

II. VIOLENCIA SIMBÓLICA: TECNOLOGÍA, CUERPO Y PODER A TRAVÉS DE LAS NARRATIVAS DE MUJERES EN LA ERA DE LA HIPERSEXUALIZACIÓN

SYMBOLIC VIOLENCE: TECHNOLOGY, BODY, AND POWER THROUGH WOMEN'S NARRATIVES IN THE ERA OF HYPERSEXUALIZATION

Mercedes Ruiseñor Acosta
Adriana Rodríguez Barraza

2.1 Resumen

Este estudio analiza la hipersexualización y cosificación del cuerpo femenino en redes sociales para comprender cómo reproducen formas de violencia simbólica que afectan la autoimagen, la agencia y la subjetividad de mujeres jóvenes. Desde un enfoque cualitativo, se realizaron veinte entrevistas semiestructuradas con usuarias de Instagram y observación digital no participante. El análisis reveló narrativas de autopresentación sexualizada y tensiones entre visibilidad, deseo de reconocimiento y control algorítmico. Se identifican cuatro ejes: la normalización de estéticas hipersexualizadas, la economía de la atención, las ambivalencias entre empoderamiento y malestar, y las estrategias de autogestión digital. Se concluye que la hipersexualización digital constituye una forma contemporánea de violencia simbólica inscrita en un régimen de visibilidad que regula el capital social y afectivo según normas de género.

Palabras clave: violencia simbólica, hipersexualización, mujeres jóvenes, redes sociales, poder.

2.2 Abstract:

This study analyzes the hypersexualization and objectification of women's bodies on social media to understand how these digital practices reproduce symbolic violence affecting self-image, agency, and subjectivity in young women. Using a qualitative approach, twenty semi-structured interviews with Instagram users and non-

participant digital observation were conducted. The analysis revealed sexualized self-presentation narratives and tensions between visibility, desire for recognition, and algorithmic control. Four axes emerged: normalization of hypersexualized aesthetics, attention economy, ambivalences between empowerment and distress, and digital self-management strategies. It concludes that digital hypersexualization operates as a contemporary form of symbolic violence embedded in a regime of visibility that regulates social and affective capital according to gender norms.

Keywords: symbolic violence, hypersexualization, young women, social media, power.

2.3 Introducción

En México persisten altos índices de violencia en sus diversas expresiones, especialmente aquellas que afectan a las mujeres. Más allá de la agresión física, se reproducen cotidianamente formas sutiles e invisibles —como la violencia simbólica— presentes en discursos, representaciones mediáticas y prácticas culturales que limitan la autonomía femenina (Bourdieu, 1998; Lagarde, 2011).

Durante las últimas dos décadas, las transformaciones tecnológicas y culturales derivadas del uso masivo de internet y los dispositivos móviles han reconfigurado los modos de socialización y de construcción identitaria. Las redes sociales funcionan como espacios de reproducción de imaginarios de género y de nuevas formas de violencia simbólica (Banet-Weiser, 2018; Gill, 2021). Al combinar exposición visual, aprobación inmediata y métricas de popularidad, configuran un sistema de reconocimiento donde el cuerpo, especialmente el femenino, se convierte en objeto de valoración pública.

Entre ellas, *Instagram* destaca por su orientación visual y su papel en la modelación de estéticas corporales. En 2024 superó los 1 400 millones de cuentas activas, con mayoría femenina (We Are Social, 2024). Desde la teoría feminista y la Psicología social, se ha reconocido que las representaciones corporales intervienen en

la formación de la identidad y en la relación entre cuerpo y poder (Bordo, 1993; Butler, 2002; Segato, 2016). El estudio tiene como objetivo comprender cómo estas prácticas digitales reproducen formas de violencia simbólica y afectan la autoimagen, la agencia y la construcción subjetiva de mujeres jóvenes entre 18 y 24 años.

