

**Atributos ofrecidos y deseados por mujeres y hombres que buscan pareja de su mismo sexo a largo plazo a través de publicidad personal.**

**Wendy Tatiana Cárdenas Pinzón y Ángela Marcela Salcedo Sánchez.**

**Director de Trabajo de Grado**

**Franklin Giovanni Soler Esparragoza.**

**Universidad del Rosario**

**Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud**

**Programa de Psicología**

**2017**

**Universidad del Rosario**  
**Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud**  
**Programa de Psicología**

**Acta de Aprobación del trabajo de grado**

Los aquí firmantes certificamos que el trabajo de grado elaborado por Wendy Tatiana Cárdenas Pinzón y Ángela Marcela Salcedo Sánchez, titulado: Atributos ofrecidos y deseados por mujeres y hombres que buscan pareja de su mismo sexo a largo plazo a través de publicidad personal, cumple con los estándares de calidad exigidos por el programa de psicología para la aprobación del mismo.

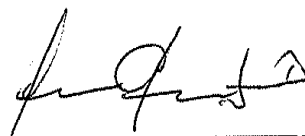
Esta acta se firma a los 30 días del mes de mayo de 2017.



Firma del Director

Mayo 30/2017.

Fecha



Firma del Coordinador de T.G.

12-06-2017

Fecha

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....3

INTRODUCCIÓN.....4

MÉTODO.....11

    Participantes.....11

    Instrumentos.....13

    Procedimiento.....13

RESULTADOS.....14

DISCUSIÓN.....21

REFERENCIAS.....27

**Atributos ofrecidos y deseados por mujeres y hombres que buscan pareja de su mismo sexo a largo plazo a través de publicidad personal.**

La psicología evolucionista busca describir aspectos que los paradigmas clásicos no pudieron resolver para la comprensión del comportamiento y procesos mentales del ser humano; desde esta perspectiva se han establecido una serie de explicaciones para determinar si algunas formas de comportamientos de animales y humanos existen porque han sido adaptativas. La teoría evolucionista planteó tres sistemas inherentes a cada especie, sistemas de alimentación, sistema de defensa y sistema sexual (Buss, 1994).

Charles Darwin se interesó por tratar de aplicar la selección natural al concepto de selección sexual. Planteó su teoría evolucionista para sustentar a través de conceptos como la selección natural y sexual, que algunas formas de comportamiento y las características biológicas son resultados de la evolución (Aguirre, 2010). La selección sexual se manifiesta en dos formas: competencia intrasexual e intersexual: la primera de ellas hace referencia a que los miembros del mismo sexo de una especie compiten entre sí para obtener un mayor acceso al sexo opuesto garantizando la trasmisión de genes mientras que, en la intersexual la selección sexual se realiza por la elección de las características preferidas en el sexo opuesto (Trivers, 1972).

Según la selección sexual existen diferencias entre machos y hembras en el momento de elegir una pareja que son invariables, estas están ligadas a las cualidades que debe tener una pareja potencial para maximizar la reproducción según la teoría evolucionista (Aguirre, 2010; Valdez, González-Arratia, Arce & López, 2007).

La teoría de la inversión parental propuesta por Trivers (1972), explica cómo los machos y hembras están sometidos a diferentes presiones selectivas para la supervivencia y reproducción. Una de las principales contribuciones en ambos sexos son las células sexuales las hembras cuentan con células limitadas durante el periodo fértil, mientras que los machos cuentan con una

producción constante de células sexuales. Las mujeres deben realizar un proceso más cauteloso al elegir pareja ya que invierten mucho tiempo en un hijo, son las encargadas de la fecundación y de asumir la lactancia, lo que las convierte en un valioso recurso reproductivo al ser esfuerzos costosos (Buss, 2002). Por otro lado, dado que los hombres están produciendo todo el tiempo células sexuales, están en la capacidad de engendrar descendientes. Sin embargo, deben ser más competitivos entre sí para acceder a las mujeres más saludables con alta inversión de sexo (Bartos & Rusu, 2010).

Con base en esta teoría las hembras tienen una mayor inversión debido a sus limitadas células sexuales y que en el periodo de gestación se impide otra concepción, lo que las llevaría a tener mayor selectividad en la selección de su pareja para maximizar sus células y garantizar la supervivencia de sus hijos (Trivers, 1972).

Hay mucha evidencia que confirma las teorías de inversión parental. David Buss en un estudio multicultural realizado en 37 países en donde observó las estrategias de emparejamiento y preferencias en la elección de pareja encontró que más allá de las diferencias culturales existían ciertos tipos de emparejamiento universales (Buss, 1989).

Buss encontró que el rasgo más importante por el cual los hombres seleccionan a las mujeres son las características de apariencia tales como belleza física, forma corporal y ausencia de lesiones ya que estas características demuestran que están en la entera capacidad de tener hijos (Cameron & Collins, 1998). En la actualidad algunos estudios han demostrado que en algunas partes del mundo los hombres suelen elegir a su pareja con proporciones altas de cadera y cintura, ya que esto es indicativo de una mayor fertilidad (Manning, Trivers, Singh & Thornhill, 1999).

Para las mujeres que buscan hombres (MBH) es menos relevante la búsqueda de atributos relacionados con apariencia física, no obstante, prefieren rasgos como: musculatura, fuerza, masculinidad facial y mayor altura puesto que eso genera seguridad tanto para la madre como

para el hijo, también está asociado con garantizar que su hijo posea “buenos genes” y así se desarrolle características físicas óptimas ya que se ve saludable y puede indicar niveles altos de testosterona (Aguirre, 2010; Lucas, Koff, Grossmith & Migliorini, 2011).

La evidencia ha demostrado que los hombres que buscan mujeres (HBM) suelen preferirlas de los 20 a 25 años, ya que las mujeres se encuentran en el punto más alto de valor reproductivo, además de que demuestra una buena condición de vida saludable, que permitirá criar exitosamente a su hijo. (Aguirre, 2010; Gozalo, 2013)

Las MBH generalmente los eligen mayores que ellas, debido a que esto es indicativo de estatus socioeconómico, madurez, aumento en el interés de un compromiso y estabilidad. De este modo, tener mayor edad implicaría una alta probabilidad de uno de los atributos más relevantes para las mujeres que son los recursos (Anderson & Klofstad, 2012).

Los HBM no le dan la misma importancia a los recursos que posee, lo que indica que el hombre se encuentra en la capacidad de sostener a su familia. Esto se ve reflejado cuando se establece una familia ya que entre el hombre y la mujer se forma una relación de cooperación y división de valores, en donde el hombre busca recursos económicos y la mujer cuida del hogar (Gozalo, 2013).

