

IZAN COBOS SÁNCHEZ

**PERCEPCIÓ DE L'AMOR I EFECTES
PSICOLÒGICS DE L'ÚS D'APPS DE CITES EN
JOVES HOMOSEXUALS**

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit per la Dra. PATRICIA TÀPIA CABALLERO

Grau de Psicologia



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

TARRAGONA

2025

ÍNDIX

RESUM / ABSTRACT	3
1. MARC TEORIC	5
1.1. Teories Psicològiques sobre amor i relacions	5
1.1.1. Perspectives psicològiques clàssiques de l'amor	5
1.1.2. Motivació i qualitat dels vincles	6
1.1.3. Amor i relacions en la comunitat homosexual	6
1.2. Aplicacions de cites	8
1.2.1. Transformació dels vincles per mitjà de la tecnologia	8
1.2.2. Impacte emocional i afectiu del funcionament de les apps	8
1.2.3. Aplicacions com a dispositius culturals	9
1.3. Relació entre dinàmiques actuals i formació de vincles	9
1.3.1. Noves formes de vinculació i relacions instantànies	9
1.3.2. Lògica de consum i impacte en la qualitat dels vincles.....	10
1.4. Impacte psicològic: apps de cites i factors de vulnerabilitat.....	11
1.4.1. Definició de les variables psicològiques	11
1.4.2. Aplicacions de cites i efectes en la salut mental.....	12
2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS	15
3. METODOLOGIA	16
3.1. Participants	16
3.2. Instruments	16
3.3. Procediment	18
3.4. Pla d'anàlisi de dades.....	19
4. RESULTATS	21
4.1. Característiques sociodemogràfiques de la mostra	21
4.2. Variables intrapsicològiques segons l'ús d'aplicacions de cites.....	22
4.3. Diferències en les variables intrapsicològiques entre usuaris i no usuaris	23
4.3.1. Comprovació de la normalitat	23
4.3.2. Comparacions entre grups	24
4.4. Relació entre ús problemàtic d'aplicacions de cites i variables emocionals	25
4.4.1. Comprovació de la normalitat	25
4.4.2. Correlació entre ús problemàtic d'apps i variables psicològiques	26
5. DISCUSSIÓ	28
6. CONCLUSIONS	32
7. BIBLIOGRAFIA	33
8. ANNEXOS	37
9. AGRAÏMENTS	41

RESUM / ABSTRACT

Les aplicacions de cites són una eina habitual entre els homes homosexuals joves, amb possibles implicacions per a la seva salut mental. L'objectiu principal d'aquest estudi va ser investigar la relació entre l'ús d'aquestes aplicacions i les variables d'ansietat estat, soledat i autoestima, així com descriure la possible afectació d'aquestes variables en funció de l'ús.

Es va realitzar un estudi de caràcter observacional i transversal. Els participants van realitzar una enquesta online on es recollien les dades sociodemogràfiques i realitzaven els qüestionaris STAI-6, ULS-8, RSE i PODAUS (aquest últim només en cas de ser usuaris habituals d'aquestes aplicacions). Els criteris de participació van ser: ser home, sentir-se atret per altres homes, tenir entre 18 i 30 anys, residir a Espanya i donar el consentiment informat.

Van participar 49 homes, principalment amb edats entre 18 i 22 anys (77,55%) i identificats com a homosexuals (81,63%). Els resultats no van mostrar diferències estadísticament significatives en cap de les variables de l'estudi entre usuaris i no usuaris d'aquestes plataformes. Tampoc es van observar relacions significatives entre l'ús problemàtic d'aquestes aplicacions i les variables analitzades.

Aquest estudi ens indica que l'impacte emocional de l'ús d'aplicacions de cites no és homogeni ni necessàriament negatiu, sinó que pot estar mediat per factors individuals, contextuals i d'ús. Es recomanen futures investigacions amb mostres més àmplies i variables moderadores per aprofundir millor en aquestes relacions.

Paraules clau: aplicacions de cites, ansietat, soledat, autoestima, joves homes homosexuals, impacte emocional digital.

Dating apps are a common tool among young homosexual men, with potential implications for their mental health. The main objective of this study was to investigate the relationship between the use of these applications and the variables of state anxiety, loneliness, and self-esteem, as well as to describe the possible impact of these variables according to usage.

An observational cross-sectional study was conducted. Participants completed an online survey that collected sociodemographic data and included the questionnaires STAI-6, ULS-8, RSE, and PODAUS (the latter only for regular users of these apps). Inclusion criteria were: being male, attracted to other men, aged between 18 and 30 years, residing in Spain, and providing informed consent.

A total of 49 men participated, mostly aged between 18 and 22 years (77.55%) and identifying as homosexual (81.63%). The results showed no statistically significant differences in any of the study variables between users and non-users of these platforms. Likewise, no significant relationships were observed between problematic use of these applications and the analyzed variables.

This study suggests that the emotional impact of using dating apps is neither homogeneous nor necessarily negative, but may be mediated by individual, contextual, and usage-related factors. Future research with larger samples and moderating variables is recommended to better explore these relationships.

Keywords: dating apps, anxiety, loneliness, self-esteem, young homosexual men, digital emotional impact.

1. MARC TEORIC

1.1. Teories Psicològiques sobre amor i relacions

L'amor és una experiència universalment compartida, però que es viu de forma heterogènia entre la població. Els vincles afectius es construeixen des de la part més íntima de l'individu, però també es veuen alterats a través de les normes socials, culturals i tecnològiques que hi ha en cada context. En l'actualitat, i concretament en la comunitat homosexual masculina, les relacions es desenvolupen en un marc que incorpora nous canals de trobada i expressió emocional, com ara podrien ser les aplicacions de cites, dins d'un entorn social que, malgrat els avenços encara manté prejudicis i opressió. Per poder entendre la complexitat d'aquesta experiència afectiva, cal fer una revisió d'algunes de les principals teories que aborden la naturalesa de l'amor i de les relacions interpersonals.

1.1.1. Perspectives psicològiques clàssiques de l'amor

Una de les aportacions més clàssiques és la Teoria Triangular de l'Amor, de Sternberg (1986), que conceptualitza l'amor com la combinació de tres components fonamentals: intimitat, passió i compromís. Segons l'autor la manera en què aquests components interactuen determina el tipus de relació: romàntica, passional, de companyia o completa. Aquesta teoria és especialment útil per entendre com, en el context actual d'interaccions digitals ràpides, la passió pot sobresortir en detriment del compromís i la intimitat.

Complementàriament, la Teoria de l'Apego posa el focus en les primeres persones en les quals vam tenir experiències afectives, especialment en les que es donen amb les figures cuidadores a la infància, com a determinants de les formes d'estimar posteriorment a l'edat adulta. Aquesta teoria, desenvolupada inicialment per Bowlby i posteriorment ampliada per múltiples autors, estableix que les persones poden desenvolupar estils d'apego segurs o insegurs (ansiós, evitatiu, desorganitzat), que influeixen directament en les seves relacions íntimes (Persano, 2018). Per exemple, un estil d'apego ansiós pot portar a una necessitat constant de reafirmació i por al rebuig, fet que en entorns digitals com l'actual pot provocar que el subjecte desenvolupi una dependència externa. De la mateixa

manera, l'estil evitatiu pot manifestar-se amb patrons de distanciament emocional i ús instrumental de les interaccions, evitant vincles més profunds i compromesos.

1.1.2. Motivació i qualitat dels vincles

Un altra teoria a destacar és la de l'Autodeterminació, que posa l'accent en la motivació humana, i en les condicions necessàries perquè les relacions personals siguin satisfactòries i saludables. Segons Deci i Ryan (2013), la qualitat de les relacions depèn en gran part de la satisfacció de tres necessitats psicològiques bàsiques: autonomia, competència i relació. Quan aquestes necessitats no es veuen cobertes, especialment en contextos en què la pressió social o les dinàmiques de consum relacional interfereixen, es poden generar relacions buides o insatisfactòries. En aquest sentit, les relacions establertes des d'un lloc de motivació extrínseca tendeixen a ser menys estables i menys satisfactòries emocionalment, ja que depenen d'un reforç que és extern i no d'un component intern.

