


# Interacciones digitales y desigualdad de género: Un estudio sobre el uso de Instagram entre alumnado universitario

Interaccións dixitais e desigualdade de xénero: Un estudo sobre o uso  
de Instagram entre estudantes universitarios

Digital interactions and gender inequality: a study on Instagram use  
among university students

Teresa Piñeiro-Otero<sup>1</sup>, Xabier Martínez-Rolán<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade da Coruña. [teresa.pineiro@udc.gal](mailto:teresa.pineiro@udc.gal),  <https://orcid.org/0000-0001-6414-2700>

<sup>2</sup> Universidade de Vigo. [xabier.rolan@uvigo.gal](mailto:xabier.rolan@uvigo.gal),  <https://orcid.org/0000-0002-7631-2292>

Cátedra de Feminismos 4.0 DEPO-UVigo



**Contacto:**

Teresa Piñeiro-Otero.  
[teresa.pineiro@udc.gal](mailto:teresa.pineiro@udc.gal)

Cátedra de Feminismos 4.0  
DEPO - UVigo



Universidade de Vigo

## Resumen

El presente estudio explora cómo las redes sociales, particularmente Instagram, se convierten en espacios donde se reproducen y amplifican las desigualdades de género y la violencia simbólica. Utilizando una metodología cualitativa basada en grupos de discusión, el estudio analiza las experiencias de alumnado universitario en entornos digitales. Los resultados revelan que Instagram actúa como un espacio hostil para las mujeres, quienes enfrentan altos niveles de acoso y presión para cumplir con estándares de belleza hegemónicos. Aunque Instagram se presenta como una plataforma de empoderamiento y autoexpresión, el presente estudio concluye que la autoexposición y la autoobjetivación perpetúan estructuras de poder patriarcales, que obligan a las mujeres a adaptarse a roles tradicionales de género. Las dinámicas digitales impulsadas por el anonimato y la ausencia de restricciones eficaces intensifican el riesgo para las mujeres, aumentan las interacciones no deseadas y la vulnerabilidad ante violencias digitales. La investigación sugiere la urgencia de una educación en igualdad que aborde la crítica a estas dinámicas para construir espacios digitales seguros.

## Palabras clave

Género, Instagram, violencia digital, autoexposición, desigualdad.

## Resumo

O presente estudo analiza como as redes sociais, especialmente Instagram, funcionan como espazos onde se reproducen e amplifican as desigualdades de xénero e a violencia simbólica. Utilizando unha metodoloxía cualitativa baseada en grupos de discusión, o estudo explora as experiencias do alumnado universitario en contornas dixitais. Os resultados revelan que Instagram actúa como un espazo hostil para as mulleres, que afrontan altos niveis de acoso e presión para cumprir cos estándares de beleza hexemónicos. Aínda que Instagram se presenta como unha plataforma de empoderamento e autoexpresión, o presente estudo conclúe que a autoexposición e a autoobxectivación perpetúan as estruturas de poder patriarcais, que obrigan ás mulleres a adaptarse a roles de xénero tradicionais. As dinámicas dixitais impulsadas polo anonimato e a falta de restricións eficaces aumentan o risco para as mulleres, incrementando as interaccións non desexadas e a vulnerabilidade ante as violencias dixitais. A investigación suxire a urxencia dunha educación en igualdade que aborde a crítica a estas dinámicas para construír espazos dixitais seguros.

## Palabras clave

Xénero, Instagram, violencia dixital, autoexposición, desigualdade.

## Abstract

The present study examines how social media, particularly Instagram, serves as a space where gender inequalities and symbolic violence are reproduced and amplified. Using a qualitative methodology based on discussion groups, the study analyzes the experiences of university students in digital environments. Findings reveal that Instagram acts as a hostile space for women, who face high levels of harassment and pressure to conform to hegemonic beauty standards. Although Instagram is portrayed as a platform for empowerment and self-expression, the present study concludes that self-exposure and self-objectification reinforce patriarchal power structures, forcing women to adapt to traditional gender roles. Digital dynamics driven by anonymity and the lack of effective restrictions increase women's risk, heightening unwanted interactions and vulnerability to digital violence. The research suggests the urgency of education in equality to address these dynamics and create safe digital spaces.

## Keywords

Gender, Instagram, digital violence, self-exposure, inequality.

---

## 1. LA RED COMO PRODUCTO SOCIOTÉCNICO

En su obra *El tecnofeminismo*, texto germinal de este movimiento, Judy Wajcman (2006) se cuestionaba si la tecnología no sería más que un nuevo disfraz para las mismas desigualdades. Frente al optimismo ciberfeminista de Plant (1997), que veía en Internet un espacio de excepción para subvertir las relaciones de género, la perspectiva crítica de Wajcman se aproximaba a una realidad que estamos sufriendo como usuarias, y que ha dado lugar a un importante corpus de investigaciones en los últimos años. Basta con hacer una búsqueda simple de términos, como violencias digitales, discurso de odio o antifeminismo, en plataformas como Google Trends o académicas como Web of Science, Scopus, Google Scholar o Dialnet, para constatar la dimensión de este fenómeno.

El entorno digital es un producto sociotécnico y como tal, resulta de las relaciones que lo conforman y lo utilizan (Wajcman, 2006). En nuestra cultura patriarcal los espacios físicos, sociales y simbólicos están moldeados por la experiencia masculina (Weisman, 1992) y, por tanto, llevan implícitos diversos sesgos y desigualdades.

Aunque el surgimiento de Internet llevó a soñar con una nueva esfera pública digital (Schafer, 2015) las relaciones de poder que se establecen en el entorno virtual proyectan las mismas desigualdades existentes e incluso aportan una mayor toxicidad que se oculta tras la aparente neutralidad de la Red (Herring, 2003; Shade, 2002).

En un momento en que las interacciones mediadas por la tecnología constituyen nuestra principal forma de relación con el mundo, especialmente entre la llamada generación Z, las redes sociales han reforzado su papel como espacios centrales de socialización.

La intensidad de accesos e interacciones en estas plataformas no solo las ha consolidado como lugares privilegiados para la construcción de relaciones, sino que también ha otorgado a sus contenidos un carácter performativo (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2024). Como señalan Molpeceres y Filardo-Lamas (2020), las redes sociales reflejan y construyen percepciones sociales, actuando como nuevos mecanismos de transmisión de valores que, lejos de subvertir las desigualdades de género, tienden a perpetuar las funciones sociales y comunicativas propias de la estructura patriarcal.