El principal atributo preferido por las MBH son los relacionados con recursos tales como: posición social, buena economía, estabilidad laboral, una buena carrera y proveer un ambiente seguro ya que eso significa la facultad para sostener a su familia con buenos ingresos y generosidad para compartirlo (Gozalo, 2013).

Se ha encontrado en la evidencia que los HBM tienden a ofrecer recursos monetarios y de ocupación (Rosenbaum, Daunt & Jiang, 2013). Mientras que las MBH tienden a ofrecer en anuncios personales el atractivo físico (Groom & Pennebaker, 2005).

Las preferencias varían según el tipo de relación que se buscan. Los hombres y las mujeres no se emparentan necesariamente para una relación a largo plazo, sino también en relaciones a corto plazo. Es por esto que cambian de jerarquía donde la serie de atributos relevantes a largo plazo como el compromiso, la fidelidad, la estabilidad económica entre otros, no serán importantes cuando se desea una relación a corto plazo donde priman rasgos de apariencia física. (Buss, 1994). En el caso de los homosexuales la relación a largo plazo es más demandante, ya que tienden a ser más selectivos al esperar mayor entrega de recursos, tiempo y energía (Gozalo, 2013).

La psicología evolucionista sirvió como marco de referencia para entender la elección de pareja y la variación con respecto al tiempo en determinada relación plantea que los factores asociados al ideal de una pareja varían según la expectativa temporal que tiene de la relación. Cuando se tiene la mayor expectativa de tiempo en la relación, que corresponde a compromiso, cada atributo en su pareja tiene mayor importancia.

Las elecciones de las personas que tienen pareja de su mismo sexo ha sido un reto para la psicología evolucionista, debido a que solo algunos de los hallazgos en investigaciones actuales son consistentes con las tesis evolucionistas y planteamientos de la teoría de inversión parental.

Los estudios han demostrado que los hombres que buscan hombres (HBH) en el contexto de relaciones a largo plazo tienden a seleccionar a su pareja principalmente por el atractivo físico, buen peso corporal, apariencia, masculinidad en la voz y en la cara, siendo esto más importante que la personalidad (Lippa, 2007; March, Grieve & Marx, 2015)

Pero otros estudios muestran que los HBH le dan más importancia a la personalidad como sensibilidad, expresividad e intelecto, más que a la apariencia física. (Regan, Medina & Joshi, 2001). Sin embargo, suele ser más importante el atractivo para los hombres que para las mujeres tanto heterosexuales como homosexuales (March, Grieve & Marx, 2015).

Por su parte, las mujeres que buscan mujeres (MBM) eligen a su pareja con rasgos físicos de bajo peso corporal, menor proporción de cintura-cadera y pechos grandes, lo que demuestra consistencia con mujeres heterosexuales, pues se busca una persona delgada pero saludable y fuerte (Lucas, Koff, Grossmith & Migliorini, 2011).

Otros estudios como el de Bailey y cols. (1994) muestran que las MBM tienen preferencia por una pareja que se describa a sí misma como femenina, por ende, buscan rasgos delicados, finos y suaves, lo que caracteriza la feminidad, además se convierte en el rasgo más buscado por las mujeres que buscan mujeres.

Los HBH suelen preferir parejas entre 8 y 15 años más jóvenes, ya que en estas edades hay una mayor representación de características de atractivo físico lo que llamaría más atención en posibles parejas (Varela, Stulp, Trebicky, Havlíček, 2014; Gobrogge, Perkins, Baker, Balcer, Breedlove & Klump, 2007; Burrows, 2013). Pero otras investigaciones muestran que los HBH prefieren parejas mayores a ellos mismos porque es señal de que pueden ofrecer más recursos y tener parejas sociales que indiquen cierto estatus. (Bartos y Rusu, 2010; Gobrogge, Perkins, Baker, Balcer, Breedlove & Klump, 2007)

Según Kenrick & Keefe (1995) las MBM prefieren pareja de su misma edad o mayor, puesto que se tiende a asociar una mayor edad con mayor compromiso e interés en una relación a largo plazo, aunque esta preferencia no es el patrón más usual.

Por otro lado, algunas investigaciones muestran que las mujeres a medida que envejecen tienden a preferir mujeres más jóvenes esto argumentado con un posible desarrollo de mecanismos que denoten cualidades masculinas en las mujeres lesbianas desencadenando preferencia por atributos característicos de mujeres jóvenes (Bailey et al, 1994). Además, diversos estudios hallaron que las mujeres homosexuales no poseen un marco común para la elección con respecto a su edad. Sin embargo, Kenrick y Keefe (1995) plantean que las mujeres

tenderían a preferir una pareja de su mismo sexo más joven, hallando diferencias significativas con las mujeres heterosexuales y afirmando que las mujeres homosexuales eligen pareja con los criterios de los hombres en el rasgo de edad.

La evidencia ha demostrado que los HBH se encuentran moderadamente interesados por recursos como ingresos o trabajo futuro, pero no le dan suficiente importancia a esto (Bartos, Phua & Avery, 2009).

Para las MBM el rasgo más importante y más buscado es el de recursos como la fiabilidad, prosperidad, inteligencia, graduada, dueña de casa, profesional, dinero y nivel social, evidenciado que presentan estándares más altos a la hora de elegir pareja y siendo más selectivas. (Lippa, 2007; March, Grieve & Marx, 2015; Lawson, James, Jansson, Koyama & Hill, 2014, Russock, 2011).

Por otro lado, se ha encontrado que las MBM, no buscan principalmente recursos financieros o de estatus, ya que le dan más importancia al atractivo físico, cuestión que difiere notablemente de las mujeres heterosexuales. (Veloso, Brito & Nazaré de Silva, 2014; Van den Berg, Engels & Lichtwarck-Aschoff, 2012).

Las personas que buscan pareja de su mismo sexo recurren a utilizar anuncios personas en sitios Web, observándose que suelen publicar información de característica con rasgos físicos deseables (Deaux & Hanna, 1984). Las MBM ofrecen información de rasgos físicos (Rosenbaum, Daunt & Jiang, 2013; Groom & Pennebaker, 2005).

Pero otros estudios muestran que, los HBH ofrecen preferiblemente el atractivo físico como un ideal estético de masculinidad y no provee información de su personalidad o de relaciones permanentes, ya que esto atrae más atención a potenciales parejas. Además, son menos propensos a ofrecer rasgos de inteligencia, estatus, nivel educativo o su interés en actividades no sexuales (Rosenbaum, Daunt & Jiang, 2013; Deaux & Hanna, 1984; Varangis, Lanzieri, Hilderbrant &

Feldman, 2012.). Con respecto a lo que ofrecen las MBM se ha encontrado que la sinceridad, los intereses y una relación permanente es bastante significativa y el atractivo físico y los recursos no suelen ser ofrecidos (Russock, 2011; Deaux & Hanna, 1984).

