

Comparación de perfiles ideales en las relaciones de pareja entre estadounidenses y canadienses

*Eduardo de la Fuente-Rocha**

*María G. Henaine-Abed***

*Hugo Osnaya-Ortega****

ANTECEDENTES

Hace dos siglos, la escritora Madame de Stäel (1766-1817) definió poéticamente el amor así: “El amor es símbolo de eternidad que borra toda sensación de tiempo, pues arrasa con todo recuerdo acerca de un comienzo y todo temor acerca de un final”. Experimentamos así el eterno presente, el aquí y ahora.

El sostenimiento de una relación de pareja satisfactoria se fundamenta en el desarrollo integral del individuo. Los problemas de relación son huecos en la personalidad, partes que el individuo no ha podido desarrollar en sí mismo y que, por tanto, busca en otros individuos con la fantasía de complementarse.

La necesidad más profunda de las personas es la de superar su separatividad, de abandonar la prisión de la soledad. La única forma de alcanzar el conocimiento total de sí mismo consiste en el acto de

* Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Xochimilco.

** UAM Azcapotzalco.

** UAM Azcapotzalco.

amar: este acto trasciende las palabras, es una zambullida temeraria en la experiencia de la unión. No obstante, para ello es importante conocer a la otra persona y a uno(a) mismo(a) objetivamente para poder ver la realidad, dejar de lado las ilusiones (proyecciones) y la imagen irracionalmente deformada de aquélla, es decir, sustituir la zona de la fantasía por un *continuum* de conciencia. Sólo conociendo objetivamente, a través del contacto, se puede conocer al(a la) otro(a) en su esencia última mediante la experiencia del acto de amar.

MARCO TEÓRICO

Para Scott Peck, el amor es la voluntad de extender el sí mismo(a) para promover el crecimiento propio. Él propone que es importante entender que las personas podrían, para formar una pareja, estar motivadas por razones distintas del amor (encontrar en el[la] otro[a] lo que creo que no tengo, con la ilusión de que a través de él[ella] tendré lo que me falta) y afirma que lo que parece amor con frecuencia no lo es. También señala que el proceso del amor es uno extrañamente circular, pues al extender el propio ser de uno(a) (fronteras de contacto) se evoluciona. Para Peck, el acto de amar es, por tanto, un acto de autoevolución. No es posible dejar el propio desarrollo espiritual en favor del desarrollo de otro(a), ya que promover con fuerza a otro(a) implica antes habernos promovido a nosotros(as) mismos(as).

En cambio, Erich Fromm cree que la capacidad de las personas para amar es la respuesta a sus problemas.¹ La humanidad tiene hambre de amor, pero ser amado(a) no es más importante que amar a alguien. Es recíproca la necesidad de amar y de ser amado(a). De todos los potenciales y las dinámicas de la conducta humana, quizá el amor es el más activo y continuará siéndolo.

Para obtener un mayor conocimiento de los obstáculos que tienen los individuos para relacionarse con la pareja, se han desarrollado diversos estudios; por ejemplo, Adams ofrece una explicación de cómo se dan las relaciones del individuo, basándose en un estudio de seis meses dedicado a parejas en edad de asistir a la universidad,

¹ Erich Fromm, *El arte de amar* (México: Paidós, 1984).

las cuales mostraban un vínculo serio. Según este investigador, la atracción inicial se funda en cualidades bastante superficiales, como el físico, el carácter gregario, el porte y compartir intereses.

La relación se refuerza luego con las reacciones de otros, por el hecho de ser considerados una pareja, por sentirse confortables con la presencia del(la) otro(a) y por factores similares. La pareja inicia entonces una etapa de compromiso e intimidad que culmina en una mayor atracción entre ambos.

Para poder entender los bloqueos que un individuo tiene para relacionarse con mayor profundidad, es importante señalar algunos intro-yectos difundidos y aceptados en nuestra sociedad, que señalan lo que esperan tanto hombres como mujeres de su pareja, así como algunos prejuicios sociales o grupales que generan expectativas irreales que conducen a la insatisfacción o al bloqueo del individuo al buscar una relación de pareja satisfactoria. Estos supuestos forman parte de lo que Perls llama zona intermedia o zona de la fantasía, y están constituidos por distorsiones de la percepción de la realidad.