Así, estas plataformas digitales se convierten en un territorio hostil para las mujeres, quienes con frecuencia han de enfrentarse a experiencias de acoso y violencia impensables para los varones. Como recogía el informe *The State of Online Harassment* (Vogels et al. 2021), las usuarias tienen hasta tres veces más probabilidades que los varones de sufrir algún tipo de violencia en línea; un fenómeno que adquiere particular incidencia en el caso de la franja de edad más joven. En España la *Macroencuesta de violencia contra la mujer* ([Subdirección General de Sensibilización, Prevención y Estudios de la Violencia de Género, 2020](#)), constató que cuatro de cada diez mujeres había sufrido algún tipo de acoso sexual a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería, y podrían ser más de tener en cuenta que la cotidianidad y normalización de determinadas conductas hace complejo su reconocimiento como acoso o violencia. En el estudio *Toxicidade e violencias machistas en Instagram* (Martínez-Rolán et al. 2022, 2023) observamos que, aun cuando el alumnado universitario apenas reconocía sufrir violencias en su día a día en las redes, las jóvenes sí constataban haber sido víctimas de discurso de odio, acoso o -en menor medida- violencias sexuales digitales cuando se concretaba la pregunta.

El género, por tanto, supone un factor de riesgo en el entorno digital, magnificado por el efecto de desinhibición (Suler, 2004), que se sustenta en características del entorno online y de sus interacciones, tales como el exceso de visibilidad de las publicaciones, el anonimato, la asincronía de la comunicación, la ausencia de un referente físico que lleva a deshumanizar a la "Otra" o la invisibilidad de muchas de nuestras acciones en las plataformas sociales. Como señalan Fox y Tang (2017), el anonimato y la posibilidad de utilizar avatares facilita el acoso hacia las mujeres y aumenta la inseguridad en el uso de las plataformas. Al mismo tiempo, acciones como descargar o grabar pantalla han permitido retener contenidos efímeros, creados para destruirse tras su visualización, favoreciendo el acoso e incluso la sextorsión (Marwick y boyd, 2014). Así sucedió con muchos contenidos de Snapchat, plataforma que lideró el consumo de la generación nacida a finales de los 90 y principios de los 2000 (en plena caída de seguidores/tiempo de uso (IAB, 2024), En la misma línea, el traslado de la actividad de las plataformas sociales a su espacio privado ha creado un ambiente donde proliferan el acoso y el intercambio de mensajes tóxicos, impensables en *su timeline* público.

## 2. INSTAGRAM

Instagram se ha convertido en la red social más utilizada por la generación Z (IAB, 2024) y continúa siendo su principal plataforma de interacción, incluso cuando cada vez más actividades se trasladan a espacios menos visibles dentro de la aplicación (Piñeiro-Otero, 2023; Martínez-Rolán et al. 2024).

En un reciente estudio con población preuniversitaria se constató el papel central de Instagram, a pesar de los cambios en el comportamiento digital de la población Z y del reconocido componente “adictivo” de Tiktok (Piñeiro-Otero, 2023), que ha situado a la plataforma de vídeos por delante en tiempo de consumo (IAB, 2024). Siguiendo el último *Estudios de redes sociales* de IAB (2024) las personas identifican Instagram con términos como amigos, social, fotos, apariencia, postureo, entretenida, inspiradora, interesante (entre otros sustantivos literales con menor presencia como joven o cotilleo), una percepción que condensa -por un lado, el componente social de esta plataforma y, por otro, el peso de una imagen idílica para mostrar y para consumir. De ahí su consideración como “de postureo”.

Desde la perspectiva de la teoría de usos y gratificaciones, las principales motivaciones de la juventud para utilizar Instagram incluyen pasar el tiempo, la autoexpresión, la autodocumentación y la interacción social (Alhabash y Ma, 2017). Además, esta red es percibida como un espacio adecuado para transmitir emociones positivas (Waterloo et al., 2018). Sin embargo, estas dinámicas no son neutrales; mientras Instagram se presenta como un lugar más feliz para proyectar la propia imagen, los Facebook Leaks (2021) revelaron cómo la plataforma tiene un impacto tóxico, especialmente en la autoestima de su comunidad usuaria más joven, y que los protocolos de protección previstos por la plataforma “están fallando”.

Los informes filtrados por *The Wall Street Journal* en septiembre de 2021 alertaban sobre cómo Instagram fomenta pensamientos suicidas entre personas jóvenes y contribuye al aumento de la ansiedad y la depresión. Según los datos recabados por Meta, el 32% de las adolescentes afirmaron que, cuando se sentían mal con su cuerpo, Instagram intensificaba ese malestar. Estos efectos negativos afectan de manera desproporcionada a las mujeres jóvenes, evidenciando cómo la presión por cumplir con estándares estéticos hegemónicos impacta su bienestar psicológico y emocional (Wells, Horwitz y Seetharaman, 2021).

En la misma línea, en un estudio sobre alumnado universitario Moreton y Greenfield (2022) pusieron de manifiesto cómo las dinámicas de comparación social promovidas por Instagram refuerzan la insatisfacción corporal. La plataforma, al priorizar imágenes cuidadosamente editadas y métricas visibles como los "likes", fomenta un ciclo de autoobjetivación que genera ansiedad y estrés emocional en las adolescentes. Además, estas prácticas normalizan la vigilancia constante sobre la propia imagen como una estrategia para obtener aceptación social, consolidando un entorno que perpetúa normas estéticas excluyentes y roles de género tradicionales.

Desde la perspectiva de la violencia simbólica (Bourdieu, 1999), Instagram no puede considerarse un espacio neutral. Las mujeres, al participar en estas dinámicas, se ven obligadas a cumplir con estándares visuales que refuerzan su cosificación. Al igual que en otras plataformas digitales, los cuerpos femeninos son tratados como objetos de consumo visual, donde la mirada masculina establece los criterios de validación. Este proceso, descrito como violencia estética (Pineda, 2021), no solo limita la capacidad de autoexpresión de las mujeres, sino que también perpetúa su subordinación, generando efectos adversos en su salud mental.

La dinámica de autoexposición que prevalece en Instagram refuerza las ideas tradicionales sobre el cuerpo femenino, convirtiendo a las mujeres en meros objetos de deseo bajo la lógica patriarcal. Las *influencers* en Instagram y el importante conjunto de filtros -una de las señas identitarias de esta plataforma social desde su comienzo- perpetúan estos estereotipos, en los que solo ciertos cuerpos y subjetividades son aceptables (Pontón, 2015).

Este fenómeno no es exclusivo de Instagram, sino que se reproduce en todas las redes sociales donde, como señala Wajcman (2006), las tecnologías digitales actúan como herramientas para reforzar las desigualdades de género. La cultura de la autoexposición es, en realidad, una forma de violencia simbólica que mantiene a las mujeres atrapadas en un ciclo de autoobjetivación, en el que su valor social depende de su conformidad con los ideales estéticos impuestos por la cultura patriarcal.