Seguint una òptica més social, cal tenir en compte com les normes, les creences i les actituds socials influeixen en la manera en què experimentem i valorem l'amor. Les actituds dirigides a parelles homosexuals, per exemple, poden estar fortament condicionades per emocions atribuïdes i estàndards socials que legitimen o deslegitimitzen certs tipus de relacions. Doan, Miller i Loehr (2015) mostren que aquestes emocions atribuïdes juguen un paper clau en les actituds de les persones heterosexuales cap a les parelles homosexuals, afectant no únicament a la seva acceptació social, sinó també en la manera en què les mateixes persones homosexuals construeixen la seva autoestima i viuen les seves relacions.

1.1.3. Amor i relacions en la comunitat homosexual

En aquest sentit, l'experiència amorosa de les persones homosexual no pot equiparar-se o entendre's com una simple variable de la norma heteronormativa. L'estudi de Rosenberger et al. (2014) posa de manifest que els homes homosexuals i bisexuals sovint desenvolupen una percepció pròpia de l'amor i de les relacions, influïda per les seves pròpies vivències particulars, les expectatives socials i la seva interacció amb l'entorn digital. Aquests factors poden influir tant en la manera de vincular-se com en la vivència de la sexualitat, que sovint ve

determinada per una divisió entre desig i compromís o entre visibilitat i estigmatització.

A més, Marentes (2020) analitza la cultura relacional dins el col·lectiu gai des d'una mirada crítica, posant èmfasi en com els models de consum afectiu poden portar a establir relacions superficials, marcades per patrons imposats que obstaculitzen l'aparició de vincles profunds. Aquesta visió assenyala que les estructures socials i culturals no només permeten certes formes d'amor, sinó que també limiten d'altres, creant marcs de referència que poden ser difícils de trencar i condicionen profundament la subjectivitat afectiva.

Finalment, en el marc de les transformacions socials contemporànies, Bauman (2003) proposa el concepte "amor líquid" per descriure una realitat relacional marcada per la inestabilitat, la fragilitat dels vincles i la recerca de gratificació immediata. Segons l'autor, en les societats modernes l'individu tendeix a fugir del compromís a llarg termini, prioritzant relacions que no comprometin la seva llibertat personal. Aquesta lògica, profundament arrelada en les pràctiques socials actuals, és especialment evident en les formes de relació mediatitzades per la tecnologia, on la rapidesa, l'accés il·limitat i la substitució constant d'interlocutors configuren un escenari on l'estabilitat emocional queda sovint en segon pla.

Aquestes perspectives teòriques permeten comprendre millor com l'amor i els vincles emocionals poden influir en variables com l'autoestima (a través de la valoració personal), l'ansietat estat (com una reacció emocional a les interaccions afectives) i la soledat (com a conseqüència d'una manca de connexions significatives

En síntesi, les teories revisades mostren com l'amor i les relacions no poden ser entesos des d'una perspectiva reduccionista. Cal considerar tant els factors intrapsicològics com les influències socials i culturals que intervenen en la manera com les persones s'estimen, es relacionen i construeixen intimitats. En el cas de les persones homosexuals, aquestes dinàmiques adquireixen matisos específics que cal visibilitzar i analitzar amb sensibilitat i rigor. Lluny de ser una experiència universal i homogènia, l'amor és una construcció complexa que requereix una mirada crítica per ser compresa.

1.2. Aplicacions de cites

1.2.1. Transformació dels vincles per mitjà de la tecnologia

Les aplicacions de cites s'han convertit en una eina central en la manera en què les persones estableixen connexions sexoafectives en la societat contemporània. Aquestes plataformes han transformat les dinàmiques més tradicionals de la seducció i l'enamorament, donant pas a noves formes de vinculació emocional i sexual, així com a discursos nous en referència a l'amor, la intimitat i la identitat.

Segons Bandinelli (2022), les diferents aplicacions com ara Tinder, Grindr o Bumble, no únicament responen a una demanda d'eficiència a l'hora de buscar parella, sinó que reproduïxen i reflecteixen un model cultural específic que ella anomena com "amor postromàntic". En aquest paradigma, la recerca de l'amor es desvincula del compromís emocional tradicional, i s'incorpora dins una lògica neoliberal centrada en l'autonomia, la realització personal i la gestió racional de les emocions. De manera que, la tecnologia no únicament facilita el contacte, sinó que condiciona les formes de desig i les expectatives relacionals.

1.2.2. Impacte emocional i afectiu del funcionament de les apps

Aquestes transformacions que he comentat han estat analitzades també des del punt de vista de les ciències socials i la psicologia. Zapata, Vargas i Marín-Cortés (2021), en la seva revisió sistemàtica sobre vincles sexoafectius i tecnologies digitals, exposen com aquestes plataformes redefeixen les formes d'expressió emocional, afectant de manera directa a la profunditat i la durabilitat de les relacions. Un aspecte important del seu estudi és la tensió entre la connectivitat constant i la superficialitat de molts dels vincles establerts, podent provocar això tant, satisfacció momentània com sentiments de desconexió emocional o de buidor.

Licoppe (2020) introdueix el concepte de cultura líquida de les trobades per tal de descriure patrons d'interacció ràpida i desafecció emocional. A Grindr, les trobades són immediates i de naturalesa sexual, mentre que Tinder cobreix un espectre més ampli de relacions. Tanmateix, ambdues aplicacions comparteixen la lògica de selecció ràpida i absència d'expectatives a llarg termini, especialment marcada en el col·lectiu gai.

1.2.3. Aplicacions com a dispositius culturals

Aquestes plataformes digitalitzen i mercantilitzen l' enamorament, els subjectes d'aquestes aplicacions es converteixen en usuaris que "consumeixen" possibles parelles, fet que reforça dinàmiques d'elecció ràpida, descart i valoració constant, tot això, basant-se únicament en fotos i descripcions breus. Aquesta lògica pot reforçar sentiments d'ansietat, inseguretats o fatiga emocional, especialment quan les expectatives que hem generat respecte a aquestes situacions no es compleixen (Zapata et al., 2021).

En conjunt, les aplicacions de cites, tot i que no ho sembli, són molt més que simples eines per conèixer gent, són dispositius culturals que intervenen de manera activa en la manera en què configurem les nostres relacions íntimes. Per tant, el seu impacte va molt més enllà de la facilitat de la interacció, ja que de manera inconscient transformen els valors, els rituals i les formes d'experimentar l'amor i el desig. A través d'elles es consolida un model de relació molt més líquid, fragmentat i que de vegades pot resultar més funcional que l'emocionalment compromès. Aquesta mercantilització de les relacions pot impactar de manera negativa en l'autoestima dels usuaris, augmentar l'ansietat respecte la incertesa de resposta i generar sentiments de soledat malgrat l'aparent hiperconnectivitat.

1.3. Relació entre dinàmiques actuals i formació de vincles

En el context contemporani, les formes de construir i mantenir vincles sexuals i afectius han estat profundament transformades per la irrupció de les tecnologies digitals, en especial de les aplicacions de cites. El sorgiment d'aquestes plataformes han donat lloc a noves dinàmiques d'interacció, on l'accessibilitat, la immediatesa i la varietat d'opcions redefeixen per complet els processos tradicionals relacionats amb la vinculació emocional.

1.3.1. Noves formes de vinculació i relacions instantànies

Segons Castro i Barrada (2020), les aplicacions de cites han guanyat una popularitat massiva a causa de la seva facilitat per establir connexions ràpides i personalitzades. En els seus estudis, aquests autors destaquen que la majoria dels usuaris les utilitzen per tenir relacions sexuals o romàntiques, però que també les fan servir per satisfer necessitats psicològiques com ara podrien ser la validació

en l'àmbit personal i la reducció de la soledat. Tanmateix, aquest ús no sempre condueix cap a una millora del benestar emocional, ja que les expectatives que ens fem poden veure's insatisfetes per la naturalesa efímera de moltes de les interaccions.

Yeo i Fung (2016) aprofundeixen en la idea que les aplicacions de cites promouen una "cultura de relacions instantànies". Aquesta tendència provoca una acceleració en la formació de vincles, però alhora, dificulta la consolidació d'aquests. Les interaccions digitals, molt sovint venen guiades per l'aparença física i el consum ràpid de la informació, fet que pot produir una reducció en el desenvolupament emocional profund. Aquesta dinàmica més superficial pot derivar en una menor capacitat a l'hora de valorar i apreciar les nostres relacions, ja que havebt-hi tanta varietat de i tan accessibles, pensem que aquestes són fàcilment substituïbles.

