por la ansiedad, preocupación y tendencias depresivas (de Juan & García, 2004). Como se muestra en la Figura 5, todos presentamos ambos sistemas motivacionales. Sin embargo, el neuroticismo agrava ambos sistemas, y, en combinación con el nivel de extraversión o intraversión, se acentúa y predomina uno u otro.

Tabla 4. Relación BIS/BAS y Motivaciones de uso de Tinder

| | <i>Timmermans & De Caluwé, 2017b</i> | <i>Orosz et al., 2018</i> |
|---------------------|--|--------------------------------------|
| <i>Extraversión</i> | Habilidades Sociales BIS | Aburrimiento BAS |
| | Búsqueda de Relación BIS | |
| | Entretenimiento BAS | |
| <i>Neuroticismo</i> | Aprobación Social BIS | Aumento de Autoestima BIS |
| | | Motivación Sexual BIS/ BAS |

Considerando cómo se relacionan las motivaciones de uso de Tinder con Extraversión y Neuroticismo (Tabla 3), dichas relaciones parecen encajar con los sistemas motivacionales BIS y BAS. Así, en la Tabla 4 se propone de qué forma podrían relacionarse las diferentes motivaciones (TMS/TUMS) con los drives motivacionales, más primitivos, BIS y BAS

De esta manera, como señalaba Eysenck (1976) en personas neuróticas, las relaciones sexuales se plantea un conflicto atracción/evitación (BAS/BIS respectivamente). Personas altas en neuroticismo muestran fuertes impulsos sexuales, pero, a su vez, fuertes preocupaciones e inhibiciones que les producen elevadas insatisfacciones (Eysenck, 1976). En esta lucha entre BIS y BAS, será importante la combinación del rasgo neuroticismo con el de extraversión. Así, como ya se ha señalado, en extravertidos neuróticos, predominará el BAS y por tanto, será más potente el deseo sexual, mientras que introvertidos neuróticos, con mayor BIS, será más fuerte la inhibición de la conducta sexual. Además, la ansiedad y preocupación (BIS) características de personas neuróticas serían la base para experimentar con mayor probabilidad preocupación por no ser validado o aceptado en un grupo social y, por tanto, la necesidad de 'Aprobación Social' o insatisfacción constante con uno mismo, generándose de manera crónica la necesidad de 'Aumentar la Autoestima'. Además, estas dos últimas motivaciones, como muestra la Figura 5, se intensificarían con el rasgo introversión.

Por otro lado, en personas introvertidas predomina el BIS, aunque, como se ha mencionado, sin la combinación con neuroticismo, resulta bajo. En cualquier caso, dicho BIS, junto con la tendencia a pocas interacciones sociales que presentan personas introvertidas, podría generar insatisfacción con respecto a sus habilidades sociales, generando la necesidad de mejorarlas. Así mismo, la 'Búsqueda de relación' implica adquirir estabilidad en el plano afectivo, es decir, reduce incertidumbre y preocupación en el plano afectivo, junto con la preferencia de personas a interaccionar con un núcleo reducido de personas, hace más probable la búsqueda de una pareja sentimental.

En cuanto a la mayor presencia del sistema BAS en extravertidos, esta implica una constante búsqueda de refuerzos, es decir, aproximación constante a fuentes de estimulación. No es de extrañar, por tanto, que personas con una mayor BAS se aburran con facilidad y recurran a Tinder como fuente de estimulación.

Por último, aunque el resto de motivaciones presentes en la TMS o TUMS no se han expuesto, dado que no se han encontrado correlaciones con los rasgos de personalidad aquí tratados, sería posible establecer relaciones fundamentadas con los *drives* motivacionales BIS y BAS. Por ejemplo, el BAS podría encontrarse en la base de la motivación 'Viajar', o el BIS, en la motivación 'Superar un Ex'.

5. Relación motivaciones con Triada Oscura

Lyons et al. (2020) encontró correlaciones significativas entre la Triada Oscura y las motivaciones presentes en la TMS. Estas se muestran en la Tabla 5.