Como señalan Duffy y Hund (2015), las influencers femeninas se ven presionadas a mostrar una versión idealizada y "perfecta" de sí mismas en redes sociales, lo cual refuerza los estándares de belleza y feminidad dominantes, pese a que muchas usuarias reconocen la artificialidad de esas imágenes (Tiggemann y Slater, 2013). Este impulso a la autoexposición se observa particularmente en adolescentes, quienes son influenciadas por la

“belleza perfecta” en Instagram y se sienten presionadas a compararse con modelos inalcanzables, lo cual fomenta la autoimagen idealizada y contribuye a la internalización de estos estereotipos de género (Chua y Chang, 2016).

Más allá de las aparentes instantáneas “casuales” de cuerpos perfectos, cuidadosamente editadas para emular portadas de revista o campañas publicitarias, Instagram opera como un potente vehículo de reproducción de roles y estereotipos de género tradicionales (Lindgren, 2020). Las imágenes que se comparten refuerzan las expectativas estéticas dominantes, incluso cuando las usuarias son conscientes de su artificialidad (Duffy y Hund, 2015), perpetuando desigualdades que afectan tanto a mujeres como a hombres.

Las representaciones de género en la plataforma muestran diferencias significativas. Las influencers mujeres suelen aparecer en poses cuidadosamente estilizadas, asociadas a la moda y el consumo, consolidándose como figuras pasivas cuyo valor se centra en la apariencia y la búsqueda de aprobación social (Elias y Gill, 2018). Por otro lado, los hombres tienden a protagonizar narrativas relacionadas con deportes, velocidad o viajes, proyectándose como agentes activos, dinámicos y autónomos (Carah y Shaul, 2016). Incluso en tendencias compartidas, como la vida saludable, los contrastes entre géneros son evidentes en los atuendos, colores, poses y encuadres. Mientras que las mujeres suelen ser retratadas con delicadeza y sensualidad, los hombres aparecen en contextos que transmiten fuerza y dominio (Döring, Reif y Poeschl, 2016; López López y López Villar, 2024).

Estas disparidades observadas no son neutras: refuerzan estereotipos de género al asociar valores como la acción, el control y el dinamismo exclusivamente a los hombres, relegando a las mujeres al ámbito de la contemplación y la estética. Representaciones como estas perpetúan roles tradicionales y limitan la diversidad de modelos aspiracionales, afectando la capacidad de ambos géneros para explorar y compartir estas tendencias desde perspectivas más diversas e igualitarias.

Como evidenciamos en un estudio previo sobre asimetrías en la comunicación política digital, existe una diferencia sustancial en cómo se construye la influencia de hombres y mujeres en este ámbito (Piñeiro-Otero et al., 2023). Mientras que la influencia de los hombres se fundamenta en lo que hacen o dicen, es decir, en sus acciones, ideas y propuestas concretas, la de las mujeres se construye predominantemente en torno a su identidad personal: quiénes son, cómo se presentan y cómo se perciben sus atributos personales.

Las mujeres jóvenes que no se conforman con estos ideales no solo son excluidas —al no poseer la capacidad de gustar, carecen de peso en el mercado de valores simbólicos— sino que pueden ser objeto de violencias digitales, desde el ciberacoso hasta otras formas de troleo de género (Mantilla, 2013). Las mujeres que no encajan en los estándares de belleza dominantes pueden ser ridiculizadas y atacadas por su apariencia, pero aquellas que los cumplen también se convierten en objetivos de acoso, lo cual muestra que la conformidad no asegura su seguridad (Mantilla, 2013).

La belleza en la Red, además del *like*, suele implicar formas de objetivación y violencias de carácter sexual, como el acoso y la presión sexualizada, que afectan a muchas mujeres jóvenes en plataformas digitales (Fox y Tang, 2017). Esta objetivación se convierte en una constante en las experiencias de mujeres en redes, independientemente de si su imagen está alineada con los ideales estéticos dominantes o no, lo cual refleja una estructura de violencia de género que se adapta al entorno digital (Ringrose y Harvey, 2015; Döring, 2014). Aun en contextos donde las mujeres han consensuado la visibilidad de su imagen, y en que cumplen estos ideales, la amenaza de violencia sexualizada y comentarios denigrantes revelan una estructura misógina que afecta a todas las mujeres, expuestas y vulnerables en la esfera pública digital (Vickery y Everbach, 2018).

Boneta-Sádaba et al. (2024) destacan que fenómenos como el *ciberflashing* —el envío no solicitado de imágenes sexuales— no son más que una manifestación digital de dominación digital, de poder. Instagram, al no implementar medidas efectivas para proteger a las mujeres de estos ataques, permite que esta violencia continúe, deshumanizando a las víctimas y reforzando la idea de que los cuerpos de las mujeres son de acceso público (Mantilla, 2013). La falta de respuesta ante estos abusos también subraya la dificultad de las redes para abordar la violencia digital, lo cual no solo afecta la percepción de seguridad, sino que perpetúa una estructura de poder en la que las mujeres quedan vulnerables ante el control masculino sobre sus cuerpos (Vickery y Everbach, 2018).

Este tipo de agresiones, como se observa en la violencia contra las mujeres en la política (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2021), buscan silenciarlas y restringir su participación en la esfera pública. Ringrose y Harvey (2015) subrayan que esta violencia simbólica y estética en redes sociales se convierte en una herramienta disciplinaria que limita la libertad de expresión de las mujeres, que las obliga a conformarse con estándares de belleza y comportamientos socialmente aceptados. Al actuar como instrumentos de



control sobre la imagen de las mujeres, estas plataformas perpetúan normas de género preexistentes.

Como un espacio sociotécnico, Instagram, la red social de lo positivo, de lo estético, de las interacciones a través de la imagen, se ha revelado como un lugar donde se reproducen y amplifican las dinámicas de poder patriarcales de nuestra sociedad. La “dama de hierro”, que Wolf (1991) empleó como metáfora de la represión que ejerce la consecución de la belleza sobre las mujeres, adquiere en Instagram una nueva dimensión: en busca del tan deseado *like*, las jóvenes no solo muestran intereses dentro de lo socialmente esperado, sino que desarrollan estrategias de autoobjetivación de una manera más o menos consciente. Estas prácticas responden a un “trabajo estético” (Elias, Gill y Scharff, 2017), orientado a incrementar su valor en este intercambio de personas seguidoras y likes, que refuerza su subordinación de una forma más o menos voluntaria.

