



Hipersexualización y violencia simbólica en Instagram: una mirada desde la experiencia de mujeres jóvenes

*Hypersexualization and Symbolic Violence on
Instagram: A Perspective from the Experiences of Young
Women*

Adriana Rodríguez Barraza y Mercedes Ruiseñor Acosta

Recibido: 19/05/2025

Aceptado: 26/01/2026

RESUMEN

Este estudio analiza las formas contemporáneas de violencia simbólica y estructural que se manifiestan en las redes sociales, centrándose en Instagram, una plataforma cuyas dinámicas visuales e interactivas inciden en la representación del cuerpo femenino. El objetivo principal es explorar cómo esta red contribuye a la hipersexualización y cosificación de mujeres jóvenes, y cómo tales representaciones influyen en la construcción de su subjetividad y sexualidad. Se utilizó una metodología cualitativa con diseño descriptivo, a través de entrevistas semiestructuradas aplicadas a ocho mujeres de entre 18 y 22 años, quienes reflexionaron sobre imágenes seleccionadas de cuentas públicas en

Adriana Rodríguez Barraza Doctora en Antropología Social por la Universidad Autónoma de Madrid. Investigadora de Tiempo Completo en el Instituto de Investigaciones Psicológicas de la Universidad Veracruzana e integrante del Sistema Nacional de Investigadores. Trabaja en los campos de violencia, género y educación desde enfoques interdisciplinarios. ORCID: 0000-0003-4833-9540

Mercedes Ruiseñor Acosta Psicóloga y maestrante en Estudios de Género por la Universidad Veracruzana, activista y defensora de los Derechos Humanos de las Mujeres. Acompañante de aborto certificada por la International Planned Parenthood Federation y promotora de Salud Sexual y Reproductiva por Fundación MSI. Su labor se centra en la atención a mujeres en contextos de violencia. ORCID: 0000-0001-6088-5523

Cómo citar este artículo: Rodríguez Barraza, Adriana y Ruiseñor Acosta, Mercedes (2026). Hipersexualización y violencia simbólica en Instagram: una mirada desde la experiencia de mujeres jóvenes. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 11(1), 2-23. doi: <https://dx.doi.org/10.17979/arief.2026.11.1.12106>

la plataforma. El análisis temático permitió identificar patrones discursivos que evidencian impactos psicosociales derivados del uso cotidiano de Instagram, tales como comparaciones corporales, inseguridad con la imagen personal y conductas alimentarias disfuncionales. Las participantes señalaron que la exposición constante a estereotipos estéticos refuerza la percepción del cuerpo femenino como objeto visual, lo que afecta negativamente su autoestima y salud mental. Se concluye que estas prácticas digitales configuran formas naturalizadas de violencia simbólica, al reproducir desigualdades de género y reforzar modelos normativos de belleza. Ante este panorama, se propone fortalecer la alfabetización mediática con perspectiva de género, con el fin de promover entornos digitales más críticos, inclusivos y equitativos para las juventudes.

Palabras clave: *Violencia simbólica; hipersexualización; cuerpo femenino; redes sociales; Instagram; mujeres jóvenes; subjetividad; cosificación.*

ABSTRACT

This study examines the forms of symbolic and structural violence manifested on social media, with a particular focus on Instagram—a platform whose visual and interactive dynamics shape representations of the female body. The primary objective is to explore how Instagram contributes to the hypersexualization and objectification of young women, and how these representations influence the construction of their subjectivity and sexuality. A qualitative, descriptive research design was employed, using semi-structured interviews with eight women aged 18 to 22. Participants reflected on selected images from public Instagram accounts. Through thematic analysis, discursive patterns emerged that revealed the psychosocial impacts of Instagram use, including body comparisons, insecurity about one's appearance, and disordered eating behaviors. The participants described how constant exposure to aesthetic stereotypes reinforces the perception of female bodies as visual objects, generating adverse effects on self-esteem and mental health. The findings suggest that such digital practices constitute contemporary forms of symbolic violence by normalizing gender inequality and promoting normative beauty standards. The study advocates for the promotion of media literacy with a gender perspective as a strategy to foster more equitable and critical digital environments.

Keywords: *Symbolic violence; hypersexualization; female body; social media; Instagram; young women; subjectivity; objectification.*

1. INTRODUCCIÓN

En México, la violencia contra las mujeres persiste como un fenómeno estructural profundamente arraigado que adopta múltiples formas, desde expresiones físicas y directas hasta manifestaciones simbólicas que suelen permanecer invisibilizadas o naturalizadas en la vida cotidiana (Rodríguez y Crippa, 2023). Estas formas de violencia simbólica se reproducen mediante prácticas sociales, discursos mediáticos y normas culturales que afectan de manera directa la construcción de subjetividad, la salud mental y el ejercicio de derechos de las mujeres. En los últimos años, el auge de las tecnologías digitales ha reformulado significativamente los escenarios en los que esta violencia se manifiesta, ampliando su alcance a través de nuevos dispositivos de control y representación simbólica.