En primer lugar, las tres facetas de la Triada Oscura presentan correlaciones muy significativas con el uso de Tinder por la experiencia sexual, así como correlaciones significativas de maquiavelismo y narcisismo con aprobación social, y maquiavelismo y, especialmente psicopatía, con distracción (Lyons et al., 2020).

El hecho de que personas *altas en psicopatía* utilicen Tinder, con mayor probabilidad, para ganar experiencia sexual, así como medio de distracción, se ha relacionado con el perfil general de estas personas como hedonistas e impulsivas, con tendencias a la procrastinación en favor de actividades que supongan una motivación a corto plazo, como puede ser el encuentro sexual (Lyons et al., 2020).

Para las personas *altas en maquiavelismo*, caracterizadas por objetivos y estrategias a largo plazo, reflejan esencialmente la aprobación social como motivo de uso (Lyons et al., 2020), lo que permite la elaboración de una fachada más socialmente deseable (Lyons et al., 2020), esencial en su naturaleza manipulativa (Vernon et al., 2008). En el caso de las mujeres, maquiavelismo también encontró relaciones significativas y positivas

con flirtear, viajar, pertenencia y presión de compañeros, los cuales podrían suponer herramientas útiles para la configuración de esa fachada deseable (Lyons et al., 2020). Como se ha mencionado anteriormente, mujeres con altas puntuaciones en Triada Oscura podría utilizar tácticas o comportamientos diferentes a los hombres, que hayan resultado más adaptativos para vivir en sociedad (Honey, 2017).

Tabla 5. Correlaciones entre TMS y la Triada Oscura

| TMS | Mujeres | Hombres |
|--------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <i>Entretenimiento</i> | Maquiavelismo r= 0.33** | Narcisismo r= 0.27* |
| | Psicopatía r= 0.23** | |
| <i>Orientación Sexual</i> | × r | Psicopatía r= 0.3* |
| | | Maquiavelismo r= 0.25** |
| <i>Curiosidad</i> | Maquiavelismo r= 0.19* | × r |
| <i>Búsqueda de Relación</i> | × r | × r |
| <i>Distracción</i> | Psicopatía r= 0.24** | Psicopatía r= 0.33** |
| | Maquiavelismo r= 0.17* | Maquiavelismo r= 0.3* |
| <i>Aprobación Social</i> | Maquiavelismo r= 0.29** | Maquiavelismo r= 0.24* |
| | Psicopatía r= 0.25** | Narcisismo r= 0.24* |
| <i>Socializar</i> | × r | × r |
| <i>Superar un Ex</i> | × r | × r |
| <i>Habilidades Sociales/Flirtear</i> | Maquiavelismo r= 0.27** | × r |
| <i>Presión Amigos</i> | Maquiavelismo r= 0.21* | × r |
| | Narcisismo r= 0.17* | |
| <i>Experiencia Sexual</i> | Psicopatía r= 0.4** | Psicopatía r= 0.53** |
| | Narcisismo r= 0.22** | Maquiavelismo r= 0.36** |
| | Maquiavelismo r= 0.19* | Narcisismo r= 0.28** |
| <i>Pertenencia</i> | Maquiavelismo r= 0.21* | × r |
| <i>Viajar</i> | Maquiavelismo r= 0.24** | |
| | Psicopatía r= 0.21** | |
| | Narcisismo r= 0.19* | |

× r: ninguna correlación encontrada/ *(p<0.05); **(p<0.01)

Por último, las personas *altas en narcisismo*, como se ha mencionado, correlacionan con búsqueda sexual. Sin embargo, parecen existir bastantes diferencias entre géneros en el resto de motivaciones que el rasgo elicit.

De esta manera, en mujeres el rasgo correlaciona de forma positiva con viajar y la presión de compañeros, mientras que en hombres con el entretenimiento y la aprobación social (Lyons et al., 2020).