Segons Hobbs et al (2017), es pot entendre tot això des de el concepte de l'amor líquid, aquest vinculat de manera directa entre la tecnologia i el canvi estructural en com sentim la intimitat romàntica i sentimental. Les aplicacions fragmenten els vincles i promouen formes de relació marcades per la superficialitat i la desconexió emocional.

1.3.2. Lògica de consum i impacte en la qualitat dels vincles

Seguint aquesta línia, Licoppe (2019) mostra com diferents aplicacions encarnen patrons de vincle distintius. Per exemple, en el cas de Grindr se centra en trobades immediates i explícitament sexuals, mentre que Tinder pot englobar un espectre molt més ampli de relacions, aquestes podran anar des de les més casuals fins a potencialment duradores. Tot i això, ambdues aplicacions comparteixen una dinàmica interactiva marcada pel "swipe", que reforça una lògica de consum dins de les relacions humanes.

Daskalopoulou et al. 2014, des d'una perspectiva "Queer" i feminista, analitzen com la cultura del consum penetra en les relacions digitals, convertint cossos i emocions en mercaderies. Fenomen que genera pressions cap a ideals estètics normatius que limiten l'autenticitat emocional i reforcen desigualtats socials i de gènere.

En conjunt, hi ha una clara mostra que les dinàmiques actuals de formació de vincles, que en gran part venen marcades per les tecnologies digitals, responen a una lògica d'immediatesa, eficiència i selecció que acaba entrant amb tensió amb els processos emocionals més profunds i compromesos. Aquesta nova forma d'intimitat líquida representa un repte per la consolidació de vincles estables i significatius, així com per la salut emocional de les persones immerses en aquestes dinàmiques. En aquest context, la immediatesa i la fragilitat dels vincles fomentades per les aplicacions poden tenir efectes adversos en la percepció del valor de la persona, en la regulació emocional i en la satisfacció de necessitats afectives, afavorint l'aparició de soledat, ansietat i menor autoestima.

1.4. Impacte psicològic: apps de cites i factors de vulnerabilitat

Les transformacions que han patit les formes de relació afectiva i sexual, donades per les tecnologies digitals, han generat un nou espai de socialització on les aplicacions de cites tenen un paper central. Tot i que aquestes aplicacions poden ampliar les possibilitats de contacte social, també estan directament associades a diversos riscos psicològics. En aquest apartat s'analitza com determinats factors de vulnerabilitat, en aquest cas, l'ansietat estat, la soledat i la baixa autoestima, poden veure's afectats per l'ús d'aquestes aplicacions, especialment en homes joves homosexuals, que poden viure aquesta realitat emocional de manera més directa, pel fet que les aplicacions tenen un paper molt més central.

1.4.1. Definició de les variables psicològiques

L'**ansietat estat** es refereix a una reacció emocional de caràcter transitori que apareix com a resposta en una situació percebuda com una amenaça. Es manifesta amb sentiments d'inquietud, tensió, preocupació o activació fisiològica, i pot ser variable en funció del context i de l'experiència personal (Spielberger et al., 1983). Aquesta forma d'ansietat és important en entorns de gran incertesa i exposició constant a validació externa, com ara seria el cas de les aplicacions de cites. L'absència de resposta, la por al rebuig o la necessitat de validació poden intensificar aquests estats d'alerta emocional.

La **soledat**, per altra banda, és una experiència subjectiva que sorgeix quan existeix una discrepància entre el tipus de relació que la persona desitja envers la que realment manté. Aquesta no ve donada necessàriament pel resultat d'un

aïllament social, sinó per la percepció d'absència de vincles significatius (Russel, 1996). En el context de les aplicacions de cites pot haver-hi gran quantitat d'interaccions, però aquestes, pel fet de ser superficials i efímeres poden contribuir a un sentiment més persistent o present de soledat emocional.

Per acabar, **l'autoestima** fa referència a la valoració global que fa una persona de si mateixa, tenint en compte aspectes com ara la confiança personal, autoacceptació, autopercepció i el respecte propi. És una peça clau per al benestar psicològic personal i a més influeix de manera considerable en la manera en què es gestionen les relacions. En el cas de les aplicacions de cites, les interaccions donen prioritat a l'aparença i el reconeixement extern, cosa que en les persones amb autoestima més vulnerable poden arribar a provocar un deteriorament en la percepció del seu valor personal.

1.4.2. Aplicacions de cites i efectes en la salut mental

Diversos estudis actuals han documentat els efectes de l'ús intensiu d'aplicacions de cites pot tenir sobre el benestar psicològic. L'estudi de Holtzhausen et al. (2020) assenyala que els usuaris habituals d'aquestes plataformes experimenten nivells més elevats d'ansietat, depressió i malestar emocional en comparació als que no n'utilitzen. La naturalesa competitiva i altament visual que presenten aquestes eines pot incrementar la pressió social, generant d'aquesta manera més sentiments d'inseguretat i frustració.

Per altra banda, s'ha constatat que persones amb una ansietat social o sensibilitat elevada cap al rebuig tenen moltes més probabilitats de fer un ús incorrecte d'aquestes aplicacions. Huang, Y. T., & Gong, A. D. (2025) van trobar una relació significativa entre l'ansietat per l'aparença física i la interacció social, i l'ús intensiu d'aplicacions de cites. Aquest perfil de persones pot utilitzar aquestes plataformes per evitar un contacte directe, però de manera inconscient reforça aquestes inseguretats podent agreujar sentiments de soledat i d'ansietat estat.

Els col·lectius conformats per persones joves LGTBIQ+ són especialment més sensibles a aquestes dinàmiques. L'estudi de Pereira et al. (2020), centrat en homes que mantenen relacions amb homes (HSH), destaca que l'ús d'aplicacions de cites s'associa de manera significativa a una major exposició al rebuig, discriminació i cosificació, fet que pot tenir un impacte important en l'autoestima

i l'estabilitat emocional. Els cànons de bellesa, l'estètica hegemònica i la constant comparació entre perfils pot generar una autoavaluació negativa i una dependència emocional cap al feedback rebut.

A més, la soledat pot ser al mateix temps una motivació per començar a utilitzar aquestes aplicacions i una conseqüència d'aquestes si es fa un ús incorrecte i prolongat. Timmerans et al. (2020) apunten que les interaccions breus, la falta de respostes o el fenomen anomenat "ghosting" poden intensificar els sentiments de desconexió emocional. Això genera una paradoxa: més contacte digital però menys vincles significatius pot acabar intensificant la soledat emocional.

Sheldon et al. (2019) reforcen aquesta visió amb resultats que mostren que l'ús de les aplicacions de cites pot correlacionar-se amb nivells elevats de depressió i ansietat, amb especial afectació amb persones amb baixa autoestima o patrons d'interacció social disfuncionals.

Des de la perspectiva de les trajectòries vitals, Rosario et al. (2009) i Bauermeister et al. (2010) assenyalen que, en joves LGTBIQ+, el suport social, la connexió emocional i l'autoestima col·lectiva són elements protectors del benestar psicològic. Tanmateix, quan aquestes fonts no es troben disponibles en l'entorn real, les aplicacions poden assumir un paper de compensació, però que acaba generant resultats desiguals. Quan es fa un ús correcte i es construeixen vincles estables i significatius, aquestes poden actuar de manera positiva, mentre que quan només es donen interaccions buides o negatives, el malestar es pot veure agreujat.

Finalment, Chan (2021) alerta dels riscos psicològics que comporta un ús continuat i no regulat d'aquestes plataformes: des del deteriorament de la regulació emocional fins a formes de dependència conductual. Quan l'activitat dins les aplicacions es torna automàtica, persistent i difícil de controlar s'entra en un terreny problemàtic que pot afectar greument el benestar general.

En resum, les aplicacions de cites poden actuar tant com a eina d'empoderament social i afectiu com sent a un espai de reproducció d'inseguretats i vulnerabilitats. El seu impacte psicològic serà variable i depenent del context, el tipus d'usuari i la relació que s'estableixi. Les variables que analitzaré permeten entendre millor

aquestes dinàmiques, i oferir una base per a futures intervencions en salut mental adaptades a una realitat digital.