Las redes sociales digitales, y en particular Instagram, se han consolidado como espacios centrales de interacción, visibilidad y validación social, especialmente entre las poblaciones más jóvenes. En 2020, esta plataforma registraba más de mil millones de personas usuarias activas en todo el mundo, de las cuales el 50.9 % eran mujeres (Hootsuite, 2020). Instagram destaca frente a otras redes sociales por su elevado nivel de tráfico y de permanencia de los usuarios en la plataforma. De acuerdo con reportes de Hootsuite, esta red social se ubica entre los sitios web más visitados a nivel mundial, con un tiempo promedio de uso superior a seis minutos por visita. Asimismo, México se posiciona entre los diez países con mayor número de usuarios activos en Instagram, lo que evidencia su amplia penetración y su relevancia como espacio de interacción social y cultural. Su lógica visual y algorítmica, centrada en la imagen corporal y la exposición pública, contribuye a la circulación de estereotipos de género, reforzando representaciones normativas del cuerpo femenino asociadas con ideales

patriarcales de belleza, deseo y valor social. En este contexto, Instagram se convierte en un espacio privilegiado para el análisis de fenómenos como la hipersexualización y la cosificación, que inciden directamente en la forma en que las mujeres jóvenes construyen su identidad, su sexualidad y su autoestima (García-González y Pérez-Rodríguez, 2020; Mingo y Moreno, 2020).

El presente estudio se centra en el análisis de estos procesos simbólicos, desde los aportes de la teoría feminista, la Psicología social y la Sociología del cuerpo. A través de una metodología cualitativa, basada en entrevistas semiestructuradas con mujeres jóvenes de entre 18 y 22 años, se busca comprender cómo operan la hipersexualización y la cosificación en el entorno digital de Instagram, así como sus efectos subjetivos en la vivencia cotidiana de las participantes. Esta aproximación permite articular las experiencias personales con las estructuras sociales que las atraviesan, aportando así una mirada situada y crítica sobre las violencias simbólicas en la era digital.

2. MARCO TEÓRICO

Para comprender las dinámicas contemporáneas de hipersexualización y cosificación del cuerpo femenino en redes sociales, resulta fundamental revisar el estado actual del conocimiento generado en contextos de habla hispana entre los años 2015 y 2021. Diversas investigaciones, desarrolladas principalmente en España, México, Colombia y Brasil, han abordado estas problemáticas desde enfoques feministas, discursivos y psicosociales. Los temas explorados incluyen la violencia simbólica, los estereotipos de género en medios tradicionales y digitales, la sexualización infantil, la publicidad sexista y la influencia de las plataformas virtuales en la construcción de imaginarios sociales.

En el ámbito educativo, Posada (2015) analizó cómo la escuela reproduce estereotipos que disciplinan el cuerpo de las niñas desde una lógica binaria. Desde la televisión, Galarza et al. (2016) identificaron mecanismos de reproducción simbólica de la violencia patriarcal, proponiendo la alfabetización mediática con perspectiva de género como alternativa. Flores y Browne (2017) plantearon que, si bien las redes sociales pueden reforzar estereotipos, también pueden ser espacios de resignificación si se generan transformaciones discursivas y educativas. En el contexto de la publicidad, Rodríguez y Torrado (2018) visibilizaron la hipersexualización de mujeres vulnerables como estrategia de marketing legitimada socialmente.

Desde los medios digitales, Peralta et al. (2019) documentaron micromachismos y sexismo en el discurso mediático, mientras que González (2019) denunció la erotización infantil y la falta de regulación sobre la ciudadanía digital. En clave interseccional, Marchese (2019) elaboró una genealogía de la violencia sobre cuerpos racializados, y Toribio del Hierro (2021) cuestionó los marcos jurídicos insuficientes para abordar la violencia de género en el entorno digital.

En conjunto, estos estudios coinciden en identificar a los medios de comunicación, y en particular a las redes sociales, como espacios que reproducen simbólicamente cuerpos femeninos subordinados a lógicas de deseo, consumo y control. Si bien existe una creciente producción sobre violencia simbólica en medios, se advierte una limitada atención académica específica sobre Instagram como plataforma analítica central (De Miguel y Rodríguez, 2022; Carretero y Gámez, 2022). Esta carencia justifica el enfoque de este estudio, que busca explorar críticamente cómo se configuran la hipersexualización y la cosificación del cuerpo femenino en esa red social.

A partir de esta revisión, se reconoce la necesidad de profundizar en los conceptos de hipersexualización y cosificación que permita comprender cómo estas formas simbólicas de violencia se manifiestan, se interiorizan y afectan la subjetividad, el deseo y la autonomía de las mujeres jóvenes. Dicho encuadre teórico servirá de base para el análisis posterior.