6. Conclusiones

La relevancia de Tinder como medio de interacción social ha aumentado exponencial y significativamente en el último año, suponiendo un nuevo contexto relacional. Si bien en un estudio previo nos planteábamos cómo podíamos conocer e identificar quién se encontraba detrás de los perfiles, centrándonos en los rasgos de personalidad de los usuarios (véase Fuente, 2021), en el presente escrito nos preguntamos qué motiva cada vez a más y más personas a abrirse una cuenta en Tinder.

Los motivos de uso utilizados para el estudio de la motivación en Tinder se han obtenido a través de análisis factoriales de las múltiples motivaciones que las personas han verbalizado. Sin embargo, desde el punto de vista psicológico, y desde una perspectiva explicativa, podemos preguntarnos ¿Qué implican estas motivaciones? ¿Cómo podemos estudiar, a nivel teórico, la predominancia de unas u otras motivaciones, así como las diferencias motivacionales entre personas? Así, hemos señalado causalidad entre motivaciones y rasgos y de qué manera las diferencias entre dichos rasgos explican diferencias en motivación.

La literatura previa refleja que los motivos predominantes que exponen los usuarios: ‘Entretenimiento’ y ‘Curiosidad’. Se puede observar que estos distan del propósito inicial que la aplicación parecía tener. De esta manera, ‘Experiencia Sexual’, a excepción de España, no aparece ni entre las diez primeras motivaciones, y ‘Búsqueda de relación’, a excepción de Reino Unido, no se encuentra ni entre las cinco predominantes. Además, se han encontrado diferencias en la relevancia de motivaciones, tanto en género, como entre culturas. Las diferencias de género podrían verse explicadas, en cierta medida, también por la cultura. Por ejemplo, la ausencia de diferencias entre hombres y mujeres en la revelación de ‘Experiencia Sexual’ como motivo de uso, debido, al menos en parte, a una mayor normalización de la expresión de la sexualidad femenina en la sociedad española. A su vez, ciertas diferencias entre géneros, por ejemplo, ‘Aumento de autoestima’ podrían entenderse a través de sesgos asociados al género, en este caso, la tendencia de las mujeres a presentar puntuaciones más elevadas en neuroticismo.

Por otro lado, en cuanto a la predicción de comportamiento, ‘Búsqueda de relación’ y ‘Socializar’ son las motivaciones más relacionadas con el uso de Tinder. No obstante, ‘Experiencia sexual’ resulta el motivo que más predice la frecuencia de mensajes en la aplicación, así como con mayor correlación con las actividades derivadas de su uso, por ejemplo, quedar en persona. ¿Qué hace falta para dar el salto al terreno *offline*? ¿Qué diferencia a la persona que se atreve a conocer físicamente a otra?

En personalidad, desde el modelo Big Five predominan las personas con elevada extraversión y apertura, y baja responsabilidad, y a su vez, los usuarios de la aplicación puntúan más alto que los no usuarios en la denominada “Triada Oscura” (i.e., Narcisismo, Maquiavelismo, y Psicopatía), especialmente Psicopatía. Entre ambos modelos, la Triada Oscura parece ser un mejor predictor de comportamientos específicos de la aplicación. Por otro lado, los rasgos de la Triada Oscura parecen relacionarse de manera diferencial con las motivaciones en hombres y en mujeres. Por ejemplo, las mujeres correlacionan con la mayoría de las motivaciones a través del rasgo maquiavelismo, mientras que en los hombres no destaca la presencia de ningún rasgo por encima del resto. Por tanto, parece probable que, como hemos señalado, que las mujeres tiendan a incurrir en comportamientos antisociales por motivos diferentes a los de los hombres, así como de manera distinta (Honey, 2017). En cualquier caso, consideramos necesaria más investigación sobre las distintas formas en que puede manifestarse la Triada Oscura, así como sobre la posibilidad de ajustar la evaluación de este modelo en mujeres.