2.4 Perspectivas teóricas y debates contemporáneos

a) Violencia simbólica y representaciones mediáticas

La violencia simbólica constituye una de las formas más persistentes de dominación contemporánea. Se ejerce mediante significados, discursos e imágenes que naturalizan jerarquías de género y legitiman la subordinación femenina (Bourdieu, 1998; Segato, 2016). En el entorno digital, esta violencia se expresa a través de representaciones del cuerpo en redes sociales, donde los medios visuales reproducen patrones estéticos que vinculan el reconocimiento femenino con la apariencia (Gill, 2021; Verdú, 2018).

Lagarde (2011) las denomina “cautiverios contemporáneos”: dispositivos de dependencia simbólica y afectiva. En *Instagram*, esta lógica se traduce en una búsqueda de validación cuantificada por métricas —*likes*, seguidores— que convierten la visibilidad en capital social. Así, la violencia se transforma en práctica algorítmica que refuerza desigualdades y controla la autoimagen (Banet-Weiser, 2018; Cuenca-Piqueras et al., 2021).

b) Hipersexualización: del deseo al dispositivo de control

La hipersexualización implica la sobrecarga de rasgos sexualizados atribuidos al cuerpo femenino con fines de consumo o control. Este proceso asocia el valor de las mujeres con su atractivo sexual (Esteban, 2013; Enguix & González, 2016). Según la *American Psychological Association* (2007), se presenta cuando la persona es valorada exclusivamente por su comportamiento sexual o cuando la sexualidad se impone de manera inapropiada.

Instagram automatiza esta dinámica: su diseño algorítmico incentiva la autopresentación sexualizada y convierte la exposición

corporal en una estrategia de visibilidad (Díaz-Altozano et al., 2021; Blunes et al., 2019). Cobo (2015) define este fenómeno como “patriarcado de consentimiento”, en el que las mujeres reproducen voluntariamente relaciones de subordinación. Esta lógica coincide con la economía de la atención (Citton, 2017), donde la visibilidad se transforma en moneda de cambio: los algoritmos privilegian cuerpos hipersexualizados, consolidando un circuito entre deseo, consumo y poder.

c) Cosificación y autocosificación: del objeto al espejo

La cosificación complementa la hipersexualización al convertir a las mujeres en objetos visuales sin agencia. Bengoechea (2006) la describe como un proceso sistemático de deshumanización que convierte el cuerpo en mercancía. Para Szil (2006), esta práctica conduce a la violencia sexual al legitimar el acceso masculino al cuerpo femenino. En lo digital, la autocosificación implica adoptar la mirada ajena como propia, evaluando el valor personal según la respuesta pública (Fredrickson & Roberts, 1997).

Gill y Orgad (2018) advierten que las imágenes se transforman en capital simbólico que mide aceptación social, mientras Cuenca-Piqueras et al. (2021) identifican en el fenómeno *influencer* un canon de belleza homogéneo que refuerza una falsa noción de empoderamiento. La autoimagen se convierte así en un espacio de ambivalencia entre agencia y subordinación.

d) El cuerpo femenino como territorio de poder y resistencia

El cuerpo femenino, más que una realidad biológica, es una construcción cultural y política atravesada por normas de género (Bordo, 1993; Butler, 2002). En la cultura digital, se negocia entre la exposición y la autocensura (Esteban, 2013; González, 2016). Segato (2016) lo interpreta como superficie donde se inscriben las jerarquías, pero también como espacio de resistencia: las mujeres pueden desafiar la mirada dominante mediante prácticas de resignificación, curaduría del contenido y autocuidado (Banet-Weiser, 2018).

En este sentido, la hipersexualización y la cosificación constituyen mecanismos interrelacionados de violencia simbólica digital, sostenidos por una economía de la atención que recompensa la exposición corporal y penaliza la opacidad. Frente a ellas, emergen resistencias éticas y políticas que transforman la visibilidad en acto de autonomía.