2. OBJECTIUS I HIPÒTESIS

L'objectiu principal de l'estudi és el següent:

- Analitzar de quina manera l'ús d'aplicacions de cites i la visió distorsionada de l'amor que aquestes poden generar s'associen amb nivells més elevats d'ansietat estat, soledat i menor autoestima en joves homosexuals.

Per aprofundir en aquest objectiu principal, ens centrarem específicament en aquests objectius més concrets:

1. Descriure el nivell d'ús de cites, així com els nivells d'ansietat estat, soledat i autoestima de la mostra estudiada.
2. Explorar la relació entre la freqüència d'ús d'aplicacions de cites i els nivells d'ansietat estat.
3. Analitzar si un mal ús o una major dependència d'aquestes aplicacions s'associa amb nivells més alts de soledat.
4. Examinar si l'ús intensiu d'aquestes aplicacions es relaciona amb una disminució significativa en l'autoestima.

Tenint en compte els anteriors objectius, es plantegen les següents hipòtesis:

H1: Un ús més problemàtic de les aplicacions de cites es relacionarà amb nivells més elevats d'ansietat estat.

H2: Una utilització més problemàtica d'aquestes plataformes es relacionarà amb una soledat més elevada.

H3: Un ús intensiu o problemàtic de les aplicacions s'associarà amb puntuacions més baixes en autoestima.

3. METODOLOGIA

3.1. Participants

La mostra d'aquest estudi està conformada per 49 participants que compleixen els següents requisits: (1) identificar-se com a home, (2) sentir-se atret per altres homes, (3) tenir entre 18 i 30 anys, (4) ser resident a Espanya i (5) donar el seu consentiment informat.

També es van definir uns criteris d'exclusió, que són: (1) no identificar-se com a home i no sentir-se atret per altres homes, (2) ser menor d'edat o tenir més de 30 anys i (3) no entendre el castellà, ja que els qüestionaris només estaven en aquesta llengua.

3.2. Instruments

Per iniciar es va realitzar un qüestionari a partir del qual es recollien les dades sociodemogràfiques, que en aquest cas eren: l'edat, el sexe, la identitat de gènere, l'orientació sexual, l'estat civil, el nivell d'estudis, la ciutat de procedència i l'ús o no d'aplicacions de cites. A més d'aquestes preguntes sociodemogràfiques es van passar quatre qüestionaris, en el cas de les persones que no utilitzen aquestes plataformes, únicament es van passar tres qüestionaris, ja que el que és referent a l'ús d'aplicacions de cites no era necessari, pel fet que no en fan servir.

- **Versió abreujada de State-Trait Anxiety Inventory (STAI-6):** per avaluar l'ansietat estat es farà servir una versió abreujada del State-Trait Anxiety Inventory (Marteau & Bekker, 1992). Aquesta versió conté 6 ítems que valoren l'experiència d'ansietat transitòria en situacions i moments específics. Els ítems es responen en una escala de 4 punts que van des de l'1 al 4 (1= gens - 4=molt). Alguns ítems estan formulats de manera positiva (I1, I4 i I5), i per tant en aquests haurem d'invertir les puntuacions a l'hora de corregir. La puntuació total obtinguda pot anar de 6 a 24 punts, sent les puntuacions més elevades indicatives d'un major nivell d'ansietat estat. Aquest instrument ha estat utilitzat àmpliament tant en la versió normal com abreujada en contextos clínics i població general com a eina de cribratge ràpida i eficient, presentant molt bones propietats psicomètriques.

- **Escala de soledat percebuda (ULS-8):** la soledat s'avaluarà a través de la versió abreujada de la UCLA Loneliness Scales (Hays & DiMatteo, 1987). L'escala mesura la percepció de desconexió social a través de 8 ítems en la versió que utilitzem, els quals es respondran d'acord amb una escala de 4 punts (1 = mai - 4 = sovint). Algunes d'aquestes afirmacions estan redactades de manera positiva (I3 i I6), a l'hora de corregir les puntuacions d'aquests ítems s'hauran d'invertir. La puntuació total, per tant, anirà des de 8 fins a 32, on tenir puntuacions més elevades implicarà un sentiment de soledat més intens. L'escala presenta una alta consistència interna i ha estat utilitzada en nombrosos estudis tant en població adolescent com en població adulta, presentant excel·lents propietats psicomètriques tant en la versió original com en l'abreujada.
- **Escala de l'autoestima global de Rosenberg (RSE):** L'autoestima s'avaluarà a través de l'escala de Rosenberg (1965), un dels instruments més usats per avaluar la valoració que una persona fa de sí mateixa. L'escala està formada per 10 ítems que responen en una escala Linkert de 4 punts (1 = totalment en desacord - 4 = totalment d'acord). La puntuació total d'aquesta escala oscil·la entre 10 i 40 punts, i a l'hora de corregir 5 d'aquests 10 ítems estan formulats de manera negativa (I2, I5, I6, I8, I9), per tant, les puntuacions d'aquests s'hauran d'invertir. Els barems habituals d'interpretació d'aquesta escala són:

10-25 punts: Autoestima baixa.

26-29 punts: Autoestima mitjana.

30-40 punts: Autoestima alta.

L'escala és àmpliament utilitzada i presenta alta consistència interna a més de tenir una validesa convergent amb altres mesures de benestar psicològic, presentant així bones característiques psicomètriques.

Només per als usuaris que han respost de manera afirmativa a l'ús habitual d'aplicacions de cites:

- **Ús problemàtic de les aplicacions de cites (PODAUS):** Per mesurar l'ús problemàtic de les aplicacions de cites es farà servir la Problematic Online Dating App Use Scale (Gori, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2024)) L'escala consta de 6 ítems que avaluen els diferents inconvenients del mal ús d'aquestes aplicacions. Els ítems es responen en una escala Linkert de 5 punts (1 = totalment en desacord - 5 = totalment d'acord). La puntuació total oscil·la entre els 6 i els 30 punts, on no trobem punts de tall estandarditzats però les puntuacions més elevades indicaran un ús més problemàtic d'aquestes plataformes.

Aquesta escala ha estat validada recentment mostrant excel·lents propietats psicomètriques, sent adequada a la sensibilitat i especificitat per identificar patrons disfuncionals d'ús.

3.3. Procediment

En primer lloc, l'estudi va ser aprovat per la Comissió d'Ètica per a la Recerca i la Innovació (CERI) de la Universitat Rovira i Virgili. La recollida es va dur a terme a través d'una enquesta en format digital, a la qual els participants accedien a través d'un enllaç compartit per l'investigador.

Per localitzar participants, es va publicar una història a Instagram, on s'explicava de manera breu l'objectiu de l'estudi i sol·licitant la participació de persones que complissin els criteris per formar part de la mostra, de manera que quan accedien a l'estudi ja sabien quin era el seu objectiu. Aquesta publicació es va difondre de manera pública per les xarxes socials de l'investigador per poder arribar al màxim nombre de participants possibles.

Un cop ells expressaven interès a participar, es comprovava que complissin els criteris, i si els complien se'ls enviava l'enllaç a l'enquesta. Un cop accedien a l'enquesta allà acceptaven el seu consentiment a participar i seguidament es recollien les dades sociodemogràfiques i les respostes als qüestionaris psicomètrics comentats a l'apartat anterior.

Contestar el qüestionari tenia una durada aproximada de cinc minuts, i tot el procés es va dissenyar garantint la confidencialitat i l'anonimat dels participants.

3.4. Pla d'anàlisi de dades

Per a l'anàlisi estadística de dades es va fer servir la versió 29 del programa *IMB SPSS Statistics*.

En primer lloc, es va realitzar una anàlisi de les característiques sociodemogràfiques de la mostra. Totes les variables d'aquest apartat s'han considerat com a categòriques incloent-hi l'edat, el sexe assignat en néixer la identitat de gènere, l'orientació sexual, l'estat civil i el nivell d'estudis. Per fer l'anàlisi es van calcular les freqüències i els percentatges de cadascun dels ítems.

Un cop fet això es va voler donar resposta al primer objectiu de l'estudi, per a fer-ho, es van calcular les mitjanes i desviacions típiques de les variables emocionals (ansietat estat mitjançant l'STAI-6, soledat amb l'ULS-8 i l'autoestima amb l'escala RSE), així com el grau d'ús problemàtic de les aplicacions de cites (PODAUS). Aquesta anàlisi descriptiva va permetre tenir una visió general dels nivells d'afectació emocional de cada una de les variables i l'ús d'aplicació de cites a la mostra estudiada.