Los hallazgos en estudios con personas homosexuales han generado polémica debido a que la evidencia es contradictoria. Por un lado, se apoya la idea de que hombres y mujeres homosexuales muestran patrones similares en la elección de pareja con las personas heterosexuales del sexo opuesto y, otra hipótesis plantea que las personas homosexuales seleccionan sus parejas a partir de su sexo biológico, lo que indica que muestran patrones de elección idénticos a los heterosexuales de su mismo sexo. (Lawson, James, Jansson, Koyama & Hill, 2014; Russock, 2011).

Los homosexuales tradicionalmente han utilizado la estrategia de indagar páginas de búsqueda de pareja dado que allí es mayor el acceso a la información y con más variables sobre lo que ofrecen y buscan hombres y mujeres para elegir pareja. Este método de búsqueda se ha convertido en un medio bastante útil para encontrar pareja del mismo sexo debido a que no son discriminados, su identidad está más protegida y son fácilmente aceptados. (Lever, Grov, Royce & Gillespie, 2008).

Algunas de las características que se pueden encontrar en los anuncios de internet son, el estado civil, la apariencia, el tipo de cuerpo, el estatus socioeconómico, los hábitos saludables, la personalidad, el amor, el compromiso, entre otras.

La evidencia muestra que, en las relaciones a largo plazo en homosexuales, los HBH son más exigentes en sus relaciones debido a que no son socialmente aceptados y generalmente no buscan un compromiso, además se observa que entre mayor sea la expectativa temporal, los hombres homosexuales tienden a parecerse a las mujeres en el valor que les dan a los factores de personalidad y al bienestar (Gozalo, 2013).

La selección de pareja en homosexuales es una temática central que genera interés debido a: la información es contradictoria con respecto a los atributos preferidos en homosexuales, y la segunda es comprender si las personas que buscan pareja de su mismo sexo tienden a elegir pareja con atributos influenciados por el sexo biológico o la orientación sexual. Surgiendo cuestionamientos neurálgicos sobre qué tipo de atributos se prefieren en una posible pareja y si coinciden o no a los elegidos por heterosexuales (Gozalo, 2013).

Es por eso que el objetivo de éste estudio es identificar los principales atributos que ofrecen y desean las mujeres y hombres que buscan pareja de su mismo sexo a largo plazo, a través de publicidad personal y además si existe diferencias entre ellos.

## **Método**

### **Participantes**

Se trabajó con una muestra no probabilística de tipo estratégico o por conveniencia, seleccionados de un portal Web. Se realizó una revisión de perfiles colombianos compuesta por una población total de 17.012, de los cuales se seleccionaron 496 perfiles, 329 hombres y 197 mujeres (Tabla 1). La muestra seleccionada fue de Cundinamarca, Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico y Bolívar, entre los 18 y 65 años de edad. Estas ciudades y departamentos fueron seleccionados porque ofrecen una mayor cantidad de anuncios. De los perfiles seleccionados el 80% fueron de zona de residencial urbana y el 20% rural (Tabla 1).

En el proceso de recolección de perfiles se utilizó como criterios de inclusión y exclusión: a) edades comprendidas desde los 20 a los 65, b) búsqueda de una persona de su mismo sexo, b) una relación a largo plazo (matrimonio), c) la información suministrada en el perfil debía ser coherente con la foto, sexo ofrecido y la pareja deseada y d) los participantes debían ser colombianos.

Tabla 1

*Datos sociodemográficos*

		Hombres			Mujeres			Total
		N	N	%	N	n	%	
Foto	Si	329	155	47%	167	51	31%	206
	No	329	174	53%	167	116	69%	290
Zona de residencia	Urbano	329	266	81%	167	129	77%	395
	Rural	329	63	19%	167	38	23%	101
Ubicación geográfica	Cundinamarca	823	16	2%	1000	8	1%	24
	Bogotá	1004	106	11%	1000	60	6%	166
	Antioquia	1034	104	10%	1000	44	4%	148
	Valle del Cauca	1000	60	6%	1000	25	3%	85
	Atlántico	707	31	4%	1000	19	2%	50
	Bolívar	356	12	3%	691	11	2%	23
Reubicación	Sin respuesta/ cualquiera	329	1	0%	167	1	1%	2
	Mudarse dentro del país	329	50	15%	167	42	25%	92
	Mudarse otro país	329	210	64%	167	86	51%	296
	No dispuesto a mudarse	329	23	7%	167	16	19%	39
	No está seguro de mudarse	329	45	14%	167	22	13%	77
Perfiles revisados		7909	329	4%	9103	167	6%	17012

### **Instrumentos**

Los datos fueron recogidos a través del análisis sistemático de perfiles de un sitio de citas en línea, elegido por la diversidad de variables que se pueden investigar, además de que permite especificar el tipo de relación que se busca. El sitio web pretende encontrar la pareja ideal conteniendo tres secciones de información sobre lo ofrecido y buscado: la primera contiene datos personales como tipo de relación deseada, ubicación geográfica, sexo. La segunda sección tiene información ordenada en categorías que contienen variables de apariencia, recursos, estilo de vida y valores culturales y una última sección que contiene una descripción narrativa de lo que se ofrece y busca.

Posterior a la selección y revisión de la información suministrada en las dos primeras secciones de cada perfil se elaboró una base de datos que contenía las categorías con sus respectivos atributos, con las cuales se les asignó un código para permitir el análisis cuantitativo de las variables, esta matriz se elaboró para hombres y mujeres.

### **Procedimiento**

Se realizó una serie de filtros en el portal Web, con el objetivo de obtener los perfiles que se ajustaran lo mejor posible a los criterios de inclusión y exclusión. De este modo se empezaron a seleccionar los perfiles que cumplían con los criterios y se consignaron en la base de datos elaborada en Excel.

A partir de la elección de los perfiles, se elaboró una base de datos con un total de 496 perfiles, organizados por medio de códigos y categorías específicas. Las categorías establecidas fueron edad, que estaba dividida en la edad ofrecida del anunciante, el mínimo y máximo de edad buscada. En la categoría de apariencia física se establecieron los atributos de color de cabello, largo de cabello, tipo de cabello, color de ojos, estatura, peso, contextura y apariencia. Y una

última categoría, recursos que está representada por los atributos de situación laboral, ingresos, estilo de vivienda, situación de vivienda y educación.