2.1 hipersexualización del cuerpo femenino

La hipersexualización del cuerpo femenino constituye una forma de violencia simbólica que se intensifica en el entorno digital, particularmente en plataformas visuales como Instagram. Este fenómeno se refiere a la representación reiterada y exagerada de atributos sexuales en cuerpos femeninos, convertidos en referentes normativos de belleza, erotismo y valor social. Estas representaciones no solo responden a una lógica mercantil y patriarcal, sino que además condicionan la percepción del cuerpo propio, generando efectos en la identidad, la autoestima y la vivencia de la sexualidad de las mujeres jóvenes.

Desde una perspectiva crítica, la hipersexualización puede entenderse como un proceso social que convierte ciertos cuerpos —especialmente los femeninos— en objetos de deseo bajo estándares heteronormativos. Enguix y González (2016) la definen como una forma de representación que magnifica ciertos rasgos sexuales (senos, caderas, labios) o recurre a posturas sugerentes, promoviendo una feminidad subordinada. En el caso de Instagram, esta narrativa visual se reproduce mediante filtros, algoritmos y prácticas de validación social como los "me gusta", que refuerzan estéticas idealizadas (Carretero y Gámez, 2022).

Estudios recientes han documentado que este tipo de exposición tiene un impacto significativo en adolescentes y mujeres jóvenes, cuya identidad se encuentra en proceso de consolidación. Blunes, Blesa y Tornel (2019) sostienen

que el cuerpo es una construcción biológica, social y política a través de la cual se modela la autoconciencia. En este sentido, la hipersexualización incide en la forma en que las jóvenes viven su sexualidad, su imagen corporal y su sentido de valía.

Desde una mirada feminista, Cobo (2015) argumenta que la hipersexualización se inscribe en una concepción patriarcal que posiciona a las mujeres como cuerpos al servicio del deseo masculino, estableciendo conexiones directas con prácticas como la prostitución o la pornografía. Estas industrias no solo reproducen estas lógicas, sino que las legitiman a través de su difusión masiva. Datos recientes de Pornhub (2019) revelan que los contenidos más consumidos están orientados a la sexualización de mujeres jóvenes, siendo México uno de los países con mayor demanda.

En esta misma línea, la American Psychological Association (APA, 2007) identifica cuatro indicadores clave de sexualización: valoración basada únicamente en la apariencia, presión para ajustarse a ideales de atractivo sexual, objetivación del cuerpo y sexualidad impuesta. Díaz-Altozano et al. (2021) sostienen que plataformas como Instagram funcionan como sustitutos simbólicos de portales pornográficos, al difundir imágenes altamente sexualizadas que, aunque no explícitas, promueven los mismos imaginarios de consumo.

En síntesis, la hipersexualización del cuerpo femenino en redes sociales constituye una práctica simbólicamente normalizada que refuerza jerarquías de género bajo la apariencia de libertad o empoderamiento. Esta forma de violencia, al operar de manera encubierta, puede ser el primer eslabón de otros procesos de objetivación como la cosificación. Por ello, resulta urgente problematizar los

discursos visuales dominantes y promover procesos de alfabetización mediática con enfoque de género, que permitan a las juventudes desarrollar una mirada crítica sobre su cuerpo, su sexualidad y su presencia en el espacio digital.

2.2 Cosificación del cuerpo femenino

La cosificación del cuerpo femenino constituye una forma de violencia simbólica que opera al reducir a las mujeres a objetos de consumo, placer o valoración estética, negando su subjetividad, autonomía y complejidad. En el contexto de las redes sociales, esta lógica se reproduce y amplifica bajo formas aparentemente modernas y empoderadoras, que sin embargo refuerzan estructuras patriarcales tradicionales. Instagram, como espacio visual de exposición y validación social, se convierte en un dispositivo privilegiado para analizar este fenómeno, donde el cuerpo femenino es representado, negociado y valorizado como mercancía simbólica.

Desde una perspectiva teórica, Bengoechea (2006) define la cosificación como un proceso sistemático de deshumanización mediante el cual una persona es tratada como un objeto sin agencia ni valor intrínseco. Esta dinámica se manifiesta digitalmente en prácticas como la exposición constante del cuerpo en busca de aprobación (likes, comentarios), la circulación de imágenes eróticas o sexualizadas y la transformación del perfil personal en una vitrina de capital erótico (Padrós, 2021). En muchos casos, estas prácticas son interiorizadas por adolescentes y mujeres jóvenes, quienes reproducen estos esquemas sin una plena conciencia crítica de sus implicaciones sociales y emocionales (Cuenca-Piqueras et al., 2021).

