



Alejandra
Bustillos



Fernanda
López

***Redes sociales y violencia simbólica: El
dispositivo contemporáneo en la
configuración de la identidad en mujeres
adolescentes***

**KIPUS
CIENTÍFICOS**
Entrelazando Ciencia



Redes sociales y violencia simbólica: El dispositivo contemporáneo en la configuración de la identidad en mujeres adolescentes

Alejandra Bustillo Sanchez¹

María Fernanda López Pérez²

Recibido: 19 de agosto de 2025. Aprobado: 22 de noviembre de 2025.

Resumen

El presente estudio se centra en los discursos predominantes en redes sociales y la percepción y experiencia de las mujeres adolescentes de la academia del ballet folclórico “Arte y Cultura Colcapirhua”. El objetivo principal de la investigación es analizar el funcionamiento de las redes sociales, como dispositivos de poder generadores de violencia simbólica hacia mujeres adolescentes y las consecuencias que ello conlleva. Para abordar estos objetivos se hizo la revisión del contenido de 30 publicaciones extraídas de la plataforma de TikTok y se realizaron 4 entrevistas semiestructuradas a mujeres adolescentes de la academia. Los hallazgos revelan que las redes sociales funcionan como referentes en la construcción de identidad de las adolescentes, influyendo en su manera de vestir, maquillarse y percibir su propio cuerpo. Se identificó una fuerte glorificación de los cuerpos hegemónicos, acompañados de estilos de ropa ajustados que refuerzan estándares estéticos excluyentes. Estas dinámicas responden a mecanismos de poder que actúan a través de algoritmos y discursos, posicionando la apariencia física como preocupación prioritaria y naturalizando la autoexigencia y el autocontrol. Como consecuencia, las adolescentes interiorizan la violencia simbólica expresada en redes, reproduciendo patrones de inseguridad, comparaciones constantes e insatisfacción corporal que impactan distorsionando la percepción de sí mismas.

Palabras clave: dispositivos de poder, imagen corporal, discursos hegemónicos, TikTok

1 Estudiante de 4to. semestre de la Carrera de Comunicación Social de la UMSS y miembro inicial de la SOCIECS.

Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-6674-5913>

Correo: bustillosanchezalejandra@gmail.com.bo

2 Estudiante de 10mo. semestre de la Carrera de Psicología de la UMSS y miembro titular de la SOCEPSI.

Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-9192-2138>

Correo: mflp1d.25@gmail.com

Introducción

Las redes sociales emergen como espacios fundamentales de socialización y construcción identitaria para las poblaciones adolescentes inmersas en la cultura digital. Estas plataformas operan como dispositivos de poder que articulan algoritmos, discursos estéticos e imágenes para configurar subjetividades y moldear identidades (Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce, 2014), exponiendo a las mujeres adolescentes a dinámicas de vigilancia y normalización que reproducen violencia simbólica bajo la apariencia de libertad y autoexpresión.

El momento histórico actual se caracteriza por la digitalización acelerada de las relaciones, donde TikTok, Instagram y Pinterest definen estándares estéticos y normativos para los jóvenes. Esta transformación traslada las interacciones al ámbito digital, donde lógicas algorítmicas priorizan contenidos específicos, creando nuevas jerarquizaciones (Martínez-Fresneda y Sánchez, 2022). Para las mujeres adolescentes, sus cuerpos e identidades se convierten en objetos de dominio público, sometidos a evaluación y clasificación. La presión por estándares inalcanzables y la competencia por validación social configuran un entorno donde la violencia simbólica se naturaliza sistemáticamente, como señalan Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce (2014).

La argumentación se sustenta en comprender cómo las redes sociales funcionan como dispositivos foucaultianos que ejercen poder sobre subjetividades adolescentes, generando violencia simbólica en la configuración identitaria. Estos dispositivos operan mediante mecanismos de vigilancia y normalización que moldean la percepción corporal y las prácticas de autocuidado, donde las adolescentes internalizan estándares estéticos como verdades naturales e incuestionables (Foucault, 1990; Bourdieu, 1999). El problema se delimita en analizar las dinámicas de poder en plataformas digitales y su impacto en mujeres adolescentes de 14 a 17 años. La pregunta central es: ¿Cómo funcionan las redes sociales como dispositivos generadores de violencia simbólica en el proceso de configuración de la identidad de mujeres adolescentes?

Los objetivos buscan identificar discursos predominantes, investigar cómo las adolescentes perciben e internalizan contenidos, reconocer consecuencias emocionales e identitarias, y definir manifestaciones de violencia simbólica en estas dinámicas. Se articula un enfoque cualitativo mediante entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido que integra estructuras discursivas con experiencias individuales.

Este estudio se aborda desde una perspectiva interdisciplinaria que integra la psicología y la comunicación. Desde la psicología, se analiza como la exposición a estos contenidos afectan a la percepción del cuerpo y la imagen, a su vez cómo influyen en la construcción identitaria, considerando que la imagen corporal adquiere centralidad durante la adolescencia debido a la mayor autoconciencia corporal y sensibilidad a la evaluación externa (Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce, 2014). Como señala el portal HoyDía (2021), en los últimos años han aumentado exponencialmente las cirugías estéticas entre menores de 25 años. Desde la comunicación, se examina cómo los algoritmos en plataformas digitales operan como mecanismos de dominación simbólica, especialmente en la Generación Z que ha crecido en una cultura completamente influenciada por las redes (Martínez-Fresneda y Sánchez, 2022).

Este estudio contribuye generando evidencia empírica sobre violencia simbólica digital, buscando una comprensión crítica de los nuevos dispositivos de poder en la era digital.