Como señala Banet-Weiser (2018), la cultura contemporánea vende la idea de la autoexposición como empoderamiento, cuando en realidad perpetúa las estructuras de poder que continúan controlando el cuerpo y la imagen de las mujeres. Gill (2007) describe esta cultura como postfeminista, en la que la autoobjetivación se presenta como una “libre elección” y una afirmación de identidad, en un marco que reproduce las normas patriarcales en lugar de desafiarlas. Así, este “empoderamiento” resulta ser un vehículo de perpetuación de las normas de género, que transforma a las mujeres en objetos pasivos en el espacio digital, reforzando el control patriarcal sobre su visibilidad y sus cuerpos (Duffy y Hund, 2015, Duffy 2017). Este control lleva a las mujeres jóvenes a gestionar cuidadosamente su imagen pública para encajar en los ideales estéticos de la sociedad (Dobson, 2015), lo cual convierte a Instagram en un “espejo social” de los roles de género contemporáneos (Rocamora, 2011).

### 3. METODOLOGÍA

El presente texto surge del proyecto “Toxicidade e violencias machistas nas redes sociais” (Martínez-Rolán et al., 2023), desarrollado en el marco de la Cátedra Feminismos 4.0 de la Universidade de Vigo y la Diputación de Pontevedra. Este proyecto tuvo por objeto profundizar en las experiencias de violencia de género y toxicidad digital entre el alumnado de la Universidad de Vigo, con particular atención a Instagram.

Dicho estudio se efectuó desde un enfoque cualitativo que utilizó un método de investigación cualitativa basado en grupos de discusión, que permitió indagar de forma profunda en las percepciones, actitudes y vivencias del estudiantado, haciendo hincapié en las desigualdades de género en el entorno digital. La elección de esta metodología respondió al interés por captar las complejidades y matices de las dinámicas sociales, especialmente aquellas vinculadas a la violencia y la desigualdad, que difícilmente pueden ser abordadas de manera exhaustiva con técnicas de recogida de información a través de metodologías cuantitativas. Como señala Hesse-Biber (2011), las metodologías cualitativas permiten comprender los procesos sociales desde la perspectiva de los sujetos, explorando en profundidad sus experiencias y proporcionando una visión más matizada de las estructuras de poder y las desigualdades de género.

Los grupos de discusión estuvieron conformados por entre 8 y 12 estudiantes cada uno, con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. A lo largo de los meses de septiembre-octubre de 2023 se organizaron cuatro grupos de discusión, dos mixtos y dos integrados por mujeres estudiantes de los campus de Pontevedra y Ourense, de modo que se aseguró una composición diversa no solo en términos de sexo, sino también de disciplinas académicas, lo cual enriqueció los debates y permitió una pluralidad de perspectivas. Antes de las sesiones, se distribuyeron cuestionarios anónimos con el fin de conocer el uso que las personas participantes hacían de las redes sociales y obtener información preliminar sobre sus experiencias digitales. Esta estrategia ayudó a orientar las discusiones hacia los aspectos más relevantes para el análisis.

Las sesiones se llevaron a cabo en espacios que garantizaban la privacidad y la seguridad, con el propósito de crear un espacio de confianza donde los y las participantes se sintieran libres para expresar sus opiniones y vivencias sin temor a ser objeto de críticas. Cada grupo fue facilitado por una persona moderadora con experiencia en temas de género y dinámicas grupales, quien se encargó de guiar las discusiones de manera equilibrada, asegurando que todos los temas propuestos fueran tratados y promoviendo una participación equitativa. Los principales ejes temáticos abordados fueron:

- Percepción de estereotipos de género y su influencia
- Experiencias de acoso y violencias digitales
- Percepción del discurso de odio, sexismo y misoginia
- Violencia de control en relaciones de pareja

La organización de los grupos de discusión permitió generar un debate participativo y dinámico y brindó la posibilidad de conocer en profundidad tanto las experiencias individuales como las colectivas. A diferencia de otras metodologías, este enfoque cualitativo facilitó la comprensión de cómo se construyen y transforman las opiniones en un contexto grupal, y permitió identificar contradicciones y matices que a menudo pasan desapercibidos. La interacción entre las personas participantes fue fundamental para evidenciar las tensiones que surgen al abordar temas de género y violencia, particularmente en los grupos mixtos en los que las opiniones divergentes respecto a la esencia y gravedad del acoso generaron momentos de conflicto y reflexión.

Durante las sesiones, se evidenció la persistencia de problemáticas que reflejan la complejidad de la violencia digital y las desigualdades de género. Los comentarios de algunos participantes masculinos, minimizando las conductas de acoso, ilustraron la dificultad para reconocer ciertas formas de violencia como problemáticas, lo cual generó tensiones en los grupos mixtos. Esta actitud de minimización se alineó con las creencias que romantizan el control y justifican conductas intrusivas bajo la premisa del cuidado y la protección, de modo que se reproducen las dinámicas de dominación que perpetúan la desigualdad de género en los entornos digitales.

## **4. RESULTADOS**

El contenido y análisis de los grupos de discusión nos permitió explorar las percepciones y experiencias que las y los estudiantes universitarios viven en redes desde una perspectiva de género, de modo que proporcionan una perspectiva más amplia respecto a las desigualdades en el contexto digital y, más concretamente, en Instagram.

### **4.1. Idéntica plataforma, ¿idéntico uso?**

Para el alumnado universitario, Instagram sigue constituyendo la principal red social y, por tanto, una herramienta fundamental para interactuar y establecer conexiones, tanto en el contexto universitario como de socialización más amplio. El intercambio de perfiles en “insta” supone una práctica habitual entre las personas integrantes de los grupos de discusión y su entorno, siendo habitual su uso como plataforma de contacto y mensajería privada, equivalente al WhatsApp para otras franjas de edad.

En este sentido, más que creadoras de contenido, las personas participantes en los grupos de discusión señalan su empleo para seguir lo que publican otras,

pero también para comunicarse y conocer a nuevas personas. Los y las estudiantes emplean diversas estrategias para ligar y contactar con gente en esta plataforma. Una práctica común consiste en seguir a la otra persona y, a partir de ahí, iniciar un intercambio de mensajes directos. "Cuando conozco a alguien nuevo, empezamos con un mensaje diciendo 'vamos a tomar algo', sin necesidad de intercambiar números" (Mujer PA)

Esta forma de contacto permite un acercamiento menos comprometido y de carácter informal, que facilita la conexión sin necesidad de compartir información más personal como un número de teléfono. "Lo bueno de Instagram es que puedes ver cómo es la otra persona antes de decidir si quieres dar el siguiente paso" (Mujer PB). "Puedes conocer gente nueva sin dar tu número de teléfono" (Mujer PA). De este modo, Instagram actúa como un primer filtro que permite evaluar el interés de la otra persona sin la presión de un compromiso más directo.