Numerosas autoras han advertido que este proceso no solo responde a un patrón individual, sino a una lógica sociocultural más amplia. González (2018) y Cobo

(2015) coinciden en que la instrumentalización del cuerpo femenino anula su dimensión política y subjetiva. A través de medios de comunicación y redes sociales, se difunden cánones normativos de belleza —asociados a la delgadez, juventud, blanquitud y disponibilidad sexual— que se presentan como deseables y universales. En este escenario, las mujeres aprenden a verse a sí mismas a través de una mirada ajena, lo que Fredrickson y Roberts (1997) conceptualizan como autocosificación: una forma de autoevaluación permanente basada en la apariencia física y el cumplimiento de expectativas externas.

Instagram, en particular, facilita este proceso de cosificación mediante la lógica del "contenido performativo", donde las mujeres son incentivadas a mostrar versiones de sí mismas que se ajusten a ideales dominantes de feminidad. Aunque muchas de estas prácticas se presentan bajo discursos de empoderamiento o emprendimiento, en realidad operan dentro de un sistema desigual que mercantiliza el cuerpo y reifica su valor simbólico como mercancía visual (De Miguel y Rodríguez, 2022). Esta contradicción tensiona el discurso de libertad individual con las estructuras de género que lo condicionan.

En definitiva, la cosificación del cuerpo femenino en redes sociales no puede entenderse como un fenómeno aislado o meramente estético. Se trata de una forma de violencia simbólica profundamente enraizada en la cultura patriarcal contemporánea, que contribuye a perpetuar desigualdades y a limitar la capacidad de las mujeres para construir subjetividades autónomas, críticas y diversas. Reconocer y analizar estas dinámicas permite abrir caminos hacia representaciones más justas, plurales y emancipadoras del cuerpo en el entorno digital.

3. METODOLOGIA

El estudio se inscribe en un enfoque cualitativo, que busca comprender las experiencias, percepciones y significados que las mujeres jóvenes atribuyen a las representaciones de su cuerpo en redes sociales, particularmente en Instagram. La perspectiva metodológica adoptada reconoce el carácter subjetivo y socialmente construido del conocimiento, en consonancia con los principios de la investigación feminista y los estudios críticos de la comunicación.

El diseño de la investigación fue descriptivo. Se trabajó con una muestra intencional de diez mujeres jóvenes, de entre 18 y 24 años, residentes en zonas urbanas de México y usuarias activas de Instagram. La selección de participantes se realizó mediante convocatoria abierta y muestreo por redes, priorizando la diversidad en términos de formación académica y uso de redes sociales. Todas las participantes firmaron un consentimiento informado previo garantizando la confidencialidad, el anonimato y la posibilidad de retirarse en cualquier momento del estudio.

La principal técnica de recolección de datos fue la entrevista semiestructurada, que permitió explorar con profundidad los relatos y reflexiones de las participantes. Las entrevistas se realizaron de manera individual y remota, a través de videollamadas, y tuvieron una duración promedio de 45 minutos.

Para el tratamiento de los datos, se utilizó el enfoque de análisis temático propuesto por Braun y Clarke (2006), que permite identificar patrones de sentido en los discursos de las participantes. El proceso incluyó una codificación inicial abierta, la agrupación en categorías emergentes y el refinamiento de temas centrales vinculados con los conceptos teóricos de referencia. El software Atlas.ti

23 fue empleado para organizar y sistematizar la información, lo que favoreció una lectura rigurosa y estructurada. Las participantes fueron seleccionadas mediante muestreo intencional, considerando su uso activo de Instagram y su disposición a reflexionar sobre su imagen corporal y sexualidad.

La investigación se desarrolló bajo criterios éticos que garantizan el respeto, la confidencialidad y la integridad de las participantes. Dado que el estudio aborda temas sensibles relacionados con la imagen corporal, la sexualidad y la experiencia subjetiva de violencia simbólica, se procuró en todo momento crear un ambiente de escucha segura y libre. Todas las participantes fueron informadas sobre los objetivos del estudio y dieron su consentimiento informado previo a su participación, en el que se aclaró que su colaboración era voluntaria, que podían retirarse en cualquier momento y que sus testimonios serían tratados de forma anónima y confidencial. Se garantizó el uso ético de las imágenes analizadas, en concordancia con las recomendaciones del Comité de Ética de la Investigación Social (Creswell y Poth, 2018).

Asimismo, se evitó cualquier forma de revictimización, respetando los tiempos, límites y emociones expresadas durante las entrevistas. Esta investigación se adscribe a los principios que privilegian el cuidado, la reciprocidad y la horizontalidad en la relación investigadora-participante, reconociendo el valor de los saberes y la necesidad de construir conocimiento desde el respeto a las experiencias vividas.

Durante las entrevistas, se incorporó una dinámica visual basada en la observación y comentario de imágenes recuperadas de cuentas públicas de Instagram. Las imágenes fueron seleccionadas con base en criterios de recurrencia de atributos hipersexualizados (poses, vestimenta, encuadre

corporal) y utilizadas como disparadores para promover la reflexión crítica de las entrevistadas.