Per tal de donar resposta als objectius 2, 3 i 4, es va realitzar una estratègia d'anàlisi dividida en dues fases.

En la primera fase, es van comparar els nivells d'ansietat estat, soledat i autoestima entre les persones que indicaven un ús regular de les aplicacions de cites i les que no. Abans de fer aquesta comparació es va comprovar la normalitat de les variables a través de la prova Shapiro-Wilk. Segons els resultats de la prova de normalitat es van aplicar proves t de Student per a les mostres que sí seguien els criteris de normalitat (ansietat estat i autoestima), i per a la que no seguia els criteris de normalitat (soledat) es va aplicar la prova no paramètrica de Mann Whitney U. Aquesta primera fase, ens va permetre detectar si existien diferències generals en l'afectació de les nostres variables en funció de l'ús o no d'aplicacions de cites.

En la segona fase, es va atendre exclusivament les persones que indicaven un ús habitual de les aplicacions de cites, i es va analitzar si un ús més o menys problemàtic (mesurat a través del qüestionari PODAUS) s'associava amb els nivells d'afectació emocional. Es va comprovar amb la prova Shapiro-Wilk que

PODAUS no seguia una distribució normal, i per tant es va realitzar una correlació de Spearman amb les puntuacions d'ansietat estat, soledat i autoestima.

En tots els casos, es va establir el nivell de significació estadística de 0,05 per determinar la presència de diferències o relacions significatives entre les variables analitzades.

4. RESULTATS

4.1. Característiques sociodemogràfiques de la mostra

Taula 1

Distribució de les freqüències del les variables sociodemogràfiques

		Freqüència	Percentatge
Edat	18-22	38	77,55%
	23-26	9	18,37%
	27-30	2	4,08%
Sexe assignat al néixer	Home	48	97,95%
	Dona	1	2,05%
	Intersexual	0	0%
Identitat de gènere	Home	49	100%
Orientació sexual	Homosexual	40	81,63%
	Bisexual	9	18,37%
	Pansexual	0	0%
	Queer	0	0%
	Altres	0	0%
Estat civil	Solter	36	73,47%
	Parella oberta	4	8,16%
	Parella tancada	9	18,37%
	Casat	0	0%
	Divorciat	0	0%
Nivell d'estudis finalitzats	Secundaria (ESO)	1	2,05%
	Grau mig / Batxillerat	24	48,98%
	Grau superior	8	16,32%
País de residència	Grau universitari	12	24,49%
	Màster o postgrau	4	8,16%
	Espanya	49	100%

L'estudi compta amb una mostra de 49 participants, tots ells residents a Espanya. La major part de l'estudi es trobava en la franja d'edat de 18-22 anys (n=38; 77,55%), seguits pels de 23-26 (n=9; 18,37%) , i en menor mesura, pels de 27-30 anys (n=2; 4,08%).

Pel que fa el sexe assignat en néixer, la gran majoria eren homes (n=48; 97,95%) i tan sols una única persona com a dona (n=1; 2,05%). Tota la mostra s'identificava amb el gènere masculí. Pel que fa a l'orientació sexual, la gran majoria s'identificava com a homosexual (n=40; 81,63%) i una minoria com a bisexual (n=9; 18,37%). Cap dels participants s'identificava com a pansexual, queer o altres.

Quant a l'estat civil hi havia una gran part que es declarava com a solter (n=36; 73,47%), per altra banda, hi havia un grup que estava en parella tancada (n=9; 18,37%), i un grup més reduït que es trobava en parella oberta (n=4; 8,16%). Cap dels participants es trobava en situació de matrimoni o divorci.

Amb referència al nivell d'estudis finalitzats, gairebé la meitat de la mostra havia completat un grau mitjà o batxillerat (n=24; 28,98), seguit dels que havien acabat un grau universitari (n=12; 24,49%), continuant pels que havien finalitzat un grau superior (n=8; 16,32%) i pels que de màster o postgrau (n=4; 8,16%), finalitzant per un únic participant amb només l'ESO (n=1; 2,05%). Per a consultar amb més detall, atendre a la Taula 1.

4.2. Variables intrapsicològiques segons l'ús d'aplicacions de cites

A continuació es presenta una descripció de les mitjanes i desviacions típiques de les variables emocionals (ansietat estat, soledat i autoestima), diferenciant entre els participants que fan servir aplicacions de cites i els que no.

La mitjana global d'ansietat estat va ser de 13,31 (SD= 4,043), i per grups va ser de 13,27 (SD= 4,133) en els usuaris i de 13,38 (SD= 3,981) en els no usuaris. La mitjana global de l'autoestima va ser de 16,57 (SD= 4,551), i per grups va ser de 16,45 (SD= 4,487) en els usuaris i de 16,81 (SD=4,820) en els no usuaris. La mitjana global en la soledat va ser de 28,59, i per grups va ser de 28,12 (SD= 5,957) en els usuaris i de 29,56 (SD= 5,621) en els no usuaris. En línies generals,

no es van observar diferències notables entre els usuaris i no usuaris en cap de les variables estudiades.

Taula 2

Descriptius de les variables intrapsicològiques segons l'ús d'aplicacions de cites

		Mitjana	N	Desv. típiques
No ús apps	Ansietat estat	13,38	16	3,981
	Soledat	16,81	16	4,820
	Autoestima	29,56	16	5,621
Sí ús apps	Ansietat estat	13,27	33	4,133
	Soledat	16,45	33	4,487
	Autoestima	28,12	33	5,957
Total	Ansietat estat	13,31	49	4,043
	Soledat	16,57	49	4,551
	Autoestima	28,59	49	5,831

4.3. Diferències en les variables intrapsicològiques entre usuaris i no usuaris

4.3.1. Comprovació de la normalitat

Per tal de determinar l'anàlisi estadística adequada, es va avaluar la normalitat de les dades mitjançant la prova de Shapiro-Wilk (Taula 3). Es va observar que totes les dades seguien una distribució normal, ja que ($p > 0,05$), excepte la soledat en el grup d'usuaris ($p = 0,005$), motiu pel qual en aquesta variable posteriorment es va aplicar una prova no paramètrica.

Taula 3

Prova de normalitat Shapiro-Wilk de les variables segons l'ús d'aplicacions de cites

		Estadístic	gl	Significació
Ansietat estat	No ús apps	0,948	16	0,463
	Sí ús apps	0,962	33	0,293
Soledat	No ús apps	0,898	16	0,075
	Sí ús apps	0,900	33	0,005*
Autoestima	No ús apps	0,981	16	0,970
	Sí ús apps	0,937	33	0,055

Nota. * indica que $p < 0,05$

4.3.2. Comparacions entre grups

Per analitzar les diferències en els nivells d'ansietat estat entre els usuaris i no usuaris d'aplicacions de cites, es va aplicar la prova t de mostres independents, atès que la variable seguia una distribució normal com hem vist en l'anterior apartat a la prova de Shapiro-Wilk. Els resultats, mostrats a la taula 4, no van indicar diferències significatives entre ambdós grup ($t(47) = 0,082$, $p = 0,935$), ja que el valor de p era superior a 0,05.

Taula 4

Prova t de mostres independents per a la comparació dels usuaris/no usuaris en la variable Ansietat estat

	t	gl	Significació bilateral	Dif. de mitjanes	Dif. error estàndard
Ansietat estat	0,082	47	0,935	0,102	1,244

Pel que fa la variable soledat, i degut a que no seguia una distribució normal en el grup d'usuaris ($p = 0,005$), es va utilitzar la prova no paramètrica de Mann-Whitney. Els resultats, mostrats a la taula 5, indiquen que tampoc es van observar diferències significatives entre usuaris i no usuaris ($U = 261$, $p = 0,949$), posant-se el valor de p per sobre de 0,05.

Taula 5

Prova Mann-Whitney per a la comparació dels usuaris/no usuaris en la variable Soledat

	U de Mann- Whitney	Significació bilateral
Soledat	261	0,949

Finalment, per a la variable autoestima, també es va utilitzar la prova t de mostres independents, ja que la variable seguia la distribució normal. Segons es pot observar a la taula 6, no es van detectar diferències significatives entre els grups ($t(47) = 0,803$, $p = 0,423$), ja que el valor de p també era superior al 0,05.