Por último, se realizaron análisis descriptivos con el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 22) en donde se estimaron las frecuencias y medidas de tendencia central de los atributos seleccionados en cada categoría de los anuncios, además se estimaron las diferencias de atributos ofrecidos y buscados entre hombres y mujeres que buscan pareja de su mismo sexo, cada análisis se realizó para las tres categorías establecidas (edad, apariencia física y recursos).

### **Resultados**

Se realizó una serie de análisis descriptivos para ambos sexos en las categorías de edad, apariencia física y recursos. Para la variable edad se encontró que los hombres en promedio tienen edades de 38,62 y las mujeres 35,94 años. Para hallar las preferencias de edad de los participantes fueron agrupados dentro de cuatro grupos de edad estableciendo las categorías a analizar de este modo; (a) 20-29 años, (b) 30-39 años, (c) 40-49 años y (c) 50 en adelante.

Para los hombres que buscan hombres se encontró que en todas las categorías excepto la de 20-29 años, prefieren pareja de menor edad, con el rango más amplio para los hombres de 50 años en adelante que buscan pareja de -16,5 años en promedio. Por otro lado, en las preferencias de edad de las mujeres se encontró que tienden a elegir pareja de su misma edad y entre mayor edad de las participantes prefieren pareja menor, sin embargo, esto solo se encontró en la categoría de 50 años en adelante, con un rango significativamente menor que los hombres, donde se prefiere una pareja menor de -1,21 años (Figura 1).

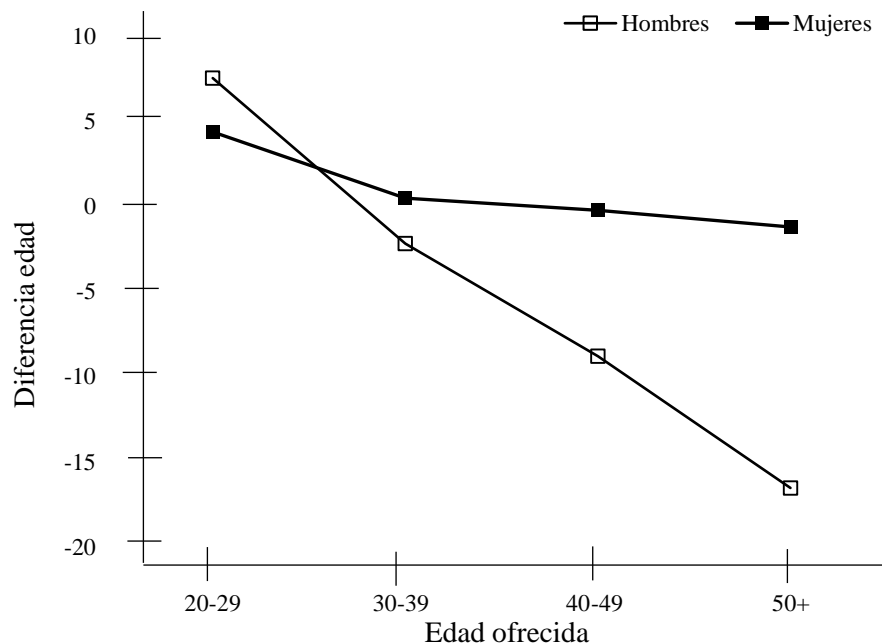
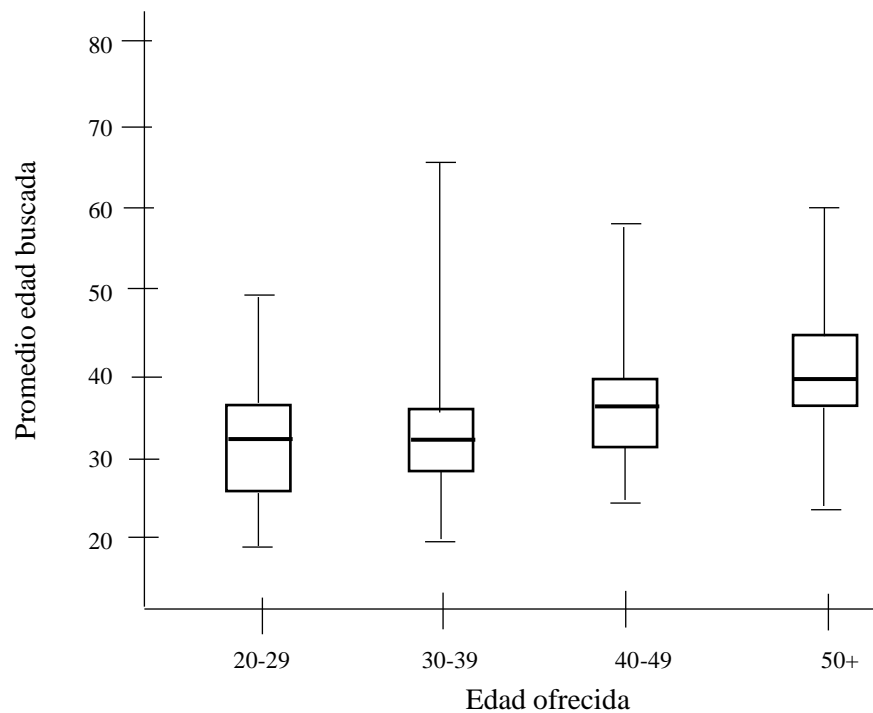


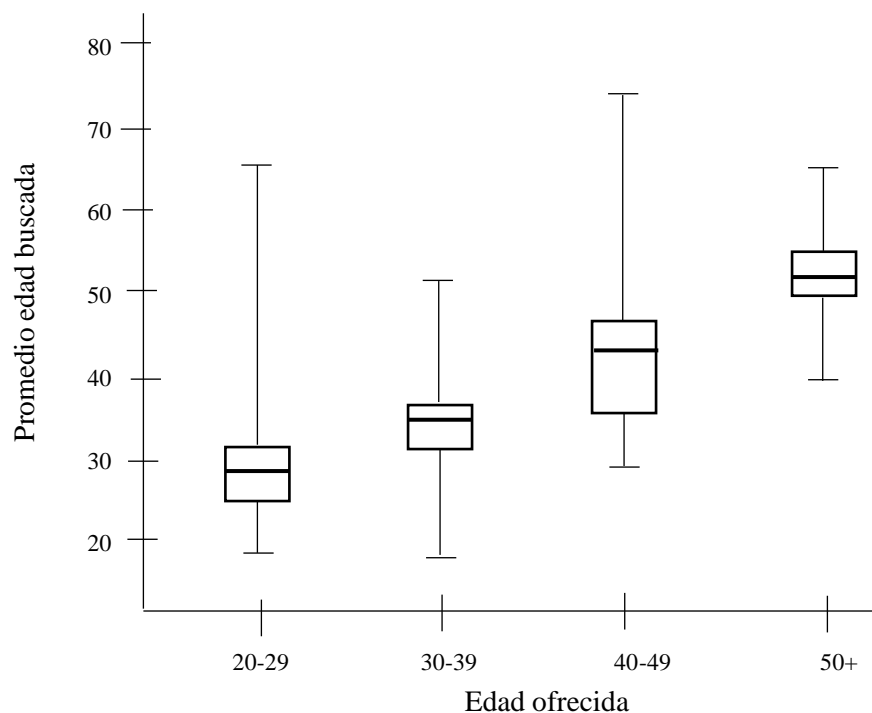
Figura 1: Diferencia de edades preferidas con respecto a la ofrecida de los participantes.