Las categorías de análisis se definieron a partir de la revisión teórica y fueron afinadas durante el proceso: (1) hipersexualización y (2) cosificación del cuerpo femenino. Según Romero (2005), las categorías son conceptos analíticos que permiten clasificar y ordenar los datos para su interpretación. En este estudio, se utilizaron como ejes para el análisis temático de los discursos, atendiendo a cómo las participantes perciben y resignifican las representaciones del cuerpo en el entorno digital. El análisis de contenido se realizó siguiendo los pasos propuestos por Braun y Clarke (2006): familiarización con los datos, codificación inicial, búsqueda de patrones, revisión de temas y elaboración del reporte.

Esta estrategia metodológica permitió explorar cómo las mujeres jóvenes interpretan y experimentan la exposición de cuerpos femeninos en Instagram, y cómo dichas representaciones influyen en la construcción de su subjetividad y sexualidad. A través de las entrevistas y el análisis de imágenes, se generó una comprensión profunda sobre la forma en que las redes sociales refuerzan prácticas de violencia simbólica. Los hallazgos obtenidos abonan a la necesidad de diseñar estrategias de educación sexual integral y alfabetización digital con perspectiva de género que contrarresten los discursos normativos sobre el cuerpo y promuevan la autonomía de las mujeres en espacios virtuales.

Las categorías fueron construidas a partir de la revisión conceptual y empírica de estudios previos sobre violencia simbólica y representación del cuerpo femenino en redes sociales, particularmente en Instagram.

La hipersexualización se refiere a la representación del cuerpo de las mujeres jóvenes mediante la exageración de atributos sexuales —como senos, caderas o labios— o a través de poses corporales explícitamente asociadas a la sensualidad y el deseo. Esta categoría se fundamenta en la idea de que dichas representaciones responden a una lógica visual orientada al placer del espectador masculino, lo cual posiciona a las mujeres como objetos visuales subordinados al juicio externo (Enguix y González, 2016). Para un análisis más detallado, se consideraron dos subcategorías: (1) *hipersexualización por autopercepción*, que alude a cómo las mujeres interiorizan y reproducen estos patrones en sus propias publicaciones; y (2) *hipersexualización por mirada externa*, que recoge la percepción de las participantes sobre cómo son vistas y valoradas por otros usuarios en la plataforma.

Por su parte, la cosificación se entendió como un proceso de deshumanización en el que las mujeres son reducidas a objetos sin agencia, tratadas como cuerpos disponibles para el consumo visual. Esta lógica elimina la subjetividad y autonomía de las personas, convirtiéndolas en cuerpos manipulables, lo que constituye una forma de violencia simbólica (Bengoechea, 2006). Esta categoría se subdividió en: (1) *auto-cosificación*, referida a la apropiación de estas prácticas desde la propia subjetividad; y (2) *cosificación externa*, entendida como la imposición de una mirada objetivante desde otros usuarios o desde los discursos dominantes en la red social.

El desarrollo de estas categorías permitió estructurar el análisis temático y profundizar en los sentidos que las participantes atribuyen a sus experiencias corporales y emocionales en Instagram.

4. RESULTADOS

Los hallazgos obtenidos a partir de entrevistas semiestructuradas con mujeres jóvenes de entre 18 y 24 años permiten visibilizar cómo operan los procesos de hipersexualización y cosificación del cuerpo femenino en la red social Instagram. La interpretación de los datos se organizó, como se mencionó en torno a dos categorías analíticas previamente definidas. A continuación, se presentan los principales resultados por categoría, acompañados de fragmentos representativos de los testimonios de las participantes.

4.1 Categoría 1: Hipersexualización del cuerpo femenino

Las participantes coincidieron en que Instagram reproduce modelos corporales altamente sexualizados, alineados con estereotipos hegemónicos de belleza. Entre los atributos más mencionados se encuentran busto prominente, caderas marcadas, abdomen plano, piernas delgadas, cabello largo y rasgos eurocéntricos —como piel clara, ojos claros y dentadura perfecta—. Estas características se refuerzan mediante poses sensuales, uso de lencería y encuadres fotográficos sugerentes, los cuales, según las entrevistadas, poseen una carga sexual implícita orientada a la mirada masculina.

“Es un estereotipo femenino [...] es más hacia la mujer que al hombre, sobre cómo tendrías que verte para ser considerada guapa, atractiva” (P1).

Asimismo, señalaron que estas representaciones suelen eliminar rasgos naturales como vello corporal, celulitis o estrías, promoviendo una imagen idealizada, estandarizada e inalcanzable. Algunas participantes asociaron esta estética con los referentes visuales de la industria pornográfica.

“Todas tienen más o menos el mismo tipo de cuerpo: brazos delgados, cara estética, cabello largo, mucha pompi [...] son estereotipos de belleza que a un hombre se le haría atractivo” (P2).