Procedimientos metodológicos y marco conceptual

Procedimientos metodológicos

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo que permite comprender los significados que las mujeres adolescentes construyen en torno a su experiencia en redes sociales, así como develar las estructuras de poder que operan en estos espacios digitales.

La recopilación de información se realizó mediante dos técnicas complementarias que permitieron abordar el fenómeno desde diferentes dimensiones. El primer estudio consistió en entrevistas semiestructuradas aplicadas a integrantes de la academia de baile “Arte y Cultura Colcapirhua”, con una muestra intencional de 4 mujeres adolescentes de entre 14 a 17 años por ser un grupo etario en una etapa de desarrollo biopsicosocial correspondiente a la relevancia que adquiere la “imagen corporal”, seleccionadas por criterios de accesibilidad y disposición a participar ya que la temática elegida, resulta interesante pero no accesible a otras academias por no existir una cercanía que permita la confidencialidad del ingreso al trabajo de campo. Las entrevistas se realizaron el 16 y 17 de julio de 2025, asegurando la confidencialidad de las entrevistadas.

El segundo estudio implicó un análisis de contenido de 30 videos de TikTok, seleccionados estratégicamente por su relevancia en la construcción de discursos estéticos dirigidos a mujeres adolescentes, considerando temáticas vinculadas con belleza, moda, estilo de vida y los comentarios de los usuarios. La cantidad se estableció conforme al criterio de saturación metodológica cualitativo, al alcanzarse recurrencia en los significados y patrones discursivos. Se eligió TikTok por su alta popularidad entre la población juvenil. Esta combinación metodológica permitió articular tanto las estructuras discursivas dominantes en la plataforma como las experiencias individuales de recepción e interpretación por parte de las adolescentes.

El procesamiento de la información se realizó mediante un análisis cualitativo temático. Los videos de TikTok fueron analizados identificando elementos visuales, discursos verbales y comentarios de usuarios, registrando patrones sobre estándares corporales y validación social. Las entrevistas fueron transcritas para identificar percepciones y experiencias de las adolescentes. La correlación entre ambas técnicas se estableció mediante triangulación de datos, contrastando los discursos hegemónicos de TikTok con las narrativas de las entrevistadas, evidenciando cómo los contenidos digitales son internalizados y qué efectos tienen en la configuración identitaria y la percepción corporal.

Marco conceptual

Adolescencia, imagen corporal y redes sociales

La adolescencia se caracteriza por transformaciones físicas, psicológicas y sociales significativas. Durante esta etapa, la imagen corporal adquiere centralidad en la configuración identitaria. Las y los adolescentes experimentan mayor autoconciencia corporal, sensibilidad a la evaluación externa y comparación social intensificada con pares (Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce, 2014). En este contexto, las redes sociales amplifican estas dinámicas al convertirse en espacios donde la imagen corporal es constantemente expuesta, evaluada y comparada, intensificando la preocupación por la apariencia y la búsqueda de validación social a través de likes, comentarios y la visibilidad algorítmica.

El dispositivo de Foucault

El dispositivo desde Foucault es un conjunto de conexiones o vínculos, que se dan entre elementos heterogéneos: ya sean discursos, normas, imágenes, enunciados

científicos, arquitectura, algoritmos, en lo dicho y lo no-dicho; los mismos se articulan en una red de relaciones, bajo una lógica específica, la cual es establecida por el dispositivo, que configura el tipo de vínculo posible entre lo dicho y lo no dicho, entre lo material y lo simbólico, determina cómo se conectan y funcionan juntos. Los dispositivos surgen como respuestas estratégicas con una finalidad (política, social o económica) a urgencias históricas concretas. Por ejemplo, frente al problema de una masa de población denominada “flotante”, que no contaba con empleo fijo, que vagaba en las calles, el dispositivo surgió como una manera de gestionar y controlar ese exceso de cuerpos que no encajaban en el sistema; ese dispositivo se transformó en un sistema de control de: locura, enfermedad, y surgieron los dispositivos como: hospitales, cárceles, manicomios, escuelas, etc. (Foucault, 1990).

El panóptico: el dispositivo que sostiene y amplifica el poder

El Panóptico de Bentham es un modelo arquitectónico de vigilancia, propuesto a finales del siglo XVIII, que fue formulado entre 1786 y 1791, que es una construcción en forma de anillo, donde se encuentran celdas que contienen dos ventanas una hacia el exterior y la otra hacia una torre que se encuentra en el centro, la cual contiene anchas ventanas con vista a las celdas; entonces basta con poner a un vigilante en medio, ello permite inducir una vigilancia asimétrica, donde el que observa no es visto, así el observado no sabe con certeza si está siendo vigilado. Este mecanismo genera un estado de visibilidad permanente, que induce a los individuos a regular su propia conducta, así el sujeto reproduce la imposición del poder.

Foucault (1975) sostiene que el panóptico trasciende el ámbito penal, convirtiéndose en un dispositivo integrado en las dinámicas sociales, que amplifica el poder y lo sostiene, operando de manera simbólica e internalizada. En el contexto de esta investigación, las redes sociales funcionan como panópticos digitales donde las adolescentes están bajo una visibilidad permanente: son potencialmente observadas por una audiencia invisible (seguidores, algoritmos, usuarios anónimos) sin saber con certeza quién las mira o cuándo. Esta condición de visibilidad constante induce a las jóvenes a autorregular su apariencia, comportamiento y contenido publicado, internalizando los estándares estéticos hegemónicos y ejerciendo autovigilancia sobre sus propios cuerpos antes incluso de recibir juicios externos. Así, el panóptico digital opera a través de la plataforma como arquitectura de vigilancia, el contenido como norma estética, y las métricas de interacción (likes, comentarios) como mecanismos de evaluación que refuerzan la disciplina corporal.