H.S. Strean menciona algunos patrones culturales que influyen en las expectativas que tienen las personas acerca de la pareja. Las mujeres que actualmente trabajan fuera del hogar, compiten activamente con los hombres y rechazan sus anteriores funciones de subordinación, su principal interés se centra en expandir sus horizontes personales, aun en detrimento de su hogar y de sus hijos. En el ámbito ideológico, el feminismo arguye que una mujer que se compromete con un hombre está colaborando para su propia opresión. Cada vez son más frecuentes las relaciones homosexuales estables que forman modos de relación que antes no se planteaban. La posibilidad de la bisexualidad es otro cambio importante en la definición de lo que es la relación de pareja y su conducta sexual.

Strean satiriza las expectativas culturales que tiene la sociedad estadounidense. Las mencionamos puesto que el contacto a través del cine y medios masivos de comunicación entre Estados Unidos y nuestro país tiene una gran influencia en la configuración de lo que hoy espera un sujeto de una pareja: se espera que una mujer casada (y ella misma lo piensa también) sea una combinación de compañera orgiástica, estimuladora intelectual y absorbidora catártica para su marido, además de ser una persona fuerte, independiente y eficiente en

el terreno profesional; una madre modelo, autoridad y amiga para sus hijos.

El marido debe ser gustoso y generoso, proveedor de bienes materiales y estimular el empleo de ella, un brillante conversador y, no obstante, respetar las necesidades de soledad e intimidad de su compañera; un eficaz colaborador en las tareas domésticas, desempeñar un papel estable como padre y ser un compañero sexual deseable.

El marido moderno se encuentra en un tremendo conflicto porque él a menudo despierta expectativas poco realistas: debe ser un atleta sexual consumado, una fuente de profunda sabiduría y proveedor de gran cantidad de dinero. Si su inevitable fracaso no le provoca un infarto o un obsesivo descontento consigo mismo, frecuentemente estará preocupado con la idea de que la vida podría ser más satisfactoria si su esposa fuese más maternal, tierna, comprensiva y femenina, pero al mismo tiempo extraordinariamente erótica, decisiva y brillante.

Las personas casadas parecen esperar que sus cónyuges sean omnipotentes, “que lo den todo, que lo sepan todo”, y puedan anticiparse a satisfacer sus necesidades y deseos antes de que éstos se expresen. Dadas estas demandas, no es sorprendente que gran número de parejas se divorcien y otras vivan insatisfechas. Todas estas demandas se van insertando poco a poco en el guión vital de la persona.

Para Perls, este último concepto involucra a una cantidad de personas que precisamos para mantener en alto nuestra autoestima: necesitamos de otros para alimentarnos y también para satisfacer nuestras necesidades sexuales, pero en muchas ocasiones la pareja es parte de nuestro argumento vital y el problema en la relación comienza cuando la pareja no “calza” en aquel guión vital.

Encontrar una pareja que nos complemente y nos ame es, pues, una fuerte necesidad en el ser humano, sin embargo, las oportunidades de encontrar una pareja adecuada son pocas cuando se vive en una sociedad donde el ritmo de vida es muy rápido y crece aceleradamente. El trabajo nos absorbe gran parte del día y el transporte hacia y del lugar de trabajo consume con frecuencia varias horas, lo cual aunado a las responsabilidades familiares y a las tareas domésticas reducen considerablemente las oportunidades de llevar una vida social activa para encontrar la pareja que buscamos.

Esta situación hace que las personas utilicen medios alternativos al contacto directo para tratar de conocer a un mayor número de personas, entre quienes podría encontrarse la pareja. En el pasado se había venido utilizando el correo y los clubes de amistad con este fin, pero, al popularizarse las computadoras personales y difundirse la Internet, ésta se ha convertido en un medio fácil y conveniente, además de rápido para tratar de encontrar pareja, esto lo demuestra la gran cantidad de personas que buscan establecer una relación a través de este medio.