Taula 6

Prova t de mostres independents per a la comparació dels usuaris/no usuaris en la variable Autoestima

	t	gl	Significació bilateral	Dif. de mitjanes	Dif. error estàndard
Autoestima	0,802	47	0,423	1,441	1,783

4.4. Relació entre ús problemàtic d'aplicacions de cites i variables emocionals

4.4.1. Comprovació de la normalitat

Per tal de poder analitzar si l'ús problemàtic d'aplicacions de cites (mesurat amb el PODAUS) s'associava amb majors nivells d'afectació emocional, es va analitzar la submostra de persones que sí en feien un ús habitual d'aquestes ($n=33$).

La prova de normalitat Shapiro-Wilk (taula 7) va indicar que el PODAUS no seguia una distribució normal ($p=0,035$), ja que p era superior a 0,05. Per aquest motiu, posteriorment es va utilitzar les correlacions d'Spearman entre l'ús problemàtic d'apps i les variables ansietat estat, soledat i autoestima.

Taula 7

Prova de normalitat Shapiro-Wilk de l'ús problemàtic d'aplicacions de cites

	Estadístic	gl	Significació
PODAUS	0,930	33	0,035*

Nota. * indica que $p < 0,05$

4.4.2. Correlació entre ús problemàtic d'apps i variables psicològiques

Els resultats de la correlació de Spearman (taula 8) van mostrar que l'ús problemàtic d'aplicacions no correlacionava de manera significativa amb cap de les tres variables prèviament mencionades, ja que tots els valors de p eren superiors a 0,05 (ansietat estat $p = 0,383$, soledat $p = 0,297$ i autoestima $p = 0,233$).

No obstant, sí es van trobar correlacions internes significatives en algunes variables, com en ansietat estat i soledat ($r = 0,434$, $p = 0,012$), i correlacions negatives entre autoestima i ansietat estat ($r = -0,470$, $p = 0,006$) i entre autoestima i soledat ($r = -0,471$, $p = 0,006$).

Taula 8

Correlació de Spearman segons l'ús problemàtic de les aplicacions de lligar amb les variables intrapsicològiques

		Ús			
		problemàtic de les apps	Ansietat estat	Soledat	Autoestima
Ús problemàtic de les apps	Coeficient de correlació	1,000	0,157	0,187	-0,214
	Significació bilateral		0,383	0,297	0,233
	N	33	33	33	33
Ansietat estat	Coeficient de correlació	0,157	1,0000	0,434	-0,470
	Significació bilateral	0,383		0,012	0,006
	N	33	33	33	33
Soledat	Coeficient de correlació	0,187	0,434	1,0000	-0,471
	Significació bilateral	0,297	0,012		0,006
	N	33	33	33	33
Autoestima	Coeficient de correlació	-0,214	-0,470	-0,471	1,0000
	Significació bilateral	0,233	0,006	0,006	
	N	33	33	33	33

5. DISCUSSIÓ

Aquest estudi tenia com a principal objectiu analitzar l'impacte psicològic de l'ús d'aplicacions de cites entre homes joves homosexuals, centrant-se en tres variables intrapsicològiques: ansietat estat, soledat i autoestima. Partint d'aquesta premissa general, es van desenvolupar objectius més concrets, concretament: (1) descriure els nivells d'ús d'aplicacions i les variables psicològiques; (2) explorar la freqüència d'ús i ansietat estat; (3) analitzar l'associació entre ús problemàtic i la soledat; i (4) examinar si un ús intensiu d'aquestes aplicacions s'associava amb una disminució d'autoestima.

Amb referència al primer objectiu, de caràcter descriptiu, es pot considerar que s'ha assolit amb èxit. Aquest estudi ha permès obtenir una radiografia precisa del perfil emocional i conductual de la mostra, identificant així nivells mitjans d'ansietat estat i d'autoestima, així com una autoestima lleugerament per sota de la mitjana normativa. Per altra banda, els objectius analítics d'establiment de relacions entre variables no han mostrat els patrons o relacions esperades, cosa que ha afectat directament la validació de les hipòtesis plantejades.

Les hipòtesis plantejades sorgien de la literatura prèvia, que assenyala que l'ús intensiu d'aplicacions de cites pot generar malestar emocional (Holtzhausen et al., 2020; Licoppe, 2020). Es preveia, per tant, que un major ús problemàtic s'associaria amb nivells més elevats d'ansietat estat (H1), que l'ús problemàtic es correlacionaria amb més soledat (H2) i que aquest ús intensiu es relacionaria amb un nivell més baix d'autoestima (H3). No obstant això, les dades empíriques obtingudes del qüestionari no van mostrar cap relació significativa entre aquestes variables mencionades, tant en les comparacions entre el grup d'usuaris i de no usuaris com en les correlacions dins del grup d'usuaris habituals d'aquestes aplicacions.

Observant aquesta discrepància que existeix entre les hipòtesis teòriques i els resultats obtinguts, cal realitzar una anàlisi crítica que consideri les possibles explicacions teòriques com les limitacions a nivell metodològic del disseny i de la mostra.

Una primera explicació possible neix en el fet que l'ús d'aquestes aplicacions no genera necessàriament un efecte unidireccional i negatiu sobre el benestar

emocional. Les apps poden actuar com a una font de validació, exploració identitària i canal de socialització, especialment en homes joves atrets per altres homes que sovint es troben limitats als seus entorns socials. L'impacte emocional d'aquest ús pot variar en funció de la motivació a l'ús d'aquestes aplicacions (cerca d'amistat, sexe, parella estable, reconeixement) i del context vital de la persona. D'aquesta manera les persones poden experimentar tant sensacions negatives com ansietat, però també poden trobar sensacions positives com connexió, alleujament o reforç positiu, tot depenent del context en què es trobi la persona.

A més, l'ús d'aplicacions per part d'aquesta mostra concreta pot estar més normalitzat emocionalment. Parlem d'un perfil majoritari de joves entre 18 i 22 anys, digitalment alfabetitzats, que tenen gran experiència amb entorns socials en línia i, probablement, amb una certa capacitat de regulació emocional adaptada a les interaccions digitals. Per tant, aquest perfil podria haver resultat més resilient o menys vulnerable als efectes adversos que s'han detectat a altres estudis, especialment aquells que presenten mostres més heterogènies o clíniques.

Una altra explicació possible és el fenomen d'adaptació hedònica. Les interaccions digitals poden generar fluctuacions emocionals puntuals com ara eufòria per un "match" o frustració per un "ghosting", però amb el temps els usuaris poden acabar adaptant-se a aquestes dinàmiques i integrar-les sense grans alteracions del seu estat emocional basal. Aquesta integració a nivell emocional pot genera que no es donin reaccions tan agudes a causa de l'ús quotidià d'aquestes tecnologies, i per tant, d'aquestes dinàmiques.

També és important considerar que, com han apuntat Rosenberger et al. (2014) i Marentes (2020), el col·lectiu homosexual pot desenvolupar estratègies pròpies de vinculació i resistència afectiva davant d'un entorn relacional més fragmentat o superficial. Són aquestes mateixes estratègies les que poden actuar com a mecanismes protectors, limitant així l'impacte negatiu d'una cultura de consum afectiu.

A més el fet que les aplicacions siguin plataformes polivalents, on la gent pot cercar coses molt diverses, fa que la seva influència a nivell emocional sigui molt variable. L'ús problemàtic s'ha de definir pel significat subjectiu que cada persona atorga a aquesta activitat.

Les explicacions anteriors no poden entendre's completament sense tenir en compte les limitacions específiques que presenta l'estudi, que poden haver condicionat els resultats obtinguts.

En primer lloc, la mida de la mostra és una limitació a destacar. Contant únicament amb 49 participants, dels quals només 33 són usuaris habituals, la potència estadística és limitada, sobretot per poder detectar correlacions petites o moderades. Aquesta mostra més reduïda incrementa el risc d'error tipus II (no detectar un efecte real), i provoca una disminució en la capacitat de generalització dels resultats.