2.5 Aproximación metodológica

El estudio adoptó un enfoque cualitativo, orientado a comprender los significados que las mujeres jóvenes atribuyen a la hipersexualización y cosificación del cuerpo femenino en redes sociales. Este paradigma privilegia la comprensión de la realidad desde la experiencia y el discurso de las participantes, explorando la dimensión simbólica de la violencia digital (Bonilla & Rodríguez, 1997, en Monje, 2011). El objetivo fue comprender cómo estas prácticas digitales reproducen formas de violencia simbólica y afectan la autoimagen, la agencia y la construcción subjetiva de mujeres jóvenes. Se realizaron veinte entrevistas semiestructuradas a mujeres de entre 18 y 24 años, usuarias activas de *Instagram* y residentes en contextos urbanos. El rango etario se justifica por corresponder a una etapa de consolidación identitaria y de uso intensivo de redes sociales, donde se configuran con mayor fuerza los procesos de autoimagen, agencia y exposición corporal (Arnett, 2000; Erikson, 1993). Cada entrevista abordó prácticas de autopresentación, consumo de imágenes y percepciones sobre los estereotipos de belleza, complementadas con observación digital no participante de perfiles públicos.

Los datos se analizaron mediante enfoque temático reflexivo (Braun & Clarke, 2006, 2019), identificando significados latentes y articulándolos en cuatro ejes. El proceso concluyó al alcanzarse la saturación teórica, que garantizó la consistencia y validez de las categorías (Enguix & González, 2016; Bengoechea, 2006). Se respetaron los principios éticos de consentimiento informado, confidencialidad y bienestar psicológico, conforme a la Declaración de Helsinki (World Medical Association, 2013), bajo un enfoque de género y representación responsable de las narrativas femeninas.

2.6 Lectura de los hallazgos

a) *De la norma estética al orden social*

Los testimonios revelan que la hipersexualización se ha naturalizado como parámetro de belleza y éxito social. La imagen femenina, construida históricamente desde la mirada masculina, se reproduce en redes sociales mediante cuerpos homogéneos, jóvenes y racializados, consolidando jerarquías simbólicas que operan como formas de violencia invisible (Bourdieu, 1998). La mayoría de las entrevistadas asocian la aceptación con la adecuación a estos modelos: “Es un estereotipo físico sobre cómo te tendrías que ver para ser considerada atractiva” (P1). Este patrón visual se sostiene por la economía de la atención (Citton, 2017), donde la exposición corporal se traduce en validación y pertenencia. Así, la hipersexualización se convierte en un dispositivo de reconocimiento afectivo: ser vista equivale a ser valorada. Estas prácticas refuerzan lo que Segato (2016) denomina pedagogía de la violencia, una forma de socialización que normaliza la desigualdad y condiciona el deseo. *Instagram* se configura, por tanto, como un espacio de visibilidad regulada, donde los cuerpos femeninos son simultáneamente exhibidos, medidos y controlados.

b) *Reconocimiento y cálculo algorítmico*

La segunda dimensión de análisis muestra cómo el reconocimiento digital se articula con un cálculo algorítmico que premia la exposición corporal. Las participantes señalaron que las imágenes sexualizadas incrementan interacciones, *likes* y seguidores, reforzando la autovigilancia estética. Este circuito de retroalimentación privilegia los cuerpos ajustados al canon dominante y sanciona la diferencia, reproduciendo una homogeneidad visual que sostiene la insalubre lógica patriarcal (Gill, 2021). Una de ellas lo expresó claramente: “Todas tienen más o menos el mismo tipo de cuerpo... son estereotipos que a un hombre le resultan atractivos” (P2).