El poder sobre el cuerpo

Para Foucault (1975), el cuerpo es un campo de acción del poder, a través de lo que denomina “anatomía política”, el cuerpo se lo vuelve dócil y útil, a través de la manipulación y entrenamiento del cuerpo; se lo fragmenta en gestos, posturas y rutinas, con el objetivo de maximizar su rendimiento y minimizar su resistencia.

Se ejerce el poder-cuerpo, mediante técnicas disciplinarias, moldeando lo que hacen las personas y también cómo se perciben a sí mismas y cómo usan su propio cuerpo. Así, bajo la lógica foucaultiana, el cuerpo se convierte en un lugar estratégico donde se inscriben las normas sociales, las jerarquías y las expectativas de comportamiento (Foucault, 1977).

El saber poder

Según lo dicho por Foucault (1977), cada régimen de poder genera discursos que definen lo verdadero; los saberes no son neutrales se los define como verdaderos en tanto respondan a emergencias históricas; el poder y el saber están intrínsecamente vinculados, puesto que el poder produce saber y a su vez el saber refuerza y reproduce el poder. Lo que permite a las instituciones disciplinarias (hospitales, escuelas, manicomios, etc.), observar, clasificar, vigilar, permitiendo corregir y normalizar a los individuos (Foucault, 1975).

Violencia simbólica

Pierre Bourdieu (1999) define la violencia simbólica como una forma de dominación que no se ejerce mediante la fuerza física directa, sino a través de la imposición de significados, categorías y representaciones que se aceptan como legítimas. Esta forma de violencia actúa de manera invisible y se sustenta en la interiorización de las estructuras sociales por parte de quienes las padecen, lo que lleva a que perciban como naturales e incuestionables las jerarquías y desigualdades que los afectan. Esta violencia requiere la complicidad inconsciente de los dominados, quienes contribuyen a su reproducción, ajustándose a las normas; llega a ser un mecanismo de poder altamente eficaz, ya que no opera de manera física, sino que se inscribe en el habitus, moldeando percepciones, prácticas cotidianas y deseos.

El habitus se entiende como el conjunto de disposiciones duraderas que los individuos internalizan a través de su experiencia social, funcionando como esquemas inconscientes de percepción y acción que estructuran tanto la manera

en que las personas ven el mundo como la forma en que actúan en él (Bourdieu, 1991). En el caso de las adolescentes, el habitus se configura mediante la exposición repetida a contenidos digitales que definen qué cuerpos son valiosos, qué prácticas son deseables y qué formas de presentación personal son legítimas, generando disposiciones corporales y estéticas que parecen elecciones personales cuando en realidad responden a estructuras de dominación interiorizadas.

La dominación masculina, según Bourdieu (1999), constituye el ejemplo paradigmático de violencia simbólica, donde las estructuras androcéntricas se naturalizan y perpetúan a través de instituciones sociales como la familia, la escuela y el estado, haciendo que tanto hombres como mujeres interioricen y reproduzcan inconscientemente los esquemas de percepción y valoración que legitiman la superioridad masculina. La dominación simbólica opera, así como un sistema de clasificación que organiza la percepción del mundo social, estableciendo divisiones y jerarquías que parecen evidentes y naturales cuando en realidad son construcciones sociales históricamente constituidas (Bourdieu, 1991).

La violencia simbólica opera en múltiples niveles simultáneamente, afectando tanto la dimensión individual como colectiva de las experiencias sociales. A nivel individual, se manifiesta en la internalización de categorías de percepción y valoración que llevan a los sujetos a evaluarse negativamente según criterios impuestos externamente. Esta violencia se inscribe en el cuerpo y la subjetividad, generando sentimientos de inadecuación, vergüenza y autocrítica que parecen surgir del propio individuo cuando en realidad son producto de estructuras sociales interiorizadas (Bourdieu, 1999).

A nivel colectivo, la violencia simbólica se reproduce mediante el consenso social sobre qué es valioso, legítimo o deseable. Este consenso se sostiene mediante prácticas cotidianas, representaciones mediáticas y discursos compartidos que naturalizan jerarquías y exclusiones. La dimensión colectiva implica que los dominados participan activamente en la reproducción de su propia dominación al validar, entre pares, los mismos criterios que los subordinan (Bourdieu, 1991).

En la adolescencia, la violencia simbólica adquiere particular intensidad debido a que este período vital se caracteriza por la construcción activa de la identidad y la alta sensibilidad a la validación social. Durante esta etapa, los y las adolescentes están definiendo quiénes son en relación con otros.

Teoría de la agenda setting

La teoría de la agenda setting sostiene que los medios influyen en qué temas considera relevantes la sociedad, al transferir importancia desde su propia agenda hacia la agenda pública. McCombs y Shaw (1972) establecieron que los medios no solo informan qué pensar, sino sobre qué pensar, determinando la jerarquía de temas en el debate público. En la era digital, este proceso se ha complejizado porque las redes sociales también intervienen en esa construcción, moldeando la visibilidad de ciertos contenidos y actores, lo que repercute directamente en la opinión pública y en la credibilidad de los medios. Las plataformas digitales operan como nuevos gatekeepers que, mediante algoritmos, definen qué contenidos alcanzan mayor visibilidad y, por tanto, mayor relevancia en la agenda pública (Martínez-Fresneda y Sánchez, 2022).