Se encontró también para cada categoría el promedio de las edades preferidas por hombres y mujeres, teniendo los siguientes hallazgos: Los hombres que tienen entre 20 a 29 años de edad buscan hombres de 32,23 años en promedio, para los de 30 a 39 años se encontraron preferencias de 32,48 años en promedio, los de 40 a 49 años en promedio tienen una preferencia de 35 años y los hombres de 50 años en adelante prefieren hombres de 39,05 en promedio. Además de esto se establecieron los rangos de preferencia de edad mínimos y máximos para cada categoría (Figura 2).



*Figura 2:* Promedio de edades preferidas por hombres que buscan pareja de su mismo sexo.

Las mujeres que buscan pareja de mismo sexo se diferencian de los hombres que prefieren mujeres de su misma edad en las diversas categorías, para las mujeres entre 20-29 años eligen mujeres de 29,69 años en promedio, las mujeres entre 30-39 años prefieren pareja de 35 años en promedio, las de 40 a 49 años las prefieren en promedio de 43,76 y por último las mujeres de 50 en adelante las prefieren en promedio de 52,91 años. Con base en estos resultados se logran resaltar diferencias significativas entre los hombres y mujeres con respecto a las edades preferidas en una pareja. En la figura 3 también se observan las edades mínimas y máximas preferidas de las mujeres.



*Figura 3:* Promedio de edades preferidas por mujeres que buscan pareja de su mismo sexo

Se realizó un análisis de varianza multivariada (MANOVA) ejecutada con categoría de edad, diferencia de edades, edad promedio buscada y sexo. Los resultados mostraron diferencias significativas entre hombres y mujeres en las edades preferidas y la edad buscada promedio (nivel de significancia de ,000). También se encontraron diferencias significativas (,000), entre hombres y mujeres con respecto a las edades buscadas y las diferencias de edad preferidas. Entre los rangos de edades que se encuentran los participantes se hallaron diferencias significativas, cada rango de edad busca en promedio una edad específica.

En la categoría de apariencia física se realizó una sumatoria con el número de atributos elegidos y un análisis de frecuencias para observar el número de atributos en los que se suministra información por hombres y mujeres. En la tabla 2 se presentan las frecuencias de la sumatoria de los atributos elegidos, resaltando que ambos sexos eligen principalmente dos atributos de los ocho posibles (color, largo y tipo de cabello, color de ojos, peso, estatura,

contextura y apariencia) en la categoría, los hombres con una frecuencia de 203 (62%) y 92 (55%) de las mujeres.

Se evidencia que tanto hombres como mujeres cuando buscan pareja de su mismo sexo en la categoría de apariencia proporcionan información limitada sobre los atributos que ofrecen y prefieren. Se realizó una prueba de Chi-cuadrado para confirmar si existen o no diferencias significativas, encontrando que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres con respecto a la cantidad de atributos en los que se proporciona información.

Tabla 2

*Frecuencias del número de atributos elegidos en la categoría apariencia física*

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Atributos elegidos	1	1	2	3
	2	203	92	295
	3	47	17	64
	4	34	15	49
	5	23	19	42
	6	9	12	21
	7	1	1	2
	8	6	3	9
<b>Total</b>		<b>324</b>	<b>161</b>	<b>485</b>

Los atributos que corresponden a los más elegidos fueron la estatura y peso con una frecuencia de elección en hombres de 323 (65%) y en mujeres de 157 (94%) de la muestra total. Se encontró para los atributos de estatura y peso lo siguientes hallazgos; la estatura promedio es de 172,59 cm y en promedio tienden a buscar hombres con una estatura de 175,77, lo que indica que prefieren hombres de su misma estatura o máximo 3,18 cm por encima. Con respecto a las mujeres se encontró que su estatura promedio 161,91 cm y que buscan mujeres en promedio de

168,72 cm, de igual manera a lo hallado con los hombres se tiende a preferir personas de su mismo sexo con una estatura por encima de la suya, en el caso de las mujeres 6,81 cm (Tabla 3).

Para la variable de peso, se encontró que en promedio los hombres pesan 68,74 kg y preferiblemente buscan hombres con un peso mayor en promedio 7,23 kg del peso del anunciante. Con respecto a las mujeres no se encontraron diferencias significativas, puesto que en promedio pesan 58,93 kg y del mismo modo que los hombres buscan personas de su mismo sexo con un peso superior de 7,30 kg (Tabla 4).

Tabla 3

*Estadísticos descriptivos de los atributos estatura y peso*

	Estatura (cm)		Peso (kg)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Promedio	172,56	161,91	68,74	58,93
Mínimo buscado	169,56	164,28	66,63	59,76
Máximo buscado	182	173,16	85,32	72,71
X del buscado	175,77	168,72	76	66,23
Diferencias entre EO-EB y PO-EB	3,18	6,81	7,23	7,30

**Nota:** Estatura ofrecida (EO); estatura buscada (EB); peso ofrecido (PO) y peso buscado (PB)

En la tabla 4 se presentan los resultados de la categoría de recursos en el cual de la misma manera se hallaron las frecuencias y se encontró que 250 (76%) de los hombres y 141 (84%) de las mujeres colocaron información solo de un atributo de los cinco posibles (situación laboral, estilo y situación de vivienda, ingresos y educación) en la categoría. Asimismo, se halló el Chi-cuadrado donde no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres en el número de atributos preferidos.