En esta investigación se estudian las similitudes y diferencias existentes entre los guiones preestablecidos que pueden tener los hombres y las mujeres de Estados Unidos que buscan pareja, a través de la Internet, en comparación con los de Canadá. Conocer las expectativas físicas, sexuales, afectivas, culturales, intelectuales, de salud, etc., permitirán adentrarnos en el conocimiento de las personas de cada uno de estos países, conociendo las necesidades personales y de baja autoestima que pudieran quedar encubiertas en la búsqueda de una relación de pareja. Asimismo, el estudio permite conocer las cualidades y potencialidades de estas mismas personas.

METODOLOGÍA

Para este artículo se realizó una investigación a través de los registros obtenidos de sitios de la Internet, recogándose una muestra representativa de 320 sujetos (hombres y mujeres), mayores de 18 años, residentes en Estados Unidos y Canadá, que permitió detectar las variables generales relevantes que estas personas buscan en una pareja en cuanto a aspectos físicos, sexuales, afectivos, culturales, intelectuales y de salud. Cada una de estas categorías se subdivide en subcategorías y se obtienen frecuencias de preferencia para cada país. Los resultados se obtuvieron con un nivel de confianza de 95 por ciento y un error estimado de 5 por ciento.

RESULTADOS

Análisis comparativo entre hombres y mujeres de Estados Unidos

Como se observa en el cuadro 1, la autopercepción varía entre mujeres y hombres, algunas de las características más citadas son, por ejemplo, la afición por el cine, en la que 40 por ciento de ellos y 28.6 por ciento de ellas afirman tenerla.

A 30 por ciento de los hombres le gusta cocinar, en tanto que el porcentaje de mujeres es de 14.3. En contrapartida, 28.6 de las mujeres prefiere salir a comer, en tanto que a sólo 20 por ciento de los hombres le gusta este tipo de actividad. Los varones mencionaron tener seguridad financiera en 20 por ciento de los casos y sólo 7.1 de las mujeres dijo contar con ésta. El sentido del humor se comentó en 40 por ciento de los varones y sólo en 14.3 de las mujeres. A hombres y mujeres les gusta la música (40 y 42.9 por ciento, respectivamente), en cambio, a 45 por ciento de los hombres le gusta viajar y solamente 7.1 de las mujeres lo desea.

Ser una persona agradable se menciona en los varones de manera contrastiva con las mujeres en 5 y 28.6 por ciento en cada género. Los hombres consideran ser atractivos en 20 por ciento de los casos, en cambio, las mujeres se perciben atractivas sólo en un porcentaje de 14.3. Entre los varones, 5 por ciento manifestó ser bondadosos; en las mujeres fue de 28.6. Ellos se definieron como educados en 20 por ciento de los casos; ser honestas e independientes 21.4 y 14.3 por ciento en cada concepto.

En cuanto a inteligencia, las mujeres señalaron serlo en un porcentaje de 35.7, en tanto que los hombres sólo lo mencionaron en 5 por ciento de los casos. Estar segura de sí misma se mencionó en 28.6 por ciento de las mujeres, mientras el sexo opuesto no lo señaló en absoluto.

En cuanto a lo que las personas desean de su pareja, el cuadro 2 muestra las características que se solicitaron en mayor número.

Las mujeres desean una pareja bondadosa en 14.3 por ciento de los casos; de los varones, 15 por ciento desea que sean comprometidas, independientes e instruidas. Tanto unos y otras esperan honestidad: ellos, en 20 por ciento de los casos, y ellas, en 28.6; asimismo desean