Otra manera frecuente de iniciar interacciones es a través de las historias publicadas por otra persona. Comentar una historia se convierte en un método indirecto pero eficaz para comenzar una conversación, haciendo que el acercamiento sea más casual y espontáneo.

Como destacó uno de los participantes "Comentar una historia te da una excusa para empezar a hablar sin que parezca raro" (Hombre PA). Un testimonio que implícitamente hace referencia a las tendencias de objetivación y acoso de género en la red, y la intención de desmarcarse de éstas. "Es más fácil romper el hielo si comentas algo gracioso o relacionado con lo que han publicado" (Hombre PC). Las mujeres, por su parte, manifestaron tener mayores precauciones al conocer gente a través de Instagram en comparación con los hombres.

Una participante relató cómo, al quedar por primera vez con una persona conocida en Instagram, opta por compartir su ubicación en tiempo real con amigas para sentirse más segura. "Siempre comparto mi ubicación, nunca se sabe con quién te vas a encontrar" (Mujer PE). Este relato evidencia la necesidad de desplegar estrategias de autoprotección para interactuar con desconocidos, algo que no sucede con los usuarios hombres. "No suelo preocuparme mucho por la seguridad cuando quedo con alguien que conocí por Instagram, pero entiendo que para las chicas es diferente" (Hombre PE). "Para nosotras siempre hay un riesgo, no podemos ser tan despreocupadas como ellos" (Mujer PJ).

Estas apreciaciones-valoraciones remiten a una consciencia de las personas usuarias respecto de las diferencias de género en las relaciones establecidas en esta plataforma, y de la toxicidad de algunas experiencias de las jóvenes en Instagram. Una diferencia que se va a hacer especialmente patente en las formas en como ellas y ellos se presentan en los contenidos de esta plataforma, y que puede llevar a la autoexclusión o autocensura de las jóvenes, de la pérdida de libertad a la hora de publicar.

#### 4.2. Auto-representación en Instagram. Una cuestión de género

Las intervenciones en los grupos de discusión permitieron constatar también que, además de marcar las experiencias con otras personas usuarias, el género también va a marcar la forma en como el alumnado universitario se manifiesta y representa en esta plataforma social.

La cultura imperante de la imagen, reflejo de la mirada masculina dominante en occidente, ha llevado a las usuarias a reiterar modelos y posturas habituales de las portadas de revistas y anuncios publicitarios. Características de Instagram, como sus estándares estéticos basados en filtros o la estandarización de encuadres, generan una ilusión de perfección similar a la de los mensajes publicitarios y, como tal, sujeta a los mismos estándares de objetivación y sexualización de cuerpos y poses.

En este mercado de valores simbólicos, el *like* se convierte en la única forma válida para medir cuestiones diversas, que van desde la belleza a la aceptación social, de manera que incrementa el poder de quien mira sobre quien es mirada. La búsqueda del like, como epítome de aceptación o notoriedad social, fuerza a las personas usuarias a mostrar, a potenciar sus cuerpos aún a riesgo de que este paso pueda dar lugar a comentarios negativos o situaciones de toxicidad.

"Las mujeres caemos más en la sexualización en redes que los hombres; ellos no sufren tanto ese tipo de juicios. Si subes una foto en bikini, sabes que te van a juzgar, pero al mismo tiempo sabes que vas a tener muchos 'likes'" (Mujer PJ)

Esta presión que sienten las usuarias se traduce en la publicación de imágenes en las que el cuerpo femenino se convierte en el foco, siguiendo los cánones establecidos por la sociedad. La sexualización es un elemento central en la auto-representación de las mujeres, quienes sienten la presión de cumplir con ciertos estándares de belleza y sexualidad para obtener validación. "Subir fotos sexys es una forma de conseguir atención, pero también sabes que te juzgarán por ello" (Mujer PF, vuelve a incidir en la censura social).

Por su parte, los jóvenes usuarios tienden a usar Instagram para compartir sus logros, habilidades o actividades, sin enfrentarse a las mismas presiones por estar perfectos o de poses sexualizadas. Una de las participantes se quejaba de que "Ellos suben fotos jugando al fútbol o con sus amigos, sin preocuparse tanto por la pose o el ángulo" (Mujer PE).

El uso de filtros y edición de fotos también es una práctica más frecuente entre las mujeres, quienes sienten la necesidad de alcanzar un estándar idealizado de belleza antes de compartir sus imágenes. "Nosotras editamos las fotos, usamos filtros porque sentimos que tenemos que vernos perfectas. Los chicos suben las fotos tal cual las toman"(Mujer PF). Lo que va a afectar a sus acciones dentro de la plataforma "Siempre me fijo en cada detalle antes de subir una foto, si no está perfecta, no la publico" (Mujer PA).

Esta dinámica reitera la idea de que violencia simbólica en tanto que las mujeres interiorizan las expectativas sociales y las reproducen, convirtiéndose en agentes de su propia opresión.

#### 4.3. Experiencias de acoso y violencia

Las diferencias de género entre la comunidad usuaria también se hacen patentes en la frecuencia e interacciones no solicitadas. Las mujeres son más propensas a recibir mensajes de desconocidos, generalmente con intenciones románticas o sexuales. Como señalaban las participantes "A la semana me llegan cinco solicitudes de chicos desconocidos en Instagram, mientras que a mi pareja, que es hombre, apenas le llega alguna" (Mujer PI). "Siempre son chicos desconocidos intentando ligar o diciendo cosas inapropiadas"(Mujer PE).

Los testimonios ilustran la desigualdad en la experiencia digital: las mujeres son frecuentemente abordadas como "objetos de deseo", exponiéndolas a un tipo de interacción invasiva y no solicitada que busca validar la presencia masculina en el entorno digital. Esta invasión del espacio de la usuaria, que con frecuencia se torna en acoso, incluso en aquellos perfiles que se han "cerrado" para proteger la intimidad de la usuaria.

Otra forma habitual de acoso, en este caso sexual, al que se ven sometidas las estudiantes universitarias en Instagram es la recepción de imágenes de carácter sexual no consentidas. Esta práctica, conocida como *cyberflashing*, ocupó un lugar destacado en las conversaciones de los grupos. Varias

integrantes reportaron haber recibido imágenes explícitas de partes íntimas de desconocidos y, en algunos casos, se señala como una práctica recurrente.

"Me llegaron fotos que yo no pedí de las partes íntimas de una persona... Hola, ¿cómo estás? ¿Cómo te llamas? Y ya me llega una foto así". (Mujer PI).