Un concepto importante en esta teoría, es el del gatekeeper. El gatekeeping es un proceso complejo en el cual se decide qué información se puede transmitir y cuánto espacio y tiempo se le dedicará, en qué parte del medio aparecen, impactando directamente en qué información llega efectivamente al público, moldeando y construyendo la realidad mediática a través de la presentación y énfasis de ciertos contenidos; según lo que beneficia al medio. (McCombs y Shaw, 1972)

Teoría del encuadre (Framing)

La teoría del encuadre plantea que los hechos no se transmiten de manera neutra, sino a través de marcos interpretativos que seleccionan y resaltan ciertos elementos de la realidad mientras ocultan otros. Goffman (1974) y posteriormente Entman (1993) desarrollaron este concepto para explicar cómo los marcos definen problemas, diagnostican causas, realizan juicios morales y sugieren remedios. En redes sociales, estos encuadres no solo provienen de los medios tradicionales, sino también de la propia dinámica de interacción en línea, donde los usuarios activan y reproducen marcos que influyen en la circulación de sentidos y en la manera en que se construye colectivamente la realidad. Los algoritmos amplifican ciertos encuadres sobre otros, creando cámaras de eco que refuerzan perspectivas específicas y contribuyen a la polarización discursiva.

Teoría del cultivo

La teoría del cultivo, desarrollada por Gerbner y sus colaboradores (1976), explica que la exposición constante a los medios moldea gradualmente la forma

en que las audiencias perciben la realidad, especialmente en aquellos aspectos de los cuales tienen poca experiencia directa. Esta teoría propone que la repetición de mensajes mediáticos crea una “realidad simbólica” que influye en las creencias y actitudes del público. En el entorno digital, la repetición de narrativas mediáticas en redes sociales también contribuye a configurar creencias, actitudes y niveles de confianza hacia los emisores de esos mensajes, mostrando que el efecto de cultivo trasciende más allá de la televisión tradicional hacia las plataformas contemporáneas. La constante exposición a contenidos específicos en redes sociales genera procesos de cultivo digital que moldean percepciones sobre la realidad social, especialmente en relación a estándares de belleza, roles de género y expectativas sociales.

Resultados

Del análisis cualitativo de 30 videos de TikTok, seleccionados por las dos investigadoras desde una cuenta nueva de TikTok en la sección “Para Ti”, permitiendo identificar el contenido que el algoritmo prioriza inicialmente sin sesgos de consumo previo, relacionados con estereotipos de belleza y de 4 entrevistas semiestructuradas a adolescentes de entre 14 y 17 años, se evidenciaron los siguientes resultados:

La apropiación de referentes digitales para la construcción de la identidad

Tanto para las adolescentes entrevistadas como las mujeres de su entorno, se toma indirecta o directamente como referencia contenida visto en redes, empezando por el estilo de vestimenta,

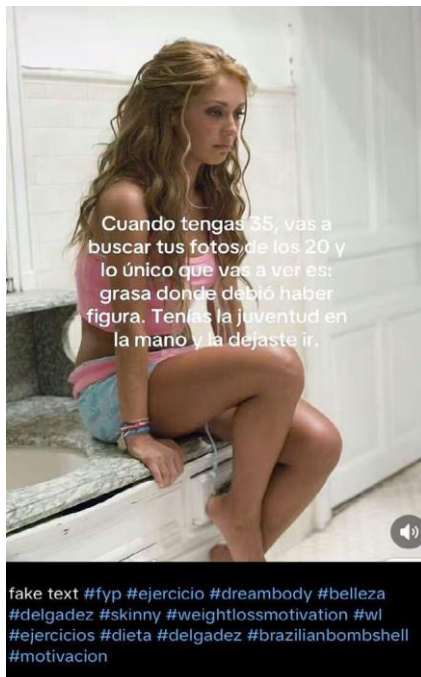
“[...] cuando no tengo ideas busco outfits, digamos, falda, outfits que como que tengan falda y así me copio a veces [...] porque a veces no sé con qué salir o no sé con qué combinar mi ropa” (D. P., 2025), “[...] tal vez ideas de moda, maquillaje” (V. J., 2025), “basándonos en la ropa, siempre cortos, jeans pegados o soleras, crop tops, también suelen usar vestidos pegados y tacones[...]” (N. E., 2025) también en estilos de vida “Últimamente he tratado de acomodar un poco mi vida... rutinas, como despertarse temprano, hacer ejercicio, alimentarse bien” (M. Z., 2025). En base a Bourdieu (1999), se evidencia la violencia simbólica, según los trechos, lo presentado en las plataformas digitales llega a ser un referente para la identidad de las entrevistadas, interiorizando como elecciones personales normas estéticas impuestas. Esto también lo relacionamos con el saber-poder que aparece como decisión individual que regula el cuerpo femenino desde lo colectivo hasta lo más íntimo de la subjetividad.

La belleza como problema público

Se observó que la belleza corporal es presentada como una preocupación prioritaria, construida sistemáticamente como un problema colectivo que exige atención inmediata y soluciones individuales. Se posiciona la estética corporal como un tema de interés social permanente, reforzando su saliencia dentro de la agenda digital juvenil.

Gráfico 1

Discursos que ponen como prioridad la imagen corporal



Nota. Captura de pantalla de TikTok, 2025. Recuperado de <https://vm.tiktok.com/ZMAxYydpJ/>

La belleza es una preocupación prioritaria, según la percepción que se tiene de la idea de las mujeres, “Una mujer siempre va a preferir verse linda que aceptar como realmente es” (M. Z., 2025).

Se menciona la presencia de estereotipos vistos en TikTok, en la idealización que tienen sobre un cuerpo aceptable, “yo quisiera [...] verme como cierta chica [...] yo soy flaquita y [...] yo quisiera ser un poco más gordita. O un poco más blanquita y así” (D. P., 2025), “yo practico lo que es el baile y también deporte, y está también ahí el estereotipo en el voleibol, de tener muslos anchos, una buena figura, cintura, trasero” (N. E., 2025), características que han sido asociadas con la belleza occidental, llevan a compararlas con características propias que no forman parte de los estereotipos. Estos testimonios evidencian cómo opera la violencia simbólica descrita por Bourdieu (1999), donde las adolescentes interiorizan estándares estéticos hegemónicos como si fueran deseos personales, percibiendo sus propias características corporales como deficiencias que deben corregirse. La idealización de cuerpos específicos responde al proceso de cultivo digital (Gerbner, 1976), en el cual la exposición repetida a representaciones homogéneas en TikTok construye una “realidad simbólica” que normaliza ciertos rasgos físicos como el único modelo válido de belleza, generando insatisfacción con las características propias que no se ajustan a estos parámetros impuestos.