CUADRO 1
AUTOPERCEPCIÓN DE LOS ESTADUNIDENSES

<i>Característica</i>	<i>Varones (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>
Gusto por el cine	40	28.6
Gusto por cocinar	30	14.3
Comer fuera	20	28.6
Música	40	42.9
Viajar	45	7.1
Agradables	10	14.3
Alegres	5	28.6
Apasionados	15	14.3
Atractivos	20	14.3
Bondadosos	5	28.6
Comprometidos	5	0
Instruidos	20	7.1
Honestos	5	21.4
Independientes	0	14.3
Inteligentes	5	35.7
Leales	10	7.1
Optimistas	5	7.1
Gusto por los niños	10	0
Respetuosos	0	7.1
Seguros	0	28.6
Tienen seguridad financiera	20	7.1
Con sentido del humor	40	14.3
Actividades al aire libre	55	7.1
Bailar	5	7.1
Caminar	0	21.4
Deportes	20	7.1
Leer	15	14.3

en un porcentaje de 21.4 hombres inteligentes, y ellos sólo esperan en 10 por ciento que también lo sean. En 7.1 por ciento de los casos, las mujeres buscan la lealtad, y los hombres no consideraron

CUADRO 2
 CARACTERÍSTICAS QUE LOS ESTADUNIDENSES DESEAN EN UNA PAREJA

<i>Característica</i>	<i>Varones (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>
Agradable	0	0
Apasionada	10	21.4
Atractiva	30	21.4
Bondadosa	5	14.3
Comprometida	15	0
Instruida	15	0
Honesta	20	28.6
Independiente	15	0
Inteligente	10	21.4
Leal	0	7.1
Optimista	0	14.3
Gusto por los niños	5	7.1
Respetuosa	5	21.4
Romántica	10	14.3
Segura de sí misma	5	14.3
Con seguridad financiera	0	7.1
Con sentido del humor	35	14.3
Alegre	10	14.3

importante este concepto, lo mismo que el optimismo, deseado por las mujeres en 14.3 por ciento de los casos. Ellas sí desean, en 21.4 por ciento de los casos, que su pareja sea respetuosa; pero eso mismo sólo lo solicitó 5 por ciento de los varones.

Ellas desean que los hombres sean seguros de sí mismos en 14.4 por ciento de los casos y los hombres buscan eso en sólo 5 por ciento. Algunas mujeres (7.1 por ciento) desean que el hombre tenga seguridad financiera; en cambio, a los hombres no les pareció importante este aspecto en su contraparte. A ellos les interesó sobremanera (35 por ciento) que ellas tuvieran sentido del humor; en tanto que a ellas les importó tal rasgo del género masculino en 14.3 por ciento de los casos.

Para resumir lo anterior, se observa que a los hombres y las mujeres estadounidenses les interesa describirse como personas amantes de la música (40 y 42.9 por ciento, respectivamente); a 40 por ciento de ellos le gusta el cine y manifiestan tener sentido del humor y desean, en 35 por ciento de los casos, que ellas también lo tengan, en tanto que las mujeres se describen como inteligentes. En un nivel menor, los hombres de Estados Unidos se asumen como atractivos y educados; las mujeres, agradables, apasionadas, seguras de sí mismas y honestas. En el cuadro 3, se observan los resultados resumidos de cómo se describen mujeres y hombres de Canadá.

CUADRO 3
AUTOPERCEPCIÓN DE LOS CANADIENSES

<i>Característica</i>	<i>Varones (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>
Gusto por el cine	23.1	21.4
Gusto por cocinar	3.8	3.6
Comer fuera	11.5	10.7
Música	23.1	21.4
Viajar	15.4	7.1
Agradables	7.7	7.1
Alegres	15.4	17.9
Apasionados	15.4	10.7
Atractivos	15.4	14.3
Bondadosos	7.7	0
Comprometidos	7.7	0
Instruidos	7.7	7.1
Honestos	19.2	17.9
Independientes	3.8	3.6
Inteligentes	3.8	28.6
Leales	3.8	0
Optimistas	3.8	14.3
Gusto por los niños	7.7	3.6
Respetuosos	0	0
Seguros	0	7.1

CUADRO 3
 AUTOPERCEPCIÓN DE LOS CANADIENSES
 (continuación)

<i>Característica</i>	<i>Varones (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>
Con seguridad financiera	23.1	0
Con sentido del humor	26.9	21.4
Actividades al aire libre	23.1	28.6
Bailar	19.2	17.9
Caminar	23.1	21.4
Deportes	19.2	10.7
Leer	15.4	7.1

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE HOMBRES Y MUJERES DE CANADÁ