Más que el envío, propiamente dicho, los y las participantes -sobre todo en los grupos totalmente integrados por mujeres- intentaron profundizar en las motivaciones existentes detrás de esta práctica "Y creerán que les funciona" (Mujer PB). "Es increíble cómo algunos piensan que enviar eso es aceptable, sin ninguna conversación previa"(Mujer PF). Este tipo de conducta no solo es invasiva, sino que genera una sensación de vulnerabilidad y rechazo hacia las plataformas donde este comportamiento es más recurrente, como Tinder, señalado por diversas participantes.

#### 4.4. Minimización de las desigualdades y justificación del acoso

En los grupos de discusión mixtos se puso de manifiesto la presencia de participantes varones con una actitud y discurso machista, que desestimaba las opiniones y experiencias de sus compañeras. Desde "Bueno, esa es tu opinión" (hombre PD), con la que un participante reaccionaba a aquellas denuncias de sexismo de sus compañeras, a comentarios que minimizaban las diferencias de género y violencias digitales, se hizo patente el importante calado de un discurso misógino que, aunque minoritario, se hizo escuchar, en claro desafío a la palabra de sus compañeras.

Entre estas intervenciones se señalan algunas que remiten a un carácter, el femenino, más sensible y cuidado que el masculino: "Todos recibimos mensajes no deseados, solo que las mujeres se lo toman más a pecho" (Hombre PD) y "Si las chicas eligen subir fotos más cuidadas, es porque les gusta, no porque tengan que hacerlo" (Participante PB). Estas posturas mostraron una actitud escéptica hacia la existencia de desigualdades significativas entre hombres y mujeres en redes sociales, colisionando frontalmente con las experiencias relatadas por las mujeres.

A la hora de justificar la conducta masculina y minimizar las experiencias negativas de las mujeres en Instagram, estos participantes expresaron comentarios que justificaban el acoso o situaban en las mujeres la culpa.

"Si alguien te manda un mensaje directo es porque le gustas, no tiene nada de malo" (Participante PG). Estas valoraciones reflejan una falta de comprensión sobre los límites del consentimiento y la privacidad en las interacciones digitales a las que se suma el equivalente digital del "lo está buscando": "Si las mujeres reciben acoso, es porque buscan esa atención con

las fotos que suben" (Participante PD). Una opinión que generó desacuerdo y rechazo entre las mujeres participantes en su conjunto, quienes destacaron la diferencia entre la autoexpresión y el consentimiento "No subimos fotos porque queramos acoso, sino porque queremos mostrarnos como nos sentimos cómodas" (Mujer PC). "Subir fotos no significa que queramos atención no deseada, sino que buscamos expresarnos" (Mujer PA).

Las estudiantes participantes confrontaron los comentarios negacionistas, enfatizando lo falaz de la "elección libre" o "atención deseada" respecto la presión social que impone estándares de belleza y comportamientos específicos para las mujeres.

En general, las mujeres explicaron cómo estas expectativas condicionan su experiencia diaria en Instagram y cómo el acoso digital se ha convertido en una realidad constante que deben gestionar. "Es agotador tener que pensar en las posibles repercusiones cada vez que compartes algo" (Mujer PE).

El hecho de que estos comentarios hayan surgido en grupos mixtos pone de relieve cómo las dinámicas de género y poder están presentes incluso en espacios de discusión. Así, algunos participantes varones tendieron a minimizar o cuestionar las experiencias de las mujeres, evidenciando la disparidad en la percepción del acoso y las presiones de género en las redes sociales. Aunque estas opiniones provinieron de una minoría, su presencia mostró la persistencia de ciertas creencias y estereotipos que continúan contribuyendo a la desigualdad de género. "Siempre que contamos nuestras experiencias, parece que tenemos que justificarnos o que nos están cuestionando" (Mujer PF).

El estudio sobre el uso de Instagram por alumnado universitario demuestra cómo esta plataforma se ha convertido en un espacio complejo en el que se reproducen, desafían y negocian las dinámicas de género y las violencias simbólicas. Desde una perspectiva feminista, los resultados de los grupos de discusión permiten reflexionar críticamente sobre cómo se configuran y mantienen las desigualdades de género en entornos digitales, y cómo estas interacciones están íntimamente ligadas a procesos de control y dominación, muchas veces invisibilizados o normalizados por la cultura contemporánea.



## DISCUSIÓN-CONCLUSIONES

Instagram se ha consolidado como una plataforma central de socialización para el alumnado universitario, facilitando tanto interacciones casuales como relaciones percibidas como seguras. La posibilidad de revisar publicaciones del "otro" [u "otra"], junto con la flexibilidad que ofrece, ha convertido el intercambio de perfiles en una práctica común que se percibe como menos comprometida que compartir un número de teléfono. Sin embargo, este espacio, aparentemente neutral, perpetúa dinámicas de género que refuerzan desigualdades y roles tradicionales. Como señalan Molpeceres y Filardo-Lamas (2020), las redes sociales no solo reflejan, sino que también moldean las percepciones sociales, actuando como mecanismos que transmiten y consolidan las desigualdades de género.

En Instagram, la presión hacia las mujeres para cumplir con estándares de belleza hegemónicos refuerza la hipersexualización y fomenta una constante búsqueda de validación externa. Según Duffy y Hund (2015), estas dinámicas convierten a las usuarias en trabajadoras de su propia imagen, bajo una ilusión de empoderamiento que perpetúa normas patriarcales. Pineda (2020) denomina este fenómeno como violencia estética, un mecanismo de control simbólico que impone el cumplimiento de cánones visuales dominantes. Las participantes en los grupos de discusión evidenciaron esta realidad al relatar cómo la vigilancia constante de su imagen y la edición cuidadosa de sus publicaciones eran necesarias para responder a expectativas sociales, lo que refuerza una autoobjetivación que limita su agencia y subordina su autoexpresión a la lógica de la aprobación externa.

Además, estas dinámicas se intersectan con la "mirada masculina" descrita por Mulvey (1975), que convierte a las mujeres en objetos pasivos de contemplación dentro de una lógica patriarcal. En Instagram, esta mirada se traduce en un escrutinio constante, donde la aprobación social depende de criterios marcados por expectativas masculinas. Este proceso limita la capacidad de autoexpresión de las usuarias, frente a la mayor libertad de los usuarios para proyectarse como agentes activos y dinámicos.

Estas desigualdades trascienden las representaciones visuales y se reflejan también en experiencias de violencia digital, como el *ciberflashing* (el envío no solicitado de imágenes sexuales) o el acoso sexual. Factores como el anonimato, la facilidad para crear nuevas cuentas y la desinhibición potenciada

por la despersonalización de las usuarias agravan estas formas de violencia (Suler, 2004).