Desde la perspectiva de la cultura digital feminista (Banet-Weiser, 2018), la atención se convierte en capital emocional: las mujeres

gestionan su visibilidad como recurso simbólico condicionado por las reglas del mercado afectivo. Lo que parece una elección espontánea y libre —mostrar el cuerpo— responde a un mandato estético que confunde exposición con empoderamiento. En este sentido, los algoritmos operan como nuevos dispositivos de control, definiendo qué cuerpos merecen ser vistos y cuáles permanecen fuera del marco.

c) Ambivalencias subjetivas: entre agencia y autovigilancia

El tercer eje evidencia la ambivalencia entre autonomía y subordinación. Las participantes narraron que, al mismo tiempo que experimentan poder al controlar su imagen, sienten ansiedad y presión por mantener una apariencia deseable. “Con varios de mis exs era solo lo sexual, no importaba cómo estaba yo”, explicó una joven, revelando cómo la objetivación digital trasciende las pantallas e impacta las relaciones íntimas.

La teoría de la autocosificación (Fredrickson & Roberts, 1997) ayuda a comprender esta tensión: las mujeres aprenden a observarse desde la mirada del otro, evaluando su valor personal según su atractivo visual. Este proceso genera consecuencias psicológicas y emocionales —inseguridad, culpa, insatisfacción corporal— y refuerza un “patriarcado de consentimiento” (Cobo, 2015), en el que la subordinación se vive como elección. La violencia simbólica, así, se internaliza en forma de autovigilancia, consolidando una subjetividad disciplinada que busca aprobación constante.

d) Cuidado digital y resignificación del cuerpo

A pesar de las presiones estéticas, las narrativas también revelan grietas. Varias entrevistadas afirmaron haber adoptado estrategias de cuidado digital: limitar la exposición, seleccionar audiencias o realizar pausas de uso. Estas acciones, aunque individuales, representan prácticas éticas frente al régimen de visibilidad (Banet-Weiser, 2018). Otras subrayaron la necesidad de una educación sexual con enfoque mediático y de género: “La familia y la escuela deberían hablar más de sexualidad y no dejar que las redes sean las que enseñen”.

e) Transición analítica: del control algorítmico a la agencia reflexiva

El recorrido analítico —de la normalización estética al autocuidado digital— deja ver la continuidad entre las estructuras simbólicas y los mecanismos tecnológicos de control. *Instagram* funciona como un laboratorio social donde la visibilidad se traduce en prestigio y el silencio visual en exclusión. La exposición se convierte en requisito de pertenencia, mientras que la diversidad corporal y racial queda marginada.

Sin embargo, las participantes comienzan a cuestionar estos mandatos. Las tensiones entre deseo de mostrarse y necesidad de resguardo revelan una nueva forma de relación: una consciencia emergente que busca reapropiar el cuerpo y disputar los significados de la imagen. Esta forma de autorrepresentación, aún frágil y escasa, redefine el empoderamiento no como autoexposición ilimitada, sino como ejercicio deliberado de límites.

f) Síntesis interpretativa

En conjunto, los hallazgos muestran que la hipersexualización y la cosificación digital operan como mecanismos contemporáneos de violencia simbólica. A través de la economía visual, las redes reproducen jerarquías de género y moldean subjetividades vigilantes que confunden aprobación con identidad. No obstante, también emergen gestos de resistencia: prácticas de cuidado, moderación y reinterpretación del cuerpo como espacio de autonomía.

Desde una lectura feminista crítica, estas prácticas no implican desconexión tecnológica, sino reconfiguración del modo de habitar lo digital. Reapropiar la imagen y diversificar las representaciones se convierte en un acto político que desafía la pedagogía de la violencia y afirma nuevas formas de ser y mostrarse.

En este horizonte, la visibilidad deja de ser una trampa y se transforma en posibilidad: un territorio donde el cuerpo femenino, liberado del mandato del deseo ajeno, recupera su potencia

expresiva y su capacidad de significar. Habitar las redes desde el cuidado, la reflexión y la pluralidad no solo implica resistir la violencia simbólica, sino reinventar los lenguajes visuales con los que nos comunicamos.