A los hombres y las mujeres canadienses agradan las actividades al aire libre (23.1 y 28.6 por ciento, respectivamente); salir a bailar, caminar, oír música e ir al cine les gusta a ambos en 20 por ciento de los casos; no les gusta cocinar (3.8 y 3.6 por ciento, respectivamente), tampoco comer fuera (11.5 y 10.7 por ciento); el deporte, la lectura y los viajes les gusta más a los hombres que a las mujeres. Son más apasionados los varones que las mujeres (15 y 10.7 por ciento, respectivamente); no se autodefinen como bondadosos, leales, comprometidos, independientes o educados, pero sí honestos (en 20 puntos porcentuales de los casos en ambos sexos) y con sentido del humor (26.9 en unos y 21.4 por ciento en las otras). La mujer se describe como inteligente en 28.6 por ciento de los casos en tanto que el hombre sólo lo hace en 3.8 por ciento. Asimismo, las mujeres se autodefinen como optimistas en 14.3 por ciento de los casos, en tanto que los hombres solamente en 3.8 por ciento.

En cuanto a lo que los canadienses buscan en una pareja, el cuadro 4 refleja los resultados obtenidos y llama la atención que tanto mujeres como hombres no muestren interés en las parejas románticas (3.8 por ciento en ambos casos). A los hombres les interesa que

las mujeres tengan sentido del humor (19.2 por ciento de los casos) y que sean seguras de sí mismas (11.5). A ellas también les interesa que los varones tengan sentido del humor (14.3) y seguridad financiera (10.7).

Sólo 3.8 por ciento de los varones y 3.6 de las mujeres buscan una persona apasionada. Ellas desean que la persona sea honesta (35.7 por ciento de los casos) y ellos sólo en 19.2 por ciento muestran esa inclinación. Al género femenino le interesa que ellos sean inteligentes (17.9), en tanto que al sexo fuerte únicamente le interesó eso en 11.5 por ciento de los casos.

CUADRO 4
CARACTERÍSTICAS QUE LOS CANADIENSES DESEAN EN UNA PAREJA

<i>Característica</i>	<i>Varones (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>
Agradable	0	7.1
Apasionada	3.8	3.6
Atractiva	11.5	7.1
Bondadosa	0	10.7
Comprometida	7.7	3.6
Instruida	3.8	7.1
Honesta	19.2	35.7
Independiente	7.7	0
Inteligente	11.5	17.9
Leal	0	0
Optimista	3.8	3.6
Gusto por los niños	0	7.1
Respetuosa	3.8	0
Romántica	3.8	3.6
Segura de sí misma	11.5	0
Con seguridad financiera	0	10.7
Con sentido del humor	19.2	14.3
Alegre	11.5	7.1

En general, los canadienses buscan pareja por medio de la Internet. Podemos decir que los hombres se describen sobre todo como personas con sentido del humor, con gusto por las actividades al aire libre, honestas y con estabilidad financiera, que buscan (en 19.2 por ciento de los casos) una mujer honesta e igualmente con sentido del humor. Por su parte, las mujeres se describen como inteligentes, con predilección por las actividades al aire libre y con sentido del humor, además de que buscan fundamentalmente en una relación a una persona honesta (35.7 por ciento de los casos).

COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS ENTRE ESTADUNIDENSES Y CANADIENSES

El cuadro 5 refleja los resultados obtenidos al comparar cómo se describen las personas de ambos países, de ahí se observa que las actividades al aire libre son preferidas en forma diferente y significativa por los estadounidenses respecto de los canadienses (35.3 frente a 25.9 por ciento). También prefieren más ir al cine los primeros que los últimos (en un porcentaje de 35.3 frente a 22.2).

Una actividad que definitivamente distingue a los estadounidenses de los canadienses es la comida, ya que por una parte tienen el gusto por cocinar —a los primeros les gusta más esta actividad que a los segundos (23.5 frente a sólo 3.7 por ciento)—, por otra, a los estadounidenses les gusta salir a comer fuera de casa, pero los canadienses casi no lo prefieren (23.5 junto a 11.1 por ciento de los casos).