También, reconocen que el algoritmo conduce a videos que enseñan cómo conseguir la belleza idealizada. “hay dietas que ponen ahí y son muy extremas [...] te puede dar el rebote [...] que tú adelgazas y después te pones un poco más gordita, no te favorece mucho” (V. J., 2025), “Rutinas como de despertarse temprano, hacer ejercicio, alimentarse bien”, “Puedo mencionarte de no comer, tomar solo agua con limón [...] incluso había uno de ponerle perfume a la comida para que no te provoque apetito”, (M. Z., 2025), “[...] el algoritmo del teléfono hace que salga un video [...] o si no es una rutina [...] persona posando en el gimnasio y ya de ahí tú lo terminas de ver... te empiezan a salir puro videos relacionados” (N. E., 2025). La exposición constante a estándares estéticos específicos construye una percepción normalizada donde la preocupación por la apariencia se presenta como experiencia común. Las entrevistadas reportaron que el algoritmo crea bucles de contenido homogéneo que refuerzan continuamente los mismos mensajes sobre belleza y control corporal, llevándolas a interiorizar la modificación corporal no como elección, sino como necesidad social.

Las entrevistadas manifestaron que esta exposición constante a contenidos sobre belleza genera una sensación de visibilidad permanente. Reportaron que seleccionan cuidadosamente qué publicar anticipando posibles juicios: “Antes de subir una foto me la pienso mil veces [...] pienso qué van a decir, si me voy a ver

gorda, si mi cara está bien” (D.P., 2025). “Hay fotos que saco y las borro al toque porque digo no, esto no puede salir [...] me da miedo que me critiquen” (V.J., 2025).

Se observó un monitoreo persistente de métricas de validación social. Las participantes describieron la revisión frecuente de likes, comentarios y visualizaciones: “Cuando subo algo estoy cada ratito viendo cuántos likes tiene [...] si no tiene muchos me siento mal y a veces lo termino borrando” (M.Z., 2025). “Si veo que no le gusta a la gente, prefiero quitarlo” (N.E., 2025). Esto evidencia la lógica panóptica digital (Foucault, 1975), donde las adolescentes interiorizan la vigilancia ejerciendo autocontrol sin observadores reales presentes. Las métricas funcionan como dispositivos que inducen autorregulación, mientras la validación entre pares reproduce la violencia simbólica (Bourdieu, 1999) al normalizar criterios estéticos hegemónicos. Los testimonios revelan que esta autocensura opera incluso sin interacción directa, modificando su comportamiento en función de una audiencia potencial.

Glorificación del cuerpo hegemónico

Un hallazgo significativo fue la manera sistemática en que los videos encuadran al cuerpo delgado como la máxima aspiración estética y moral. Los videos analizados presentaron transformaciones corporales donde el “después” siempre correspondía a una reducción del peso corporal, independientemente de las condiciones de salud iniciales. A través de frases como “nada sabe mejor que ser delgada”, combinadas con imágenes, se glorifica este ideal específico, atribuyéndole no solo belleza estética, sino también éxito personal, disciplina moral y valor social.

Gráfico 2

Contenido que invisibiliza consecuencias de trastornos alimentarios



Nota. Captura de pantalla de TikTok, 2025. Recuperado de <https://vm.tiktok.com/ZMAxY5edu/>

Se tiene la percepción de que cuerpos determinados son más valorados y representados de manera positiva, es a su vez que se promocionan estos cuerpos a través de modas y tendencias, “valoran más a las que son de complexión delgada. Y a las que pues se demuestran cómo son [...] más bien las critican” (V. J., 2025); “[...] ser delgada [...] 90-60-90, busto grande o no tan grande, cintura pequeña, glúteos redonditos, no caídos” (D. P., 2025); “[...] las Slavic Dolls [...] son modelos que no comían nada, eran muy flaquitas y entonces eso también se ha vuelto en tendencia”; “[...] he visto uno que se promociona más [...] el cuerpo de pilates, ¿no? Flaquita, cinturita, brazos delgados” (M. Z., 2025).

Las entrevistadas identificaron tendencias estéticas específicas que circulan en TikTok como referentes corporales: las “Slavic Dolls”, caracterizadas por delgadez

extrema, y el “cuerpo de pilates”, definido por cintura pequeña y extremidades delgadas. Se encontró que estas tendencias establecen medidas corporales precisas como estándares deseables (90-60-90) y asocian la delgadez con atributos positivos como disciplina y autocontrol. Las participantes reportaron que estos modelos corporales son presentados como ideales universales en la plataforma, legitimando ciertos tipos de cuerpos mientras excluyen otros. Este fenómeno responde a la teoría del framing (Entman, 1993), donde los contenidos de TikTok no transmiten información neutral sobre corporalidades, sino que construyen marcos interpretativos que definen qué cuerpos son problemáticos (cualquiera que no se ajuste al estándar), diagnostican causas (falta de disciplina o esfuerzo), realizan juicios morales (la delgadez como virtud) y sugieren remedios (rutinas, dietas, modificación corporal). Estos encuadres operan simultáneamente como violencia simbólica (Bourdieu, 1999), ya que las adolescentes interiorizan estos marcos como verdades legítimas e incuestionables. Los testimonios revelaron que las adolescentes perciben estos estándares no solo como preferencias estéticas, sino como “verdades” sobre cómo debe verse una mujer, naturalizando la necesidad de ajustar sus propios cuerpos a estos parámetros sin reconocer que están reproduciendo estructuras de dominación que subordinan corporalidades diversas.