En cuanto a la relación de las motivaciones con los Big Five, a fin de comprender en qué medida los rasgos de personalidad nos conducen con mayor probabilidad a ciertas motivaciones, estas se han interpretado desde el modelo PEN de Eysenck. Los motivos que se relacionan con extrovertidos e introvertidos marcan dos formas opuestas de uso de Tinder: extrovertidos como fuente de estimulación fuerte, e introvertidos

como débil, las cuales resultan el reflejo de los estados cognitivos que estos rasgos generan. El elevado neuroticismo, caracterizado por un sesgo hacia la negatividad y una mayor reactividad emocional, hace más probables la necesidad de aprobación social y aumento de autoestima, así como la motivación sexual en su carácter dual excitación-insatisfacción. Por último, el psicoticismo, en el que se suman la necesidad de estimulación fuerte, gusto por el riesgo y baja temerosidad, explican, no solo su relación con la 'Experiencia Sexual', sino que esta motivación sea la que más predice quedar en persona. Es decir, probablemente, psicoticismo sea, al menos, uno de los elementos diferenciales entre las personas que dan el paso a quedar con desconocidos.

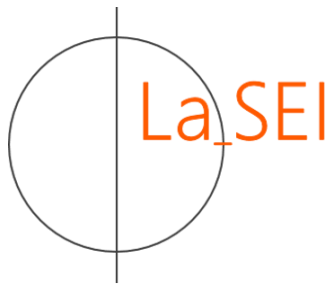
A su vez, a través de la relación de los motivos de uso de Tinder con el modelo PEN hemos accedido a la relación de estos motivos con mecanismos más primitivos de motivación: apetitivos o de aproximación (BAS)/ y evitativos o de inhibición conductual (BIS). Así, pensamos que conocer los motivos de uso de una persona en Tinder nos podría permitir conocer el sistema motivacional predominante en esa persona, y, por tanto, cómo es más probable que ésta responda ante diferentes estímulos. Por ejemplo, en una persona motivada por 'Aprobación social' y 'Búsqueda de relación' es más probable que domine el sistema BIS, mientras que otra motivada por 'Entretenimiento' o 'Motivación Sexual' sea BAS. Por tanto, si quisiéramos mostrar un anuncio en la aplicación para concienciar sobre la importancia de la vacunación de la COVID-19, el más efectivo en el primer caso, probablemente sería aquel que aludiese a las consecuencias negativas que conlleva no vacunarse (muertes, crisis económica...), mientras que, en el segundo, sería mejor aludir a todas las acciones positivas que hará posible el estar vacunado (salir a comer, de bares, de fiesta...). No obstante, no hay ningún estudio empírico sobre la relación de los motivos de uso de Tinder con las motivaciones BAS/BIS, por lo que consideramos necesaria la investigación en esta línea, dado el potencial explicativo y predictivo que supone.

7. Referencias

- AppMagic. (January 29, 2021a). Most popular dating apps worldwide as of January 2021, by number of monthly downloads (in 1,000s) [Graph]. In Statista. Retrieved March 14, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1200234/most-popular-dating-apps-worldwide-by-number-of-downloads/>
- AppMagic. (January 29, 2021b). Most popular dating apps worldwide as of January 2021, by monthly in-app purchase revenue (in U.S. dollars in 1,000s) [Graph]. In Statista. Retrieved March 14, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/1200249/most-popular-dating-apps-worldwide-by-monthly-iap-revenue/>
- Arilla Pablos, Violeta (2021) Psicopatía femenina y masculina: ¿Una cuestión de género? *Drafts of Economic Intelligence*, Vol. 3 n° 3; pp. 37 – 59. <https://escuela-inteligencia-economica-uam.com/draft-volumen-3-2020-2021/>
- Barrada, J. R., & Castro, Á. (2020). Tinder users: Sociodemographic, psychological, and psychosexual characteristics. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 8047. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218047>
- Carpenter, C. J., & McEwan, B. (2016). The players of micro-dating: Individual and gender differences in goal orientations toward micro-dating apps. *First Monday*, 21(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i5.6187>
- Colom, R. (2018). *Manual de psicología diferencial: Métodos, modelos y aplicaciones*. Madrid: Madrid:Pirámide.
- De Juan, M., & García, L. F. (2004). *Nuestra personalidad: En qué y por qué somos diferentes* (Manuales y obras de referencia. Psicología). Madrid: Biblioteca Nueva.