A los primeros les gusta más la música que a los canadienses, pues 41.2 por ciento de aquéllos lo disfrutaban, mientras que sólo 22.2 por ciento de los segundos. Un mayor porcentaje de los estadounidenses declaró su gusto por viajar (29.4), en tanto que los canadienses dijeron tenerlo en 11.1 por ciento de los casos.

Salir a bailar es preferido por los canadienses (18.5), pero los estadounidenses optan por esta actividad en 5.9 por ciento de los casos. También caminar, pues 22.2 por ciento de los casos en Canadá lo prefiere, aunque en Estados Unidos el porcentaje es de 8.8.

Los de este último país se definen como bondadosos y los del país vecino no tanto (14.7 contra 3.7 por ciento). Se describen también

como instruidos (14.7), seguros de sí mismos (11.8) y con seguridad financiera (14.7), este último porcentaje ligeramente superior al de los canadienses (11.1).

CUADRO 5

COMPARACIÓN DE LA AUTOPERCEPCIÓN DE CANADIENSES Y ESTADUNIDENSES

<i>Característica</i>	<i>Estadunidenses</i>	<i>Canadienses</i>	<i>Ambos</i>
Gusto por el cine	35.3	22.2	27.3
Gusto por cocinar	23.5	3.7	11.4
Comer fuera	23.5	11.1	15.9
Música	41.2	22.2	29.5
Viajar	29.4	11.1	18.2
Agradables	11.8	7.4	9.1
Alegres	14.7	16.7	15.9
Apasionados	14.7	13	13.6
Atractivos	17.6	14.8	15.9
Bondadosos	14.7	3.7	8
Comprometidos	2.9	3.7	3.4
Instruidos	14.7	7.4	10.2
Honestos	11.8	18.5	15.9
Independientes	5.9	3.7	4.5
Inteligentes	17.6	16.7	17
Leales	8.8	1.9	4.5
Optimistas	5.9	9.3	8
Gusto por los niños	5.9	5.6	5.7
Respetuosos	2.9	0	1.1
Seguros de sí mismos	11.8	3.7	6.8
Con seguridad financiera	14.7	11.1	12.5
Con sentido del humor	29.4	24.1	26.1
Actividades al aire libre	35.3	25.9	29.5
Bailar	5.9	18.5	13.6
Caminar	8.8	22.2	17
Deportes	14.7	14.8	14.8
Leer	14.7	11.1	12.5

Los estadounidenses, comparados con los canadienses, presentan una mayor tendencia a presentarse como personas apasionadas (14.7 frente a 3.7 por ciento). Por su parte, estos últimos prefieren presentarse en 18.5 por ciento de los casos como honestos. En ambos países, las personas se describen, considerablemente, con un buen sentido del humor: los estadounidenses en 29.4 por ciento de los casos y los canadienses en el 24.1. En el cuadro 6 se aprecia lo que las personas de los dos países desean de su pareja: los de Estados Unidos buscan una persona atractiva en 26.6 por ciento de los casos; en tanto que en el país vecino en sólo 9.3 puntos porcentuales. Asimismo, los estadounidenses buscan a alguien respetuoso en una pro-

CUADRO 6
CARACTERÍSTICAS QUE LOS ESTADUNIDENSES Y CANADIENSES
DESEAN EN UNA PAREJA

<i>Característica</i>	<i>Estadunidenses</i>	<i>Canadienses</i>	<i>Ambos</i>
Agradable	0	3.7	2.3
Apasionada	14.7	3.7	8
Atractiva	26.5	9.3	15.9
Bondadosa	8.8	5.6	6.8
Comprometida	8.8	5.6	6.8
Instruida	8.8	5.6	6.8
Honesta	23.5	27.8	26.1
Independiente	8.8	3.7	5.7
Inteligente	14.7	14.8	14.8
Leal	2.9	0	1.1
Optimista	5.9	3.7	4.5
Gusto por los niños	5.9	3.7	4.5
Respetuosa	11.8	1.9	5.7
Romántica	11.8	3.7	6.8
Segura de sí misma	8.8	5.6	6.8
Con seguridad financiera	2.9	5.6	4.5
Con sentido del humor	26.5	16.7	20.5
Alegre	11.8	9.3	10.2

porción de 11.8 por ciento; en cambio, los canadienses no ponen atención a este aspecto, pues lo declararon como importante en 1.9 por ciento. Lo mismo puede decirse del romanticismo, al que los estadounidenses desean en 11.8 por ciento de los casos y los canadienses sólo en 3.7.