La “belleza verdadera” como norma y la distorsión de la autoimagen

La “belleza verdadera” es presentada consistentemente como equivalente a una combinación específica de rasgos físicos hegemónicos. Esta representación excluye sistemáticamente otras corporalidades: personas racializadas, cuerpos diversos, pieles con imperfecciones, y cualquier forma corporal que no se ajuste al estándar.

Gráfico 3

Ejemplo de contenido en redes sociales que promueve la insatisfacción corporal



Nota. Captura de pantalla de TikTok, 2025. Recuperado de <https://vm.tiktok.com/ZMAxYuWJa/>

Encontramos que los filtros presentes en plataformas modifican los rasgos faciales, para acercarse a esta “belleza verdadera”, “Cuando alguien ve a una chica ahí perfecta, te fijas y está usando filtros [...] ve a una chica que se ve linda con el filtro” (M. Z. 16 años), “[...] les acomoda la nariz o les quitan los cachetes, les agrandan los ojos, los labios” (V. J., 2025), “Podemos destacar el filtro que te afina la nariz, que te cambia el tono de piel [...] te vuelve los ojos azules o más grandes” (M. Z., 2025). Se encuentran presente consecuencias, como el uso excesivo del maquillaje, y dependencia, “ya no quieren dejar esos filtros [...] se les vuelve una obsesión” (V. J., 2025), “hay mujeres que en redes sociales suben fotos con maquillaje, con filtros, y en la vida real se sienten feas. No pueden estar sin nada de maquillaje y tienen que usar barbijos” (M. Z., 2025).

Se identificó que los filtros funcionan como dispositivos estéticos que moldean la apariencia hacia un ideal de belleza. Las entrevistadas describieron modificaciones específicas que estos filtros realizan: afinamiento de nariz, aclaración de piel, agrandamiento de ojos y labios, eliminación de imperfecciones cutáneas

y cambio de color de ojos hacia tonalidades claras. Estos ajustes digitales operan de manera sistemática, transformando rasgos diversos hacia un modelo de belleza occidental. Manifestaron que el uso constante de estos dispositivos genera una brecha entre la imagen digital y la percepción del propio rostro sin modificaciones. Se observó que este proceso lleva a moldear el cuerpo y el rostro a la imagen estereotipada.

Las entrevistadas reportaron como consecuencias del uso prolongado de filtros la dependencia emocional de estas herramientas; la exposición continua a imágenes filtradas genera una normalización de rasgos artificialmente modificados como estándar de belleza “verdadera”, invisibilizando la diversidad de características naturales.

Las consecuencias de la constante exposición a los filtros y estos cánones de belleza, pueden llegar a distorsionar la autoimagen en las mujeres entrevistadas y a su vez mujeres cercanas, “Yo no estaba así en la foto de ayer [...] En el espejo me veo diferente. En la cámara me veo diferente. En diferentes cámaras me veo diferente. Y cuando tú te sacas una foto de ti misma y luego te sacan una foto en grupo y te ves terrible, obviamente no vas a querer que te saquen fotos”, “Estar escondiéndose allá atrás, ponerse barbijo [...] les crea una inseguridad tan grande a las chicas de no querer mostrarse como realmente son” (M. Z., 2025). Desde Foucault (1975), esta práctica puede leerse como una forma de autovigilancia del cuerpo, donde el sujeto se examina y corrige a sí mismo para adecuarse a los ideales dominantes. A la vez, siguiendo a Bourdieu (1999), se trata de una violencia simbólica: las jóvenes internalizan estándares estéticos que legitiman ciertas formas de verse y excluyen otras. Como advierte Sibilia (2008), la imagen digital se vuelve un espacio de control y reconocimiento, donde la visibilidad determina el valor personal. Así, los filtros no solo embellecen, sino que disciplinan el cuerpo y sostienen una lógica de poder que transforma la percepción de sí.

Normalización de la violencia simbólica y la validación selectiva

El análisis reveló una marcada disparidad en el tipo de comentarios recibidos: mientras que los videos protagonizados por personas que se ajustan al canon hegemónico de belleza occidental recibían predominantemente comentarios de apoyo y admiración, aquellos creados por personas que no se ajustan a estos estándares experimentaban una recepción hostil. Los comentarios hostiles hacia personas no hegemónicas siguieron patrones específicos y recurrentes. Un primer

tipo consistía en “consejos no solicitados” disfrazados de preocupación. Un segundo patrón involucró la ridiculización directa. Un tercer tipo implicaba la negación de la legitimidad estética. Particularmente significativo fue el fenómeno de los “comentarios espejo”: cuando una persona hegemónica realizaba el mismo tipo de contenido que una persona no hegemónica, los comentarios diferían radicalmente.

Gráfico 4

Manifestación de violencia simbólica en comentarios de redes sociales



Nota. Captura de pantalla de TikTok, 2025. Recuperado de <https://vm.tiktok.com/ZMAxYAvAs/>

Podemos encontrar que, al presentarse personas no hegemónicas, se percibe la presencia de comentarios negativos y desvalorizantes, “las que pues se demuestran cómo son... las critican... pues son gordas, que no deberían hacer las cosas” (V. J., 2025), “[...] personas subidas de peso reciben comentarios muy inapropiados [...] Como que, “¿cómo te vas a grabar estando así o vistiendo de la misma forma que viste una supuesta mujer que cumple con los estándares de belleza” (D. P., 2025).