Las mujeres que participaron en los grupos de discusión relataron cómo estas prácticas -extendidas entre la población joven- generan inseguridad y vulnerabilidad emocional, intensificando la percepción de inevitabilidad debido a la falta de herramientas efectivas para combatirlas. Boneta-Sádaba, Tomás-Forte y García-Mingo (2023) destacan que esta desprotección estructural pone de manifiesto la responsabilidad de las plataformas digitales en la creación de entornos más seguros y equitativos.

No obstante, la solución a esta problemática no se limita a ajustes tecnológicos. Gill (2007) describe este fenómeno como parte de una cultura postfeminista, donde las retóricas de empoderamiento son absorbidas por lógicas patriarcales que imponen una presión constante sobre las mujeres para mantener una imagen idealizada.

En este marco, es crucial implementar medidas que aborden tanto las dinámicas tecnológicas como las estructuras culturales subyacentes. Modificar los algoritmos de las plataformas para reducir sesgos discriminatorios es una acción necesaria, pero insuficiente. Estos sistemas deben diseñarse desde una perspectiva interseccional y por equipos diversos como garante de una mayor inclusividad en sus resultados.

Además del rediseño tecnológico, la educación crítica juega un papel central. Una alfabetización digital feminista integral, y a todos los niveles, permitiría a las personas identificar y cuestionar las estructuras de poder presentes en los entornos virtuales, promoviendo una ciudadanía digital consciente. Sin embargo, estos esfuerzos enfrentan el desafío adicional de contrarrestar la influencia de la *manosfera* que tiene en las plataformas digitales un terreno fértil.

En espacios que perpetúan el orden patriarcal y donde las usuarias se enfrentan a un sexismo ambiental -véase por ejemplo la horda de comentarios machistas y gordófobos que poblaron las redes tras el anuncio de la participación de Lalachus en la retransmisión de las campanadas de RTVE (coincidiendo con la revisión del artículo)- creadores de contenido y *streamers* normalizan discursos misóginos bajo una apariencia de entretenimiento. Estos actores, al establecer conexiones emocionales con sus audiencias, especialmente jóvenes, poseen una capacidad de influencia que supera a las instituciones educativas tradicionales, legitimando desigualdades de género y

menoscabando los discursos igualitarios. Los frutos de este apostolado se hicieron patentes en los argumentos de algunos participantes masculinos en los propios grupos de discusión.

Para contrarrestar este fenómeno, las campañas educativas deben incluir un análisis crítico de estas dinámicas y ofrecer herramientas que permitan a las personas jóvenes resistir narrativas patriarcales. Pero también deben hablar su mismo idioma y ocupar sus espacios habituales; superar el lenguaje y forma académicos del que adolecen las iniciativas y recursos dirigidos al público universitario para llegar -en su sentido más amplio- y lograr un mayor impacto.

Paralelamente, las plataformas digitales deben asumir un papel activo en la regulación de contenidos, implementando políticas claras que sancionen conductas discriminatorias y promuevan entornos seguros. Esto incluye garantizar la transparencia algorítmica y facilitar auditorías externas para evitar la amplificación de contenidos nocivos.

Las políticas públicas deben complementar estas iniciativas y fomentar su desarrollo mediante la creación de marcos normativos que responsabilicen a las plataformas digitales de proteger a las personas usuarias y de moderar contenidos abusivos, acompañados de estructuras eficaces para garantizar su cumplimiento. Sin embargo, estas medidas serán insuficientes si no se cuestionan las normas culturales que legitiman las desigualdades de género. Transformar los entornos digitales requiere promover narrativas inclusivas que desarticulen los roles de género tradicionales y alienten representaciones más diversas y equitativas.

Lograr esta transformación implica adoptar un enfoque sistémico que integre regulación efectiva, educación crítica y un cambio cultural profundo. Como señalan Moreton y Greenfield (2022), estas iniciativas deben enmarcarse en una perspectiva integral que aborde tanto las prácticas tecnológicas como las estructuras patriarcales que configuran nuestra sociedad. Aunque complejo, este proceso es fundamental para construir un entorno digital más justo e inclusivo, donde todas las personas puedan participar plenamente, libres de violencias y discriminaciones.

## BIBLIOGRAFÍA

Alhabash, Saleem, y Mengyan Ma. «A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students». *Social Media + Society* 3, n.º 1 (2017). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>.

Banet-Weiser, Sarah. *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Durham: Duke University Press, 2018.

Boneta-Sádaba, Nerea, Sonia Tomás-Forte y Elvira García-Mingo. *Culpables hasta que se demuestre lo contrario: Percepciones y discursos de adolescentes españoles sobre masculinidades y violencia de género*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación Fad Juventud, 2023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7797449>

Bourdieu, Pierre. *La Dominación Masculina*. Barcelona: Anagrama, 2006.

Bourdieu, Pierre. *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama, 1999.

Carah, Nicholas, y Emily Shaul. «Brands and Instagram: Point, Tap, Swipe, Glance». *Mobile Media & Communication* 4, n.º 1 (2016): 69-84. <https://doi.org/10.1177/2050157915606676>.

Chua, Trudy Hui Hui, y Leanne Chang. «Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media». *Computers in Human Behavior* 55, parte A (2016): 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>.

Dobson, Amy Shields. *Postfeminist Digital Cultures: Femininity, Social Media, and Self-Representation*. London: Palgrave Macmillan, 2015. <http://dx.doi.org/10.1057/9781137404206>

Döring, Nicola M. «Consensual Sexting Among Adolescents: Risk Prevention Through Education». *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 8, n.º 1 (2014). <https://doi.org/10.5817/CP2014-1-9>.

Döring, Nicola, Anne Reif y Sandra Poeschl. «How Gender-Stereotypical Are Selfies? A Content Analysis and Comparison with Magazine Adverts». *Computers in Human Behavior* 55, parte B (2016): 955-962. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.001>.

Duffy, Brooke Erin, y Emily Hund. «'Having It All' on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers». *Social Media + Society* 1, n.º 2 (2015): 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115604337>.

Duffy, Brooke Erin. *(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work*. New Haven: Yale University Press, 2017.

Elias, Ana Sofia, Rosalind Gill y Christina Scharff. *Aesthetic Labour: Beauty Politics in Neoliberalism*. London: Springer, 2017.

Elias, Ana Sofia, y Rosalind Gill. «Beauty Surveillance: The Digital Self-Monitoring Cultures of Neoliberalism». *European Journal of Cultural Studies* 21, n.º 1 (2018): 59-77. <https://doi.org/10.1177/1367549417705604>.

Fox, Jesse, y Wai Yen Tang. «Women's Experiences with General and Sexual Harassment in Online Video Games: Rumination, Organizational Responsiveness, Withdrawal, and Coping

Strategies». *New Media & Society* 19, n.º 8 (2017): 1290-1307. <https://doi.org/10.1177/1461444816635778>.