Tabla 4

*Frecuencias del número de atributos elegidos en la categoría recursos*

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Atributos elegidos	1	250	141	391
	2	3	0	3
	3	1	0	1
	4	5	3	8
	5	68	21	89
Total		327	165	492

La educación para la categoría de recursos fue el atributo con mayor relevancia para hombres con una frecuencia de 325 (66%) y para las mujeres 165 (60%), lo que significa que el atributo más importante para ofrecer a una posible pareja es la educación. Se encontró que el 41% de los hombres tienen formación profesional y el 19% instituto bachillerato siendo estos dos los con mayor frecuencia en los perfiles. De este mismo modo, cuando buscan pareja de su mismo sexo el 12% de hombres prefieren que tengan formación profesional, sin embargo, se encontró que a pesar de que en este atributo se tienda a ofrecer información no se encuentra lo mismo en lo que prefiere, debido a que el 76% de los perfiles anunciantes no colocaron información con respecto a la educación que esperaban de su pareja y solo el 4% de los hombres buscan pareja con un doctorado que es el nivel de educación más alto.

En las mujeres anunciantes se encontró que el 35% de ellas tienen formación profesional y el 26% educación de un instituto de bachillerato, el resto de perfiles se distribuyen en los otros niveles educativos con muy baja frecuencia. A diferencia de los hombres se halló que el 14% de las mujeres buscan pareja de su mismo sexo con doctorado y el 13% de las mujeres buscan preferiblemente mujeres con formación profesional, lo que sería indicativo una mayor

selectividad en las mujeres. No obstante, como sucedió con los perfiles de los hombres, las mujeres tienden a colocar principalmente información sobre sí mismas que sobre lo que prefieren en su pareja encontrando ninguna respuesta en el 72% de los anuncios.

### **Discusión**

El objetivo de la investigación fue identificar los principales atributos que ofrecen y desean las mujeres y hombres que buscan pareja de su mismo sexo a largo plazo, a través de publicidad persona, y además si existe diferencias entre ellos. Lo encontrado en el contexto colombiano con relación a las categorías de edad, apariencia física y recursos en línea al objetivo provee evidencia que es consistente con estudios previos y los planteamientos de las teorías evolucionistas.

Se encontró que existen diferencias significativas en las preferencias de edad entre hombres y mujeres, lo que significa que para cada rango existe una preferencia específica cuando se busca pareja. Se identificó que los hombres que pertenecían a las categorías de mayor edad prefieren una pareja significativamente menor, por otro lado, las mujeres prefieren parejas de su misma edad o mayores. Estos resultados son semejantes con las investigaciones de Varella, Stulp, Trebicky, Havlicek, 2014; Gobrogge, Perkins, Baker, Balcer, Breedlove & Klump, 2007; Burrows, 2013; Kenrick & Keefe, que plantean que los hombres eligen hombres entre 8 a 15 años menores mientras que las mujeres las prefieren de su edad o mayores. Del mismo modo, Burrows (2013) estableció las mismas categorías de edad encontrando diferencias significativas entre hombres y mujeres y además explica que este patrón de elección de pareja puede deberse a un meme cultural que replica los roles de género.

Lo anterior, confirmaría los planteamientos de las tesis evolucionistas donde los hombres tienen un interés relevante por parejas menores porque se relaciona con rasgos de atractivo físico altamente valorados. Con respecto a las preferencias de las mujeres por edades mayores en una

pareja corresponde a la percepción de mayor madurez y estabilidad económica indicadores relevantes para el establecimiento de relaciones a largo plazo (Buss, 1989; Buss & Schmitt, 1993; Schmitt, 2005).

En la categoría de apariencia física tanto como hombres y mujeres seleccionan como atributos más relevantes la estatura y el peso, además ambos sexos prefieren parejas más altas y con mayor peso. Estos resultados son consistentes con Varella, J., Bártová, K., Sterbová, Z., & Correa, M. (2016) señalando que ambos sexos cuando buscan pareja de su mismo sexo las prefieren más altas, en las mujeres se observó un patrón similar de elección al de las mujeres heterosexuales. Asimismo, otro estudio encontró la estatura como un atributo importante al momento de elegir pareja (Frederick & Jenkinsn 2015). Desde la perspectiva evolucionista se podría sustentar la preferencia por la estatura ya que se ha asociado la estatura con características de protección, cuidado y dominancia (Buss & Schmitt, 1993; Varella, Bártová, Sterbová & Correa, 2016).

El peso como otro atributo de mayor interés al elegir pareja para hombres y mujeres también ha sido descrito en investigaciones previas donde existe interés por personas de mayor peso que puede ser característico de cuerpos tonificados y musculosos percibiéndolos como más atractivos en comparación con hombres delgados (Buss & Shackelford, 2008; Frederick & Jenkins, 2015; Gray & Frederick, 2012). También se plantea que hombres como mujeres tienen un gran interés en mantener un cuerpo tonificado con el fin de atraer a parejas potenciales de su mismo sexo, y que esto es un ideal estético fuertemente reforzado (Varangis, Lanzieri, Hilderbrant, & Feldman, 2012). Esto podría ser explicado por medio de la teoría de inversión parental donde las personas que buscan pareja de su mismo sexo prefieren un mayor índice de masa corporal porque disminuye la vulnerabilidad de problemas físicos y predisposición a enfermedades (Buss, 1989; Buss & Schmitt, 1993 y Buss & Shackelford, 2008).

Sin embargo, existe mayor evidencia en parejas del mismo sexo donde se encuentra menos relevante el peso corporal y una preferencia por el peso menor. Lucas, Koff, Grossmith y Migliorini (2011), describieron que las mujeres prefieren mujeres con rasgos físicos de menor peso corporal. Del mismo modo, se encuentran estudios en los cuales los hombres prefieren una pareja con un peso menor puesto que este rasgo es indicativo de atractivo físico (Buss, 1996; Bryan et al. 2011; Frederick & Jenkins, 2015; Sugiyama, 2005).

La última categoría analizada fue recursos encontrando que tanto para hombres como mujeres el atributo de principal relevancia cuando buscaban pareja de su mismo sexo era el nivel educativo. Se evidenció que las mujeres prefieren mujeres con niveles educativos superiores principalmente doctorados en comparación con los hombres que buscan hombres que muestran mayor interés por una formación profesional o bachillerato. Estos resultados han sido expuestos por Buss et al. (1990) y Buss y Shackelford (2008) indicando que las mujeres poseen un mayor interés por la preparación académica y profesional de sus posibles parejas. Según postulados evolucionistas esto sería explicado por la necesidad de encontrar en la pareja un alto potencial de brindar recursos y que garantice una estabilidad a largo plazo (Buss, 1999).