Las entrevistadas identificaron que videos protagonizados por cuerpos hegemónicos reciben calificativos, mientras que los mismos contenidos realizados por personas no hegemónicas son descritos mediante comentarios que cuestionan su legitimidad. Resaltan elementos distintos: en cuerpos hegemónicos se enfatiza esfuerzo y dedicación; en cuerpos no hegemónicos se destacan supuestas deficiencias o transgresiones estéticas. Las participantes reportaron que estos encuadres diferenciados definen qué cuerpos pueden ser visibles en las plataformas y cuáles reciben validación social.

El deterioro de la autoimagen y los comportamientos autodestructivos para llegar a la meta

Según la percepción de las entrevistadas, ciertos comportamientos, de mujeres cercanas a ellas, se relacionan con lo que suelen consumir en plataformas, afectando la percepción de sí mismas, llevando a comportamientos dañinos para llegar a ser parecidas a lo que ven en redes “[...] tengo dos amigas que siempre están con eso de no comer, de maquillarse, de peinarse, vestirse igual que lo que ven en internet” (N. E., 2025), “[...] van a trabajar o quieren ganar dinero para hacerse cualquier cirugía plástica [...] hacen comentarios autodestructivos hacia sus cuerpos [...] ellas mismas se bajan su autoestima” ; “estoy gorda, no tengo cintura, mis piernas están delgadas, mis pechos no son grandes, mis glúteos no son grandes, tengo papada”(D. P., 2025), “depresión o ansiedad [...] tal vez de tanto querer hacerlo pueden llegar a tener problemas alimenticios...tal vez no les hacen sentir seguras de sí mismas y literalmente quieren cambiar su cuerpo...y llegar a ser como ellas.” (V. J., 2025), “[...] en la hora de almuerzo, sus papás les traían comida deliciosa y ellas no comían. Y tú le preguntabas por qué. Y ellas solo decían, no tengo hambre [...] y viendo el contenido [...] siempre miraban videos de chicas que tenían la vida perfecta.” (M. Z., 2025).

Los testimonios revelan que las adolescentes han interiorizado una función de autovigilancia constante sobre sus propios cuerpos. Las participantes reportaron ejercer un control preventivo sobre su apariencia, anticipando el juicio de otros incluso en ausencia de observadores reales: “Aunque esté sola en mi cuarto me veo al espejo y me critico [...] es como si siempre hubiera alguien viéndome” (M.Z., 2025). “Me juzgo más yo misma que lo que me pueden juzgar los demás [...] yo soy mi peor crítica” (D.P., 2025).

Se identificó que esta autovigilancia opera de manera automática, sin requerir estímulos externos directos. Las entrevistadas describieron que se evalúan

constantemente bajo los mismos criterios observados en redes sociales. Esta interiorización del control genera que las propias adolescentes ejecuten sobre sí mismas las prácticas correctivas identificadas.

Es relevante resaltar que se dan consecuencias emocionales al no llenar las propias expectativas del cómo se deben ver, “en los catálogos de la ropa y todo eso aparecen mujeres delgadas [...] creo que al momento en que ven que no les queda igual, se les baja un poco la autoestima [...] me imagino cualquier cosa que me quiero colocar y al final no me queda como yo quisiera [...] a veces cancelo hasta mis planes porque ya no sé qué ponerme [...] se podría decir que

Desde la perspectiva de la teoría del Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972), las redes sociales no solo informan vuelvo a mi zona de confort”, (D. P., 2025), mostrando la distorsión de la autopercepción y como ello lleva a la dependencia emocional del como una es vista y se integra a los cánones de belleza.

La glorificación del cambio

Está presente la inconformidad con la autoimagen, por ello surge la necesidad de cambiar y buscar referentes, “lo quieren intentar, lo logran y lo van a mostrar” (M. Z., 2025), “Llegas a ver un video y ves que esa chica sí pudo cambiar. Entonces tú te pones la idea de yo también quiero cambiar, yo también quiero llegar a ser así para que ya no pase por lo que estaba pasando” (N. E., 2025), “ellos también han llegado a ver un contenido que les ha motivado a cambiar sus vidas [...] han dicho ¿por qué yo no puedo ser así? y ellos sí se han puesto las pilas [...] y lo han logrado. Entonces, creo que por eso mismo lo quieren presumir, ¿no? [...] cambiar como realmente quieres, te genera una satisfacción enorme” (M. Z., 2025), en este trecho que se refiere a los influencers, se encuentra presente la idea de que el cambio es posible, se encuentra la idealización que al llegar a la meta esperada se tiene gran satisfacción, lo que nos habla de la interiorización de la glorificación del sacrificio y constante esfuerzo.

Discusión

Las redes sociales, pueden comprenderse como dispositivos de poder contemporáneos que responden a nuevas urgencias sociales, como la gestión de la visibilidad, la vigilancia, el control de los cuerpos y la producción de identidad. A través de una combinación de algoritmos, imágenes, discursos y lógicas de consumo,

estas plataformas normalizan ciertos modos de ser, sentir y verse; reproduciendo estándares de belleza, autocontrol y competencia simbólica. Así, las redes sociales no solo median la comunicación, sino que funcionan como mecanismos de control, regulación y sometimiento de los cuerpos y subjetividades, donde se refuerzan jerarquías, se sexualizan cuerpos y se reproducen formas de violencia simbólica, naturalizadas bajo la apariencia de libertad o autoexpresión.

Como se había mencionado anteriormente en la lógica foucaultiana, cuando hablamos del poder-cuerpo, el cuerpo es un lugar estratégico en la inscripción de normas sociales; en las plataformas como TikTok las técnicas disciplinarias se basan en regulación de la belleza y la presentación de la propia imagen, es así que el cuerpo femenino es evaluado, comentado y clasificado. Los algoritmos amplifican ciertos tipos de imágenes y contenidos, reforzando cánones estéticos y comportamientos que se asocian la aceptación social.