2.7 Conclusiones y propuestas

A través de este estudio, observamos que la hipersexualización y la cosificación del cuerpo femenino en redes sociales constituyen formas actuales de violencia simbólica, donde la normalización de estéticas homogéneas valida jerarquías de género bajo el discurso de libertad individual. En esta dinámica, el régimen de atención convierte la exposición corporal en fuente de validación y pertenencia, configurando subjetividades vigilantes y disciplinadas. Las experiencias de las participantes reflejan ambivalencias entre agencia y autovigilancia, pues la búsqueda de reconocimiento convive con el malestar de sentirse observadas y evaluadas. No obstante, también emergen estrategias de autogestión y cuidado digital, expresadas en la selección de contenidos, el uso consciente de filtros y las pausas deliberadas frente a la exposición, que evidencian una gestión situada del cuerpo como espacio de significado y decisión. Se propone fortalecer la educación sexual integral con enfoque mediático y de género, fomentando la alfabetización digital y el pensamiento crítico sobre los discursos visuales. Asimismo, es pertinente promover políticas tecnológicas éticas que garanticen el bienestar de las usuarias. Reapropiarse del cuerpo y diversificar sus representaciones constituye un acto transformador, capaz de convertir la visibilidad en una forma de libertad: mirarse desde sí mismas y no desde la mirada ajena como si fuera propia.

2.8 Referencias

- 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>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Bengoechea, M. (2006). La representación de las mujeres en los medios: De la invisibilidad a la hipersexualización. *Revista de Estudios de Género*, 8(2), 45–60.
- Bunes Portillo, M., Blesa Aledo, B., & Tornel Abellán, M. (2019). Valores y experiencias del cuerpo y la imagen en las comunicaciones de jóvenes estudiantes: una perspectiva de género. (2019). *FEMERIS: Revista Multidisciplinar De Estudios De Género*, 4(1), 80-97. <https://doi.org/10.20318/femeris.2019.4569>
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales*. Norma.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Paidós.
- Citton, Y. (2017). *The ecology of attention*. Polity Press.
- Cobo, R. (2015). *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Catarata.

- Cuenca-Piqueras, C., Martín, A., & Suárez, M. (2021). Influencers, cuerpos y género: Nuevas formas de cosificación digital. **Feminismo/s*, 38*(2), 1–20. <https://doi.org/10.14198/fem.2021.38.01>
- Díaz Altozano, P., Padilla Castillo, G., & Requeijo Rey, P. (2021). Sexualización de niñas en redes sociales: La necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 31–45. <https://doi.org/10.5209/infe.69559>
- Enguix, B., & González, M. (2016). La hipersexualización como práctica social. *Revista Andaluza de Antropología*, 10(3), 87–104.
- Erikson, E. H. (1993). *El ciclo vital completado*. Paidós.
- Esteban, M. L. (2013). *Antropología del cuerpo: Género, itinerarios corporales y cambio social*. Bellaterra.
- Fredrickson, B. L., & 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>
- González, M. (2018). Cuerpo, deseo y feminismo: reflexiones desde la cultura visual. *Revista de Estudios de Género y Cultura Visual*, 10(2), 55-72.
- Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility ten years on. *European Journal of Cultural Studies*, 24(6), 1433–1453. <https://doi.org/10.1177/1367549417733003>
- Gill, R., & Orgad, S. (2018). The shifting terrain of sex and power: From the “sexualization of culture” to #MeToo. *Sexualities*, 21(8), 1313–1324. <https://doi.org/10.1177/1363460718794647>

- Lagarde, M. (2011). *Los cautiverios de las mujeres: Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Siglo XXI.
- Monje, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana.
- Segato, R. L. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de Sueños.
- Szil, N. P. (2006). Violencia y sexualidad: el cuerpo femenino como territorio de dominación. *Revista Latinoamericana de Estudios de Género*, 4(1), 87-102.
- Verdú, M. (2018). Violencia simbólica y medios de comunicación: La imagen hipersexualizada de las mujeres. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 42(1), 1–15. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i42.05>