Gill, Rosalind. «Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility». *European Journal of Cultural Studies* 10, n.º 2 (2007): 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>.

Herring, Susan C. «Gender and Power in Online Communication». En *The Handbook of Language and Gender*, editado por Janet Holmes y Miriam Meyerhoff, 202-228. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2003. <https://doi.org/10.1002/9780470756942>.

Hesse-Biber, Sharlene Nagy, ed. *Feminist Research Practice: A Primer*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011.

IAB Spain. *Estudio de Redes Sociales 2024*. Acceso el 23 de octubre de 2024. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/>.

Lindgren, Simon. *Digital Media & Society*. London: SAGE Publications, 2020.

López López, Claudia, y Cristina López-Villar. «Gender Representations in Fitness Advertisements from the #Yoentrenoencasa Community». *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual* 16, n.º 5 (2024): 81-100. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5218>.

Mantilla, Karla. «Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media». *Feminist Studies* 39, n.º 2 (2013): 563-570. <http://www.jstor.org/stable/23719068>.

Martínez Rolán, Xabier, y Teresa Piñeiro Otero. «Violencias de xénero dixitais: A falacia do virtual como un espazo alleo ao real». En *Hackeamos o patriarcado: Unha análise do machismo dixital*, editado por Soledad Torres Guijarro, 45-84. Vigo: Editorial Galaxia, 2024.

Martínez-Rolán, Xabier, Teresa Piñeiro-Otero, Laura M. Castro, Graciela Padilla Castillo, Almudena Barrientos Báez y David Caldevilla Domínguez. «Toxicidade e violencias machistas en Instagram: Incidencia e percepción entre o alumnado da Universidade de Vigo». *Cátedra Feminismos 4.0 Depo-Uvigo*, 2022. <https://micromachismos.webs.uvigo.es/proxecto2022>.

Martínez-Rolán, Xabier, Teresa Piñeiro-Otero, Laura M. Castro, Graciela Padilla Castillo, Almudena Barrientos Báez y David Caldevilla Domínguez. «Toxicidade e violencias machistas en Instagram. Estudo cualitativo entre o alumnado da Universidade de Vigo». *Cátedra Feminismos 4.0 Depo-Uvigo*, 2023. <https://micromachismos.webs.uvigo.es/proxecto2023>.

Marwick, Alice E., y danah boyd. «Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media». *New Media & Society* 16, n.º 7 (2014): 1051-1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>.

Molpeceres Arnáiz, Sara, y Laura Filardo-Llamas. «Llamamientos feministas en Twitter: Ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huelga del 8M y la manifestación contra la sentencia de 'La Manada'». *Dígitos. Revista de Comunicación Digital* 6 (2020): 55-78. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.181>.

Moreton, Laura, y Sheila Greenfiel. «University Students' Views on the Impact of Instagram on Mental Wellbeing: A Qualitative Study». *BMC Psychology* 10, n.º 45 (2022). <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00743-6>.

Mulvey, Laura. «Visual Pleasure and Narrative Cinema». *Screen* 16, n.º 3 (1975): 6-18.

Noelle-Neumann, Elisabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995.

Pineda G., Esther. *Bellas para morir: Estereotipos de género y violencia estética contra la mujer*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2020.

Piñeiro-Otero, Teresa, coord. *Informe final del proyecto Dixit-Val*. CSF en colaboración con el Concello de A Coruña, 2023. Informe no publicado.

Plant, Sadie. *Zeros and Ones: Digital Women and the New Technoculture*. London: Fourth Estate, 1997.

Pontón, Jenny. «Representación, cuerpo y mujeres en la publicidad ecuatoriana: Un 'Vistazo' histórico». *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación* 5, n.º 1 (2014): 105-120. <https://doi.org/10.31207/rch.v5i1.59>.

Ringrose, Jessica, y Laura Harvey. «Boobs, Back-Off, Six Packs and Bits: Mediated Body Parts, Gendered Reward, and Sexual Shame in Teens' Sexting Images». *Continuum* 29, n.º 2 (2015): 205-217. <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1022952>.

Rocamora, Agnès. «Personal Fashion Blogs: Screens and Mirrors in Digital Self-Portraits». *Fashion Theory* 15, n.º 4 (2011): 407-424. <https://doi.org/10.2752/175174111X13115179149794>.

Sanmartín Ortí, Amparo, Simona Kuric Kardelis y Ana Gómez Miguel. *La caja de la masculinidad: Construcción, actitudes e impacto en la juventud española*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación Fad Juventud, 2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7319236>.

Schafer, Valérie. *Histoire du web en France*. París: INA Éditions, 2015.

Shade, Leslie Regan. *Gender and Community in the Social Construction of the Internet*. Nueva York: Peter Lang Publishing, 2002.

Subdirección General de Sensibilización, Prevención y Estudios de la Violencia de Género. *Macroencuesta de Violencia contra la Mujer 2019*. Madrid: Ministerio de Igualdad, 2020. <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/macroencuesta2015/macroencuesta2019/>.

Suler, John. «The Online Disinhibition Effect». *CyberPsychology & Behavior* 7, n.º 3 (2004): 321-326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>.

Tiggemann, Marika, y Amy Slater. «Thin Ideals in Music Television: A Source of Social Comparison and Body Dissatisfaction». *International Journal of Eating Disorders* 35, n.º 1 (2003): 48-58. <https://doi.org/10.1002/eat.10214>.

Vickery, Jacqueline Ryan, y Tracy Everbach, eds. *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*. Cham: Palgrave Macmillan, 2018. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-72917-6>.

Vogels, Emily A., Andrew Perrin, Priya Kumar y Monica Anderson. «The State of Online Harassment». *Pew Research Center: Internet & Technology*. Publicado el 13 de enero de 2021. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/01/13/the-state-of-online-harassment/>.

Wajcman, Judy. *TechnoFeminism*. Cambridge: Polity Press, 2004.

Waterloo, Sophie F., Susanne E. Baumgartner, Jochen Peter y Patti M. Valkenburg. «Norms of Online Expressions of Emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp». *New Media & Society* 20, n.º 5 (2018): 1813-1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>.

Weisman, Leslie Kanes. *Discrimination by Design: A Feminist Critique of the Man-Made Environment*. Urbana: University of Illinois Press, 1992.

Wells, Georgia, Jeff Horwitz y Deepa Seetharaman. «Facebook Knows Instagram Is Toxic for Teen Girls, Company Documents Show». *The Wall Street Journal*, 14 de septiembre de 2021. <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-instagram-is-toxic-for-teen-girls-company-documents-show-11631620739>.

Wolf, Naomi. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. Nueva York: William Morrow, 1991.