Parte del objetivo principal de la presente investigación además de encontrar los atributos preferidos de hombres y mujeres que buscan pareja de su mismo sexo, fue analizar qué atributos personales de mayor relevancia fueron descritos donde se encontraron que en la categoría de apariencia física los atributos que indicaban de mayor interés en una potencial pareja también lo era como atributo importante para ofrecer, de este modo la mayor de los participantes colocaron en su perfil información sobre su peso y estatura tanto en hombres y mujeres. Se evidencian hallazgos similares a Morgan, Richards, & VanNess, (2010) donde las características preferidas en la pareja coincidirán con los atributos ofrecidos del anunciante.

Los perfiles anunciantes para la categoría de recursos proporcionaban mayor información de lo que se ofrece, el atributo más significativo fue el nivel educativo, para el participante generalmente fue más importante proporcionarlo sin manifestar el buscado, esto encontrado en ambos sexos. Los anteriores hallazgos son consistentes con la investigación de Bartos y Phua (2009), que encontraron que ambos sexos eran más propensos a mencionar sus características personales y principalmente las relacionadas con apariencia física y estatus socioeconómico.

Específicamente las investigaciones han encontrado que las personas que buscan pareja de su mismo sexo en comparación con las personas heterosexuales son menos propensas a mencionar características personales, a publicar fotos, a mencionar recursos tales como ocupación y estabilidad financiera (Bartos & Phua, 2009).

El análisis y hallazgos obtenidos de los atributos ofrecidos en ambos sexos se tiende a describir sus características personales con base en los atributos que su pareja potencial le da mayor importancia. Tanto HBH y MBM proporcionaron información de sí mismos en los atributos que comúnmente son buscados (edad, peso, estatura y nivel educativo).

Los hallazgos anteriores podrían aportar un posible criterio común de búsqueda en hombres y mujeres que prefieren pareja de su mismo donde existe una mayor tendencia a elegir con base en su sexo biológico, lo cual indica que en las elecciones de pareja se da más importancia a la función que cumple el sexo, que a la orientación sexual (Gozalo, 2013). Las MBM tienden a buscar los atributos que prefieren las mujeres heterosexuales como: mayor edad y recursos principalmente, y los HBH eligen con los criterios de los hombres heterosexuales al tener mayor énfasis su búsqueda en parejas significativamente menores y rasgos que evidencien atractivo físico (peso y estatura).

Las conclusiones de la presente investigación logran aportar mayor evidencia sobre las preferencias de hombres y mujeres que buscan pareja de su mismo sexo, aunque siguen existiendo algunas contradicciones con los hallazgos de investigaciones previas.

Los resultados pueden ser explicados por las características del contexto social y cultural colombiano con respecto a las relaciones de pareja del mismo sexo. A pesar de los progresos en la aprobación de algunos derechos en pro de estas parejas, la homosexualidad continúa siendo un foco de discriminación y marginación. Esto representó una limitación para la actual investigación debido a que la presión del contexto hace que la muestra sea restringida para mantener el anonimato y el no rechazo, confirmando, además, que la búsqueda es preferiblemente por relaciones a corto plazo. La legislación colombiana contiene una serie de derechos contemplados en la Sentencia C-577 de 2011 que garantizan el reconocimiento de parejas del mismo sexo como un tipo de familia, bajo la forma de uniones estables, el respeto por su orientación sexual, derecho a la dignidad, la posibilidad de adopción, derecho al mismo trato que parejas de diferente sexo además de la protección jurídica a la vida familiar. A pesar de esto, la ineficiencia y oposición de diferentes sectores del estado por el cumplimiento de estos derechos ha impedido el libre desarrollo y las condiciones favorables para la constitución de parejas del mismo sexo. Otro factor que podría influir en el bajo interés de relaciones a largo plazo es la discriminación fomentada por gran parte de la población colombiana, que se rige por valores religiosos, impidiendo la libre expresión de estas parejas.

Se esperaría encontrar especificidad en la información suministrada en los perfiles con respecto a lo que buscan las personas que eligen pareja del mismo sexo, ya que al ser más específico en los rasgos preferidos aumenta la probabilidad de una buena pareja. Esto supondría una contradicción con respecto a los homosexuales puesto que el ser más selectivo limita las posibilidades de encontrar pareja explicando el fenómeno de la baja preferencia a largo plazo.

Adicionalmente, se encontraron algunas limitaciones en el presente estudio: la información obtenida del portal web, aunque permitía una mayor obtención de datos por la facilidad para el anunciante evitando inconvenientes asociados a la discriminación, existía la probabilidad de que la información suministrada no fuera verídica a parte de la baja frecuencia de participantes que consignaban toda o gran parte la información que permitía ingresar el portal Web y el tamaño de la muestra se vio afectado ya que en ciudades o pueblos más marginales suceden dos fenómenos: el primero relacionado con la percepción de la homosexualidad como algo indeseado y el segundo se debe a la cobertura y acceso a medios de comunicación como el servicio de internet.

Lo anterior invita a futuras investigaciones lograr obtener una mayor muestra e información más amplia sobre lo que ofrecen y prefieren los participantes por medio de anuncios Web, encuestas y entrevistas. Asimismo, se recomienda realizar estudios que establezcan si los atributos preferidos de hombres y mujeres en una pareja de su mismo sexo son congruentes con la pareja actual.

**REFERENCIAS**

- Aguirre, E. (2010). Inversión parental: una lectura desde la psicología evolucionista. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 2(9), 523-534.
- Anderson, R. & Klofstad, C. (2012). For love or money? The influence of personal resource pressures on human mate preferences. *International Journal of Behavioral Biology* 118(9), 841-849. doi:10.1111/j.1439-0310.2012.02077.x
- Bailey, J., Gaulin, S., Agyei, Y., & Gladue, B. (1994). Effects of gender and sexual orientation on evolutionarily relevant aspects of human mating psychology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6, 1081-1093. doi:10.1037/0022-3514.66.6.1081
- Bartos, S., & Phua, V. (2009). Differences in Romanian Men's Online Personals by Sexualities. *The Journal of Men's Studies*, 17, (2), 145-154.
- Bartos, S., & Rusu, A. S., (2010). ¿Do romanian heterosexual men differ from the homosexual men in expressing their mate preferences? – A preliminary evolutionary psychological investigation of the online personal advertisements. *Journal of Cognitive and Behavioral Psychotherapies*, 10, (2), 199-210.
- Burrows, K. (2013). Age preferences in dating advertisements by homosexuals and heterosexuals: From sociobiological to sociological explanations. *Archives of Sexual Behavior*, 42, 203-211.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-49. doi.org/10.1017/S0140525X00023992