- Eysenck, H. J. (1976). *Sex and personality*. London: Open Books Publishing Ltd.
- Eysenck, H. J. (1985). In Eysenck M. W. (Ed.), *Personality and individual differences: a natural science approach*. New York London: Plenum Press
- Freyth, L., & Batinic, B. (2021). How bright and dark personality traits predict dating app behavior. *Personality and Individual Differences*, 168, 110316. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110316>
- Fuente González, Irene (2021) ¿Sabes con quién haces match? Perfilado Indirecto de Personalidad en Tinder. *Drafts of Economic Intelligence*, Vol. 3 n° 2; pp. 17 – 35. <https://escuela-inteligencia-economica-uam.com/draft-volumen-3-2020-2021/>
- Heaven, P. C. L., Connors, J., & Stones, C. R. (1994). Three or five personality dimensions? an analysis of natural language terms in two cultures. *Personality and Individual Differences*, 17(2), 181-189. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(94\)90024-8](https://doi.org/10.1016/0191-8869(94)90024-8)
- Honey, P. L. (2017). The element of surprise: women of the dark triad. *The Oxford handbook of women and competition*, 147.
- Jonason, P., & Bulyk, R. (2019). Who uses Tinder?: The Dark Triad traits, attachment, and mate value. *Studia Psychologica*, 1(19) <https://doi.org/10.21697/sp.2019.19.1.01>
- Jones, D. N., & Paulhus, D. L. (2014). Introducing the Short Dark Triad (SD3). *Assessment (Odessa, Fla.)*, 21(1), 28-41. <https://doi.org/10.1177/1073191113514105>
- Lyons, M., Messenger, A., Perry, R., & Brewer, G. (2020). The dark tetrad in tinder: Hook-up app for high psychopathy individuals, and a diverse utilitarian tool for machiavellians? *Current Psychology (New Brunswick, N.J.)*, <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00589-z>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1985). Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 6(5), 587-597. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(85\)90008-X](https://doi.org/10.1016/0191-8869(85)90008-X)
- Oelsner, N. (2020, 14 abril). *Auge de Tinder en tiempos de coronavirus: "No es que quiera conquistarte pero tengo mascarillas"*. Euronews. <https://es.euronews.com/2020/04/13/tinder-en-auge-en-tiempos-de-coronavirus-no-es-que-quiera-conquistarte-pero-tengo-mascaril>
- Orosz, G., Benyó, M., Berkes, B., Nikolett, E., Gál, É, Tóth-Király, I., & Böthe, B. (2018). The personality, motivational, and need-based background of problematic tinder use. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(2), 301-316. <https://doi.org/doi:10.1556/2006.7.2018.21>
- Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). Brief report the dark triad of personality: Narcissism, machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00505-6)
- Sevi, B. (2019). The dark side of tinder: The dark triad of personality as correlates of tinder use. *Journal of Individual Differences*, 40(4), 242-246. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000297>
- Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017a). Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior*, 70, 341-350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.028>
- Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017b). To tinder or not to tinder, that's the question: An individual differences perspective to tinder use and motives. *Personality and Individual Differences*, 110, 74-79. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>

- Timmermans, E., De Caluwé, E., & Alexopoulos, C. (2018). Why are you cheating on tinder? exploring users' motives and (dark) personality traits. *Computers in Human Behavior*, 89, 129-139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.040>
- Vernon, P. A., Villani, V. C., Vickers, L. C., & Harris, J. A. (2008). A behavioral genetic investigation of the dark triad and the big 5. *Personality and Individual Differences*, 44(2), 445-452. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.09.007>



**Reports de Inteligencia Económica
y Relaciones internacionales**

[ISSN 2660-7352]

PUBLICACIONES DE LA ESCUELA DE INTELIGENCIA ECONÓMICA DE LA UAM