Estos hallazgos refuerzan lo planteado por Enguix y González (2016), quienes advierten que la hipersexualización responde a una lógica estética construida en función de la mirada masculina. Las entrevistadas expresaron sentirse presionadas a replicar dichos modelos para alcanzar aceptación social o ser percibidas como deseables, lo cual incide negativamente en su autoestima y percepción corporal.

4.2 Categoría 2: Cosificación del cuerpo femenino

En relación con la cosificación, las participantes relataron experiencias en las que fueron tratadas como objetos sexuales, particularmente en contextos de relaciones heterosexuales. Varias manifestaron que sus parejas priorizaban el placer físico sobre el consentimiento o la conexión emocional, lo que las hizo sentirse despersonalizadas o utilizadas.

“Con varios de mis exs, por ejemplo, pues nada más en el aspecto sexual... no me importaba cómo estaba yo, solo querían coger. Siempre dominaba mucho eso” (P3).

Este tipo de trato también se manifiesta en el entorno digital, donde las jóvenes perciben la necesidad de ajustarse a estándares estéticos dominantes para obtener validación a través de likes, comentarios o seguidores. Esta exposición constante contribuye a procesos de auto-cosificación, donde la identidad se construye en función de la aprobación externa.

“Es vender un cuerpo... un estereotipo que muchas no cumplimos” (P1).

Estas experiencias coinciden con lo propuesto por Fredrickson y Roberts (1997), quienes conceptualizan la autocosificación como la internalización de la mirada objetivante, la cual conlleva ansiedad corporal, insatisfacción física y efectos adversos sobre la salud mental. En este sentido, varias participantes reconocieron haber atravesado episodios de malestar con su imagen personal, conductas

alimentarias restrictivas y baja autoestima, especialmente durante la adolescencia.

Finalmente, emergió con fuerza la necesidad de implementar una Educación Sexual Integral con enfoque de género desde edades tempranas, que permita resignificar la sexualidad femenina más allá de los discursos estéticos y patriarcales. Las participantes señalaron que la etapa de secundaria fue particularmente crítica en cuanto a experiencias de hipersexualización, por lo que consideran fundamental la creación de espacios seguros de escucha, reflexión y transformación desde perspectivas feministas e inclusivas.

En conjunto, los resultados muestran que la hipersexualización y cosificación del cuerpo femenino en Instagram ejercen un impacto significativo en la construcción de la identidad, la sexualidad y la salud mental de mujeres jóvenes. Las voces de las participantes evidencian la urgencia de cuestionar los discursos visuales dominantes en entornos digitales y de promover intervenciones educativas, culturales y sociales que fortalezcan una comprensión crítica del cuerpo, la autonomía y la diversidad de las corporalidades femeninas.

5. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio ponen en evidencia cómo Instagram, como plataforma visual dominante, actúa como un espacio de reproducción de estereotipos de género que impactan profundamente en la construcción de la subjetividad, la sexualidad y la salud mental de mujeres jóvenes. Tal como se ha demostrado, los procesos de hipersexualización y cosificación no son experiencias aisladas ni neutras, sino fenómenos sistemáticos anclados en lógicas patriarcales que encuentran en las redes sociales nuevas formas de expresión y

legitimación.

En línea con Enguix y González (2016), los testimonios muestran que la hipersexualización del cuerpo femenino opera como una estrategia visual al servicio de la mirada masculina, donde las mujeres son presentadas —y muchas veces se autopresentan— a través de estéticas eróticas normadas, que privilegian atributos sexuales exagerados y cuerpos ajustados a cánones hegemónicos. La ausencia de diversidad corporal y la eliminación de características naturales como el vello, la celulitis o las marcas de la piel, refuerzan un ideal inalcanzable que termina afectando la autopercepción y fomentando malestares psicosociales.

Asimismo, los hallazgos coinciden con los planteamientos de Fredrickson y Roberts (1997) sobre la autocosificación, al mostrar cómo las mujeres internalizan la mirada externa y convierten su cuerpo en objeto de vigilancia constante. Esta mirada interiorizada genera ansiedad corporal, inseguridad, y en algunos casos, la adopción de prácticas alimentarias restrictivas, confirmando el impacto emocional profundo que puede tener la exposición prolongada a estas dinámicas. La cosificación también se expresó en las relaciones afectivas y sexuales de las participantes, donde se identificó una desconexión entre el deseo propio y el deseo impuesto, lo que apunta a una vivencia instrumentalizada del cuerpo femenino. Esta forma de violencia simbólica refuerza la subordinación de las mujeres al placer masculino, anulando su agencia y capacidad de negociación dentro de las relaciones íntimas.

Uno de los hallazgos más significativos fue la percepción crítica que las jóvenes tienen sobre estas prácticas, así como su demanda explícita por espacios educativos que aborden la sexualidad desde una perspectiva feminista, integral

y emancipadora. Este dato es clave, ya que muestra una posibilidad de resistencia y transformación frente a los discursos dominantes. Tal como lo señalan Gill (2007) y Medina (2020), el empoderamiento femenino en contextos digitales no puede confundirse con la simple reproducción de estéticas sexualizadas, sino que debe implicar el cuestionamiento activo de las estructuras simbólicas que regulan el deseo, la visibilidad y la validez de las mujeres.