Una segona limitació important és l'homogeneïtat de la mostra. El 77% dels participants tenen entre 18 i 22 anys, amb nivells educatius mitjans-alts i procedència similar. Aquesta manca de variabilitat pot haver restringit l'aparició de diferències entre grups, especialment en les variables d'interès on existeix una distribució molt concentrada en aquest segment de població.

També es podria destacar com a limitació que, tot i que els instruments utilitzats són vàlids i fiables, no deixen de ser versions abreujades que no acaben de captar del tot la complexitat de les vivències emocionals vinculades a l'ús d'aplicacions. Escales com ara són STAI-6, ULS-8 o RSE ofereixen una aproximació ràpida a aquest malestar general, però potser ho fan d'una manera massa general. Aquesta limitació es converteix en especialment rellevant quan es volen mesurar efectes subtils o moderats en un context social tan específic com és l'ús d'aplicacions de cites per a joves gais.

Podríem destacar també l'absència de variables moderadores o mediadores. No es va recollir cap mena de factors potencialment determinants per aquest estudi com podrien ser l'estil d'apego, la motivació d'ús, la imatge corporal o el suport social percebut. Aquests elements i similars podrien explicar diferència dins del grup d'usuaris i permetria entendre millor per què alguns experimenten efectes negatius mentre que altres no.

Per finalitzar el disseny transversal que presenta aquest estudi no permet establir relacions causals. No podem saber si l'ús de les aplicacions genera més malestar, o si són les persones que tenen més malestar les que tendeixen a utilitzar aquestes

aplicacions com a mecanisme de regulació o fugida. Els resultats observats podrien reflectir una interacció complexa i bidireccional entre les variables estudiades.

6. CONCLUSIONS

Els resultats d'aquest estudi no han confirmat les hipòtesis inicials, però sí que aporten una mirada complexa i matisada sobre l'impacte de l'ús d'aplicacions de cites en el benestar psicològic de joves homosexuals. Tot i les expectatives sorgides de la literatura prèvia, no s'han trobat diferències significatives entre els usuaris i no usuaris d'aquestes plataformes en relació amb les variables estudiades: ansietat estat, soledat i autoestima. D'aquesta manera, tampoc s'han trobat correlacions significatives entre l'ús problemàtic d'aquestes aplicacions i les variables analitzades. Els resultats suggereixen que l'afectació de les variables de l'estudi en relació amb l'ús d'aquestes plataformes no és negatiu de manera universal ni lineal, sinó que ve condicionat per múltiples factors individuals, contextuals, socials i d'ús...

Entre les possibles explicacions a aquests resultats podem trobar el perfil específic de la mostra, una mostra formada per joves, digitalment alfabetitzats i amb probablement més habituació a gestionar dinàmiques pròpies de les interaccions online. A més, s'ha de tenir en compte que les aplicacions de cites poden utilitzar-se com a espais d'expressió, validació i socialització, especialment en col·lectius amb menys opcions de vinculació en un entorn presencial, com és el cas de la mostra estudiada. En aquest sentit, l'ús d'aquestes plataformes pot promoure tant experiències de malestar com de benestar emocional, tot dependent de les expectatives, l'estil d'ús i el context relacional de la persona.

No obstant això, l'estudi presenta diverses limitacions que poden haver influït en els resultats obtinguts: una mostra reduïda i homogènia, l'ús d'instruments abreujats i l'absència de variables mediadores o moderadores que permetin una comprensió més profunda dels processos estudiats. Així doncs, es recomana que futures recerques incorporin mestres més àmplies i diverses, dissenys longitudinals i variables com l'estil d'apego, el suport social o la motivació d'ús. Aquestes línies podrien oferir una línia d'anàlisi més ajustada als riscos i potencialitats associades a les aplicacions de cites en els joves homosexuals, contribuint així a desenvolupar estratègies d'intervenció i prevenció adaptades a la realitat d'aquests joves.

7. BIBLIOGRAFIA

- Altan, K. B. (2019). Problematic versus non-problematic location-based dating app use: Exploring the psychosocial impact of Grindr use patterns among gay and bisexual men. *University of Hertfordshire Research Archive*.
- Bandinelli, C. (2022). Dating apps: Towards post-romantic love in digital societies. *International Journal of Cultural Policy, 28*(7), 905–919.
- Bauermeister, J. A., Johns, M. M., Sandfort, T. G., Eisenberg, A., Grossman, A. H., & D'Augelli, A. R. (2010). Relationship trajectories and psychological well-being among sexual minority youth. *Journal of Youth and Adolescence, 39*, 1148–1163.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Polity Press.
- Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(18), 6500.
- Chan, L. S. (2021). *The politics of dating apps: Gender, sexuality, and emergent publics in urban China*. MIT Press.
- Daskalopoulou, A., Pirani, D., & Ostberg, J. (Eds.). (2024). *Sexuality in marketing and consumption: Queer theory, feminist research, and intersectionality*. Taylor & Francis.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer Science & Business Media.
- Detrie, P. M., & Lease, S. H. (2007). The relation of social support, connectedness, and collective self-esteem to the psychological well-being of lesbian, gay, and bisexual youth. *Journal of Homosexuality, 53*(4), 173–199.
- Doan, L., Miller, L. R., & Loehr, A. (2015). The power of love: The role of emotional attributions and standards in heterosexuals' attitudes toward lesbian and gay couples. *Social Forces, 94*(1), 401–425.

- Gori, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2024). The Problematic Online Dating Apps Use Scale (PODAUS): development and evaluation of its psychometric properties. *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100533.
- Hays, R. D., & DiMatteo, M. R. (1987). A short-form measure of loneliness. *Journal of Personality Assessment*, 51(1), 69–81.
- Hobbs, M., Owen, S., & Gerber, L. (2017). Liquid love? Dating apps, sex, relationships and the digital transformation of intimacy. *Journal of Sociology*, 53(2), 271–284.
- Holtzhausen, N., Fitzgerald, K., Thakur, I., Ashley, J., Rolfe, M., & Pit, S. W. (2020). Swipe-based dating applications use and its association with mental health outcomes: A cross-sectional study. *BMC Psychology*, 8, 1–12.
- Huang, Y. T., & Gong, A. D. (2025). Too vulnerable to resist: Problematic use of dating apps associated with social appearance anxiety, social interaction anxiety, and rejection sensitivity. *Computers in Human Behavior*, 165, 108566.
- Lenton-Brym, A. P., Santiago, V. A., Fredborg, B. K., & Antony, M. M. (2021). Associations between social anxiety, depression, and use of mobile dating applications. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(2), 86–93.
- Licoppe, C. (2020). Liquidity and attachment in the mobile hookup culture: A comparative study of contrasted interactional patterns in the main uses of Grindr and Tinder. *Journal of Cultural Economy*, 13(1), 73–90.
- Marentes, M. (2020). El consumo de la realidad amorosa gay: pensando al amor en situación. *Repositorio Institucional CONICET*.
- Marteau, T. M., & Bekker, H. (1992). The development of a six-item short-form of the state scale of the Spielberger State–Trait Anxiety Inventory (STAI).
- Obarska, K., Szymczak, K., Lewczuk, K., & Gola, M. (2020). Threats to mental health facilitated by dating applications use among men having sex with men. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 584548.

- Pereira, H., Silva, C., & Monteiro, S. (2020). The role of the Grindr™ dating application in the sex lives of men who have sex with men. *Journal of Sex Research, 57*(6), 722–731.
- Persano, H. L. (2018). La Teoría del Apego. A *El Mundo de la Salud Mental en la Práctica Clínica* (pp. 157–177). Akadia Editorial.
- Phan, A., Seigfried-Spellar, K., & Choo, K. K. R. (2021). Threaten me softly: A review of potential dating app risks. *Computers in Human Behavior Reports, 3*, 100055.
- Rinaldi, M. R., Azzahra, O. F. S., & Hardika, J. (2024). Dating anxiety and loneliness in online dating: The moderating effect of gender. *Journal of Psychological Perspective, 6*(2), 87–96.
- Rosario, M., Schrimshaw, E. W., Hunter, J., & Braun, L. (2009). Sexual identity development among lesbian, gay, and bisexual youths: Consistency and change over time. *Journal of Sex Research, 46*(1), 3–14.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberger, J. G., Herbenick, D., Novak, D. S., & Reece, M. (2014). What's love got to do with it? Examinations of emotional perceptions and sexual behaviors among gay and bisexual men in the United States. *Archives of Sexual Behavior, 43*, 119–128.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment, 66*(1), 20–40.
- Sheldon, P., Rauschnabel, P., & Honeycutt, J. M. (2019). *The dark side of social media: psychological, managerial, and societal perspectives*. Academic Press.

- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93(2), 119–135.
- Spielberger, C. D., Gorsuch, R. L., & Lushene, R. E. (1983). *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (STAI)*. Consulting Psychologists Press.
- Timmermans, E., & Courtois, C. (2020). From swiping to ghosting: Examining the impact of mobile dating apps on relational communication among emerging adults. *New Media & Society*, 22(10), 1879–1898.
- Tsimtsiou, Z., Hatzichristou, D. G., Nakopoulou, E., & Katsaounou, P. (2024). The Problematic Online Dating Apps Use Scale (PODAUS): Development and evaluation of its psychometric properties. *Current Psychology*. Advance online publication.
- Yeo, T. E. D., & Fung, T. H. (2016, July). Relationships form so quickly that you won't cherish them: Mobile dating apps and the culture of instantaneous relationships. In *Proceedings of the 7th 2016 International Conference on Social Media & Society* (pp. 1–6).
- Zapata, I., Vargas, J., & Marín-Cortés, A. (2021). Una revisión de alcance sobre las relaciones entre vínculos sexo-afectivos y tecnologías digitales. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 17(2), 20–36.

8. ANNEXOS

ESTUDIO SOBRE EL IMPACTO DE LAS APPS DE CITAS EN LA SALUD MENTAL DE JOVENES HOMOSEXUALES

Hola, mi nombre es Izan Cobos Sánchez y soy estudiante del Grado en Psicología en la Universitat Rovira i Virgili (URV).

Actualmente estoy desarrollando mi Trabajo de Final de Grado (TFG) y para ello estoy llevando a cabo un estudio sobre la posible relación entre el uso de aplicaciones de citas y tres variables intrapsicológicas: ansiedad, soledad y autoestima.

Para participar en este estudio, solo tendréis que completar una encuesta online, y el tiempo estimado para responderla es de aproximadamente 5 minutos.

Es importante recordar que este estudio no conlleva **ningún riesgo** ni implica el tratamiento de datos personales. Las respuestas serán tratadas de manera **confidencial** y no se podrán vincular a ninguna persona en particular, por lo que la participación es **totalmente anónima**. Por esta razón, os pido sinceridad al responder para garantizar la validez del estudio.

Este estudio está dirigido exclusivamente a **hombres jóvenes**, de **entre 18 y 30 años**, que se **sientan atraídos por otros hombres**, por lo que es necesario cumplir con este criterio para participar.

Asimismo, quiero recordaros que, en cualquier momento, si sentís incomodidad o preferís abandonar el cuestionario, seréis libres de hacerlo sin ningún problema.

¡Muchas gracias por vuestra colaboración!

1. Doy mi consentimiento voluntario e informado para participar en el presente estudio *

Sí, acepto

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

2. Edad *

18-22

23-26

27-30

3. Sexo asignado al nacer *

Hombre

Mujer

Intersexual

4. Identidad de género *

Hombre

5. Orientación sexual *

Homosexual

Bisexual

Pansexual

Queer

Otros

6. Estado civil *

Soltero

Pareja abierta

Pareja cerrada

Casado

Divorciado

7. Nivel de estudios (finalizados) *

Secundaria (ESO)

Grado Medio / Bachillerato

Grado Superior

Grado Universitario

Máster o Posgrado

8. Ciudad de residencia *

Escriba su respuesta

The Problematic Online Dating Apps Use Scales (PODAUS)

Este cuestionario mide aspectos relacionados con la dependencia, el uso compulsivo y las consecuencias negativas asociadas al uso excesivo de estas plataformas.

Lee las siguientes afirmaciones y responde según el grado de acuerdo que tengas con cada una de ellas respecto a tu uso de aplicaciones de citas.

Este cuestionario solo va dirigido a las personas que usan de manera regular aplicaciones de ligar, si no se hace uso de estas, no se responde al cuestionario.

9. Usas de manera regular aplicaciones de ligar? *

Sí

No

10. PODAUS *

	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Paso demasiado tiempo usando o pensando en las aplicaciones de citas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso las aplicaciones de citas como una manera de cambiar mi estado de ánimo (por ejemplo, para escapar, para sentirme mejor, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con el tiempo, he aumentado la cantidad de tiempo que paso usando o pensando en las aplicaciones de citas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento intranquilo si no puedo usar las aplicaciones de citas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El uso de las aplicaciones de citas interfiere con cosas importantes en mi vida (por ejemplo, educación, trabajo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He intentado reducir el uso de las aplicaciones de citas, pero no he podido hacerlo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

State-Trait Anxiety Inventory - 6 items (STAI-6)

El STAI-6 es un cuestionario breve que mide la ansiedad en dos aspectos: ansiedad estado (situacional) y ansiedad rasgo (habitual). Consta de 6 ítems y se utiliza para evaluar rápidamente el nivel de ansiedad de una persona en diferentes contextos.

Lee cada afirmación y selecciona la respuesta que mejor te describa respecto a como te sientes actualmente.

11. STAI-6 *

	Nada	Un poco	Moderadamente	Mucho
Me siento tranquilo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy tenso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento molesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy relajado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento satisfecho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy preocupado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

UCLA Loneliness Scale (ULS-8)

La UCLA Loneliness Scale (ULS-8) es una herramienta psicológica diseñada para medir la sensación de soledad y el aislamiento social de una persona. Consta de 8 ítems que evalúan el grado en que una persona se siente desconectada de los demás, experimenta falta de compañía y percibe un vacío en sus relaciones sociales.

Lee cada afirmación y selecciona la respuesta más adecuada, con respecto a la frecuencia de la aparición de los diferentes pensamientos y afirmaciones.

12. ULS-8 *

	Nunca	Rara vez	A veces	A menudo
Me falta compañía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No hay nadie a quien pueda acudir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soy una persona extrovertida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento excluido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento aislado de los demás	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo encontrar compañía cuando lo quiero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soy infeliz estando tan aislado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hay personas a mi alrededor, pero no conmigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE)

El Rosenberg Self-Esteem Scale (RSE) es una herramienta psicológica diseñada para medir la autoestima general de un individuo. Este cuestionario consta de 10 afirmaciones que evalúan cómo una persona se siente respecto a sí misma, incluyendo tanto aspectos positivos como negativos de su autopercepción.

Lee las siguientes afirmaciones y responde según el grado de acuerdo que tengas con cada una de ellas a estos pensamientos o creencias sobre ti mismo.

13. RSE *

	totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
En general, estoy satisfecho/a conmigo mismo/a.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A veces pienso que no valgo nada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siento que tengo una serie de buenas cualidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de las personas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siento que no tengo mucho de qué estar orgulloso/a.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ciertamente me siento inútil en ocasiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siento que soy una persona valiosa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desearía poder tener más respeto por mí mismo/a.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En general, tiendo a pensar que soy un fracaso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. AGRAÏMENTS

En primer lloc, vull agrair a tots els participants del meu qüestionari, ja que el seu temps i la seva dedicació ha sigut fonamental per tal que jo pogués desenvolupar aquest estudi.

Aprofito també per agrair a la meva tutora la Dra. Patricia Tàpia Caballero, pel seu seguiment, la seva ajuda i el seu suport al llarg del desenvolupament d'aquest treball, per estar quan l'he necessitat i per resoldre'm tots els dubtes que m'han sorgit.

En especial agrair al meu gos Dior per fer-me costat durant cada jornada de realització d'aquest treball i per l'alegria i les ganes de viure que m'aporta dia rere dia.

També donar les gràcies a la meva mare, el meu pare i la meva germana per estar dia a dia amb mi, donar-me l'amor i el suport necessari i motivar-me a seguir sempre endavant.

Donar les gràcies a tots els meus amics que m'ha donat aquesta universitat, ja que sense ells aquests quatre anys no haguessin sigut tan especials com ho han sigut, gràcies per fer-me tan feliç.

I per acabar donar-me les gràcies a mi mateix per l'esforç d'aquests quatre anys i per lluitar fins al final pel que realment vull.