- Buss, D., Abbott, M., Angleitner, A., Asherian, A., Biaggio, A., Blanco-Villasenor, A. & Yang, K. (1990). International preferences in selecting mates: A study of 37 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21 (1), 5-47. doi:10.1177/0022022190211001.
- Buss, D. & Schmitt, D. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100, 204-232. doi:10.1037/0033-295X.100.2.204
- Buss, D. (1994). *La evolución del deseo*. Madrid: Alianza Editorial
- Buss, D. (1999). *Evolutionary Psychology: The new science of the mind*. Needham: Allyn and Bacon.
- Buss, D. M. (2002). Human mating strategies. *Samfundøkonomen*, 4, 47-58
- Buss, D., Gangestad, S., & Haselton, M. (2006). Evolutionary Foundations of Cultural Variation: Evoked Culture and Mate Preferences. *Psychological Inquiry: An International Journal for the Advancement of Psychological Theory*, 17(2), 75-95.
- Buss, D. M., & Shackelford, T. K. (2008). Attractive women want it all: Good genes, economic investment, parenting proclivities, and emotional commitment. *Evolutionary Psychology*, 6, 134–146. doi: 10.1177/14747049080060011
- Cameron, S. & Collins, A., (1998). Sex Differences in stipulated preferences in personal advertisements. *Psychological Reports*, 82, 119-123.
- Deaux, K., & Hanna, R. (1984), Courtship in the personals column: The influence of gender and sexual orientation. *Sex Roles*, 11(5) 363-375.

- Frederick, D. & Jenkins, B. (2015). Height and Body Mass on the Mating: Associations with number of Sex Partners and Extra-Pair Sex Among Heterosexual Men and Women Aged 18–65. *Evolutionary Psychology, 13*, 1-14. doi: 10.1177/1474704915604563.
- Gray, P. B. & Frederick, D. A. (2012). Body image and body type preferences in St. Kitts, Caribbean: A cross-cultural comparison with U.S. samples regarding attitudes towards muscularity, body fat, and breast size. *Evolutionary Psychology, 10*, 631–655.
- Gobrogge, K. L., Perkins, P. S., Baker, J. H., Balced, K. D. Breedlove, S. M., & Klump, K. L. (2007). Homosexual Mating Preferences from an Evolutionary Perspective: Sexual Selection Theory Revisited. *Arch sexual Behavior, 36*, 717-723.
- Gozalo, R. (2013). *Preferencias de pareja según la orientación sexual: un análisis desde la psicología evolucionista* (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Groom, C. J., & Pennebaker, J. W. (2005). The Language of love: Sex, sexual orientation, and language use in online personal advertisements. *Sex Roles, 52*, 447-461.
- Kenrick, D. T., & Keefe, R. C. (1995). Ages preferences and mate choices among homosexuals and heterosexuals: A case for modular psychological mechanisms. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*(6), 1166-1172.
- Lawson, J., James C., Jansson, A, Koyama., N., & Hill, R. (2014). A comparison of heterosexual and homosexual mating preferences in personal advertisements. *Evolution and Human Behavior, 35*, 408–414

- Lever, J., Grov, C., Royce, T. & Gillespie, B. J. (2008). Searching for love in all the “write” places: exploring internet personals use by sexual orientation, gender, and age. *International Journal of Sexual Health* 20 (4), 233-246 doi:10.1080/19317610802411532
- Lippa, R. (2007). The Preferred Traits of Mates in a Cross-National Study of Heterosexual and Homosexual Men and Women: An Examination of Biological and Cultural Influences. *Arch Sexual Behavior*, 36, 193–208.
- Lucas, M., Koff, E., Grossmith, S., & Migliorini, R. (2011). Sexual Orientation and Shifts in Preferences for a Partner's Body Attributes in Short-term versus Long-term Mating Context. *Psychological Reports*, 108, (3) 699-710.
- Manning, J.T., Trivers, R. L., Singh, D., & Thornhill, R. (1999). The mystery of female beauty. *Nature*, 399, 214-215.
- March, E., Grieve, R., & Marx, E. (2015). Sex, Sexual Orientation, and the Necessity of Physical Attractiveness and Social Level in Long-Term and Short-Term Mates. *Journal of Relationships Research*, 6, 1-11.
- Morgan, E. M., Richards, T. C., & VanNess, E. M. (2010). Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online advertisements. *Computers in Human Behavior*, 26, 883-888.
- Regan, P. C., Medina, R., & Joshi, A. (2001). Partner preferences among homosexual men and women: What is desirable in a sex partner is not necessarily desirable in a romantic partner. *Social Behavior and Personality*, 29(7), 625-634.

- Rosenbaum, M. S., Daunt, K. L., & Jiang, A. (2013). Craigslist exposed: The internet-Mediated hookup. *Journal of Homosexuality, 60*, 505-531.
- Russock, H. I. (2011). An evolutionary interpretation of the effect of gender and sexual orientation on human mate selection preferences, as indicated an analysis of personal advertisements. *Behaviour, 148*, 307-323.
- Schmitt, D. (2005). Fundamentals of human mating strategies. En D. Buss (Ed.), *The Handbook of Evolutionary Psychology* (pp.258-291). Hoboken: Willey.
- Trivers. R. L. (1972). Parental Investment and Sexual Selection, Cap. 7, en *Sexual Selection and the Descent of Man*, Editores. Campbell, B. Chicago: Aldine Publishing company
- Valdez, J. L., González-Arratia, N. I., Arce, J., & López, M. (2007). La elección real e ideal de pareja: Un estudio con parejas establecidas. *Revista Interamericana de Psicología, 43*(3), 305-311.
- Van den Berg, J. M., Ha, T., Engels, R., & Lichtwarck-Aschoff, A. (2012). Effects of attractiveness and status in dating desire in homosexual and heterosexual men and women. *Archives of Sexual Behavior, 41*, 673-682.
- Varangis, E., Lanzieri, N., Hilderbrant, T., & Feldman, M. (2012). Gay male attraction toward muscular men: Does matong context matter?. *Body Image, 9*, 270-278.
- Varella, J., Bártoová, K., Sterbová, Z., & Correa, M. (2016). Preferred and actual relative height are related to sex, sexual orientation, and dominance: Evidence from Brazil and the Czech Republic. *Elsevier, 100*, 145-150.

Varella, J., Stulp, G., Trebicky, V., & Havlicek, J. (2014). Preferred and Actual Relative Height among Homosexual Male Partners Vary with Preferred Dominance and Sex Role. *Plos One*, 9(1), 1-9. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0086534>

Veloso, V., Brito, R., & Nazaré da Silva, C. (2014). Comparison of partner choice between lesbians and heterosexual women. *Scientific Research*, 5(2), 134-141.