La seguridad financiera es un poco más importante para los canadienses que para los estadounidenses (5.6 y 2.9 puntos porcentuales), aunque se advierte que en los dos casos el porcentaje es bajo. En ambos países, las personas buscan a un ser honesto (Estados Unidos 23.5 y Canadá 27.8 por ciento). En ambos países, declararon interesarse en 14.7 por ciento de los casos por una persona inteligente, e igualmente declararon que desean una persona con sentido del humor, aunque en el caso de los estadounidenses se dio en 26.5 por ciento de los casos, en relación con los canadienses de sólo 16.7.

CONCLUSIONES

Al realizar esta investigación, sobresalió el hecho de que, en general, las personas que buscan pareja a través de la Internet ofrecen mayor información sobre sí mismas en términos de sus gustos y cualidades que las características que solicitan, por ejemplo, es común encontrar personas que se describen utilizando diez o más adjetivos, y cuando hablan de lo que desean de su pareja, recurren a frases como “alguien con quien pueda envejecer”, o “alguien que comparta su vida conmigo”. Al solicitar características específicas, es relevante que el aspecto físico no ocupa un lugar muy importante, siendo solicitado solamente en 15.9 por ciento del total. La característica más deseada fue la honestidad (26.1), seguida del sentido del humor (20.5). Otro aspecto destacado fue que la edad promedio de la gente del estudio, es de 37 años, debido quizá a que con el paso de los años quienes buscan pareja encuentran cada vez menor número de personas solteras o con disposición de entablar una relación de pareja, pues, al casarse las personas dejan de estar disponibles, y esto ocurre muy a menudo antes de los treinta años.

En cuanto a la autodescripción, el rasgo más sobresaliente fue el sentido del humor (21.6); en segundo y tercer lugar la inteligencia (17),

honestidad y ser atractivo (ambos en 15.9 por ciento); el menos usado fue el respeto (1 por ciento).

En relación con las diferencias entre estadounidenses y canadienses, al describirse a sí mismos, los primeros manifestaron un gran interés por la música (41.2), mucho mayor que el de los canadienses (22.2). El gusto por el cine y las actividades al aire libre arrojaron 35.3 por ciento de la preferencia; en las dos naciones lo que menos les gusta es bailar (5.9), seguido de caminar (8.8). Las cualidades y adjetivos más frecuentemente mencionados fueron el sentido del humor (29.4), igual que los canadienses, con 24.1 por ciento; seguido de inteligente (17.6); las menos citadas fueron compromiso y respeto (2.9).

Por su parte, los canadienses prefieren las actividades al aire libre (25.9), caminar (22.2), escuchar música e ir al cine (ambos en 22.2 por ciento de los casos). Se autodefinieron como personas con sentido del humor (24.1), honestas (18.5) e inteligentes (16.7). Tocante a lo que desean en su pareja, lo más solicitado entre los estadounidenses es el sentido del humor (26.5), que la persona sea atractiva (26.5) y honesta (23.5), en cambio, los canadienses prefieren la honestidad (27.8), el sentido del humor (16.7) y la inteligencia (14.8), y atractivos tan sólo lo desea 9.3 por ciento de los casos.

En resumen, las principales diferencias entre estadounidenses y canadienses en cuanto a su autodescripción consisten en que los primeros tienen mayor gusto por la música que los segundos, lo mismo que un mayor gusto por las actividades al aire libre y los viajes; en tanto que los canadienses tienen predilección por la caminata y el baile. Ambos casos tienen en común un especial interés por poseer sentido del humor. En cuanto a lo que desean en especial de su pareja, se observa que los canadienses optan ante todo por la honestidad, mientras que los estadounidenses —aunque también lo desean— buscan más el sentido del humor y que la persona sea atractiva.