Por tanto, esta investigación no solo evidencia los efectos de la hipersexualización y cosificación en la vida cotidiana de las jóvenes, sino que también apunta a la urgencia de fortalecer la alfabetización mediática con perspectiva de género, entendida como una herramienta pedagógica y política para analizar críticamente las imágenes, los discursos y los algoritmos que operan en las redes sociales. Del mismo modo, se reafirma la necesidad de implementar Educación Sexual Integral desde niveles escolares tempranos, que no solo brinde información biológica, sino que habilite una reflexión profunda sobre el cuerpo, el deseo, el consentimiento y la autonomía.

En definitiva, cuestionar las formas de violencia simbólica que circulan en entornos digitales no solo es una tarea académica, sino también un compromiso ético y social que apunta a la construcción de subjetividades más libres, diversas y críticas.

6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La presente investigación permite comprender cómo la red social Instagram funciona como un dispositivo contemporáneo de reproducción de violencia simbólica y estructural hacia las mujeres jóvenes, a través de prácticas como la hipersexualización y la cosificación del cuerpo femenino. A partir de las voces de

las participantes, se evidencian los efectos psicosociales de estas dinámicas, tales como la presión por encajar en modelos de belleza hegemónicos, la inseguridad corporal, la autocosificación y el deterioro del bienestar emocional.

Los hallazgos corroboran que estas representaciones no solo afectan la autoestima de las jóvenes, sino que condicionan la forma en que construyen su sexualidad, su identidad y sus vínculos afectivos. En este contexto, Instagram no puede entenderse únicamente como una herramienta neutra de interacción social, sino como un espacio de disputa simbólica donde se refuerzan desigualdades de género bajo discursos estéticos aparentemente normalizados.

Sin embargo, también se identificaron elementos de resistencia crítica en los relatos de las participantes, quienes expresaron la necesidad de resignificar su relación con el cuerpo, la imagen y el deseo. Esta capacidad reflexiva constituye un punto de partida fundamental para pensar en estrategias educativas, culturales y comunicativas que promuevan entornos digitales más justos, inclusivos y conscientes.

A partir de los hallazgos de este estudio, se hace evidente la necesidad de impulsar acciones concretas que permitan contrarrestar los efectos de la hipersexualización y la cosificación del cuerpo femenino en entornos digitales. En primer lugar, resulta fundamental implementar programas de alfabetización mediática con perspectiva de género, que habiliten a las juventudes para analizar críticamente los discursos visuales que circulan en redes sociales, identificar estereotipos sexistas y desarrollar una relación más consciente con las plataformas digitales. Esta alfabetización debe ir más allá de la formación técnica y enfocarse en la dimensión simbólica, emocional y política de los contenidos consumidos y producidos cotidianamente.

Asimismo, se requiere fortalecer la Educación Sexual Integral desde etapas tempranas del desarrollo escolar, incorporando contenidos que aborden no solo la biología del cuerpo, sino también el consentimiento, la autonomía, el deseo, la diversidad corporal y los imaginarios contruïdos en torno a la sexualidad femenina. Estas estrategias educativas deben articularse con una mirada feminista e interseccional que reconozca las múltiples formas de desigualdad que atraviesan la experiencia de las mujeres jóvenes.

Desde el ámbito de la comunicación y el activismo digital, es urgente promover campañas que visibilicen cuerpos diversos, relatos plurales y narrativas que desmantelen los mandatos estéticos hegemónicos. Este tipo de intervenciones, especialmente cuando son impulsadas por juventudes organizadas o colectivos feministas, puede contribuir significativamente a la transformación de las representaciones dominantes.

En el plano institucional y político, se vuelve indispensable exigir corresponsabilidad a las plataformas como Instagram en la regulación de algoritmos que favorecen contenidos cosificadores o excluyentes. Del mismo modo, es necesario fomentar investigaciones interdisciplinarias que analicen el impacto de estas dinámicas desde variables como clase social, racialización, orientación sexual e identidad de género.

Finalmente, se propone la creación de espacios seguros en contextos educativos y comunitarios, donde las mujeres jóvenes puedan compartir sus experiencias sobre imagen corporal, sexualidad y redes sociales sin temor a la estigmatización. Estos espacios deben operar como ámbitos de escucha, contención y formación crítica, desde los cuales sea posible resignificar la relación con el cuerpo y

fortalecer procesos de empoderamiento individual y colectivo.

Bibliografía

- American Psychological Association. (2007). Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls. <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>
- Bengoechea, M. (2006). «Rompo tus miembros uno a uno» (Pablo Neruda). De la reificación a la destrucción en la iconografía literaria de la amada. *Cuadernos de Trabajo Social*, 19, 25–41. <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS0606110025A>
- Blunes Portillo, M., Blesa Aledo, B., y Tornel Abellán, M. (2019). Valores y experiencias del cuerpo y la imagen en las comunicaciones de jóvenes estudiantes: Una perspectiva de género. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 4(1), 80–97. <https://doi.org/10.20318/femeris.2019.4569>
- Braun, V., y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Carretero, I., y Gámez, J. (2022). Cuerpos digitales: Una revisión crítica sobre hipersexualización y autoestima en Instagram. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 57, 44–61.
- Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad. *Investigaciones Feministas*, 6, 7–19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5278191>
- Cook, R. J., y Cusack, S. (2010). *Gender stereotypes: Transnational legal perspectives*. University of Pennsylvania Press.
- Creswell, J. W., y Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. SAGE.
- Cuenca-Piqueras, C., González Moreno, M. J., y Checa Olmos, J. C. (2021). ¿Empoderadas u objetivadas? Análisis de las ciberfeminidades en influencers de moda. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 19–30. <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/68810>
- De Miguel, V., y Rodríguez, A. (2022). Violencia simbólica y redes sociales: Cuerpos en disputa. *Revista de Estudios Feministas*, 30(2), 45–68.
- Díaz-Altozano, P., Padilla-Castillo, G., y Requeijo-Rey, P. (2021). Sexualización de niñas en redes sociales: La necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 31–45. <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/69559>
- Elhartista [@elhartista]. (2021). Publicaciones en Instagram [Cuenta de Instagram]. <https://www.instagram.com/elhartista/>

- Enguix, B., y González, A. M. (2016). Cuerpos y sexualidades en la cultura visual contemporánea. *Revista de Estudios de Género*, 26(2), 23–38.
- Esteban, M. L. (2013). *Antropología del cuerpo: Género, itinerarios corporales, identidad y cambio* (2.ª ed.). Edicions Bellaterra.
- Flores, P., y Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: Violencia simbólica de género en redes sociales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 147–160. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77349627009>
- Fredrickson, B. L., y Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Galarza, E., Cobo, R., y Esquembre, M. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 818–832. <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1122/RLCS-paper1122.pdf>
- González, A. M., y Torrado, E. (2018). Cosificación y mercantilización de las mujeres: Las tecnologías como instrumento de violencia. *Sociología y Tecnociencia*, 9(1), 1–8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7388140>
- González, P. (2019). Erotización infantil y gramáticas afectivas: Discursos sobre la infancia en la era 2.0 en Argentina. *Revista Latinoamericana*, 31, 101–118. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293362741005>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hootsuite y We Are Social. (2020). *Digital 2020: Global digital overview*. <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020>
- Marchese, G. (2019). Del cuerpo en el territorio al cuerpo-territorio: Genealogía feminista latinoamericana de la crítica a la violencia. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 13, 9–41. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455962140001>
- Padrós Reig, C. (2021). Propuestas legales frente a la cosificación, hipersexualización y pornificación de la sociedad. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 6(2), 144–161. <https://doi.org/10.20318/femeris.2021.6139>
- Peralta, L., Ufarte, M. J., y López, M. D. (2019). Micromachismos y prensa digital: eldiario.es como estudio de caso. *Revista ICONO14 Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 17(1), 162–183. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i1.1220>
- Pornhub Insights. (2019). *The 2019 year in review*. <https://www.pornhub.com/insights/2019-year-in-review>
- Posada, L. (2015). Las mujeres son cuerpo: Reflexiones feministas. *Investigaciones Feministas*, 6, 108–121. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5278286>

- Rodríguez Barraza, A., y Crippa Méndez, M. (2023). Discursos y diálogos sobre violencia. *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*, 30(87). <https://doi.org/10.32870/eees.v30i87.7334>
- Rodríguez, R., y Torrado, E. (2018). Comercio sexual, mujeres y publicidad: El papel de la prensa española. *Vivat Academia*, 141, 93–114. <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1061>
- Romero, C. (2005). La categorización: Un aspecto crucial en la investigación cualitativa. *Revista de Investigaciones Cesmag*, 11(11), 113–118.
- Szil, P. (2006). Men, pornography and prostitution. Paper presented at the Congreso de los Diputados, Spain. <http://szil.info/es/publicaciones/los-hombres-la-pornografia-y-la-prostitucion>
- Toribio del Hierro, A. (2021). Violencia de género en España: Apuntes para su erradicación. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 6(2), 162–185. <https://doi.org/10.20318/femeris.2021.6140>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2021). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377069>
- Verdú, A. D. (2018). El sufrimiento de la mujer-objeto: Consecuencias de la cosificación sexual en los medios. *Feminismo/s*, 31, 167–186. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/76689>
- World Health Organization. (2002). *World report on violence and health: Summary*. <https://www.who.int/publications/i/item/9241545615>