Al mencionar el saber-poder, resaltamos que en las plataformas digitales se producen subjetividades, orientando y moldeando a las usuarias, logrando legitimizar el racismo, el clasismo y a su vez el consumismo; a través de la formulación de verdades a cerca del cuerpo, la belleza y la aceptación social.

Es así que entra en una la lógica panóptica, siendo así en TikTok encontramos la exposición constante a la mirada, y la retroalimentación inmediata, a través de likes, comentarios, a su vez que se refuerzan ideales de belleza física, lo que lleva a la autorregulación de la imagen y el cuerpo; es debido a la configuración de las plataformas digitales, que definen las normas sociales que parecen ser manejadas y propuestas por los consumidores, pero que más bien están ligadas a estructuras de poder. Por ello nos podemos apoyar en Bourdieu (1999) que nos hablará de esta regulación de la imagen y el cuerpo que no son percibidos como una imposición externa, sino como la elección libre de las usuarias, cuando en realidad es el resultado de un proceso de interiorización de estereotipos basados en expectativas sociales; es así que las adolescentes no solo se exponen voluntariamente a la mirada de otros, sino que adaptan su cuerpo, ya sea mediante poses, filtros, rutinas estrictas de ejercicio, dietas, el uso de maquillaje, o el uso de ropa específica, todo ello para ajustarse a los ideales impuestos en las plataformas digitales. Esta forma de violencia se refuerza mediante la constante exposición a contenidos que validan ciertos cuerpos, actitudes y estilos de vida, mientras invisibilizan o desvalorizan otros. Las adolescentes, al buscar aprobación y visibilidad, tienden a reproducir activamente los mismos patrones que las condicionan, perpetuando así la violencia simbólica sin reconocerla

como tal, esta violencia no sólo reproduce las desigualdades, sino que las amplifica y normaliza, a través de mecanismos de control simbólico y disciplinario que actúan sobre la subjetividad y el propio cuerpo.

También se encontró que la violencia simbólica se ha normalizado sistemáticamente a través de patrones diferenciados de recepción según la corporalidad de las creadoras de contenido, una forma de dominación sutil que opera al ser interiorizada por quienes la padecen y aceptada como legítima por quienes la ejercen, reproduciendo jerarquías estéticas sin necesidad de coerción explícita.

En la adolescencia, la violencia simbólica adquiere particular intensidad debido a que este periodo vital se caracteriza por la construcción activa de la identidad y la alta sensibilidad a la validación social. Durante esta etapa, los y las adolescentes están definiendo quiénes son en relación con otros, lo que los hace especialmente vulnerables a discursos normativos sobre el cuerpo, la apariencia y los comportamientos aceptables. La necesidad de pertenencia grupal y reconocimiento social propia de esta fase del desarrollo hace que los estándares hegemónicos se interioricen con mayor profundidad, moldeando no solo comportamientos externos sino la propia autopercepción y autoestima (Ramírez Grajeda y Anzaldúa Arce, 2014).

En el contexto digital, la violencia simbólica individual se expresa en la autocritica y modificación corporal; la colectiva se manifiesta en la validación diferenciada entre pares según corporalidades; y en la adolescencia se potencia por la centralidad de las redes sociales en los procesos de socialización e identidad juvenil contemporáneos.

Las redes sociales no operan como un espacio más de socialización, sino como el escenario principal donde se negocia la identidad adolescente contemporánea, amplificando exponencialmente los efectos de la violencia simbólica al hacer públicas, permanentes y cuantificables (mediante likes y comentarios) las evaluaciones sobre el cuerpo y la apariencia que en generaciones anteriores se limitaban a círculos sociales restringidos.

Desde una perspectiva comunicacional, es importante destacar que la violencia simbólica no solo se transmite en el contenido de los videos, sino también en las dinámicas de interacción que se generan alrededor de ellos. Los comentarios, los “me gusta” y las compartidas funcionan como mecanismos de retroalimentación

que refuerzan ciertos discursos y silencian otros, congráficondo un espacio donde la comunicación digital no es un intercambio horizontal, sino un proceso atravesado por jerarquías simbólicas. Así, la interacción cotidiana en redes se convierte en un canal de reproducción de estereotipos y desigualdades, donde la valoración de un cuerpo o un estilo no depende únicamente del mensaje emitido, sino del consenso colectivo que los algoritmos amplifican.

sobre qué pensar, sino que determinan qué cuestiones deben considerarse relevantes en la vida cotidiana. Los algoritmos de TikTok, al privilegiar contenido relacionado con transformaciones corporales y “mejoras” estéticas, establecen una jerarquía temática donde la apariencia física ocupa un lugar central en las preocupaciones de las usuarias. Esta dinámica se refuerza mediante el mecanismo de segundo nivel de la agenda setting, donde no solo se define la importancia del tema, sino también los atributos específicos que deben asociarse a él: disciplina, constancia, sacrificio y resultados visibles.

Los creadores de contenido actúan como gatekeepers digitales, seleccionando y priorizando narrativas que presentan la insatisfacción corporal como un estado natural y la búsqueda de la “perfección” estética como una responsabilidad individual ineludible. Esta construcción discursiva transforma un fenómeno complejo, influenciado por factores socioculturales, económicos y psicológicos, en un problema aparentemente simple que requiere soluciones individuales y visibles.

El discurso del cuerpo delgado como la aspiración estética y moral opera en múltiples dimensiones simultáneamente. Primero, define el problema: el “antes” es enmarcado como una falla personal, una versión inferior del yo que debe ser superada. Segundo, identifica las causas: la falta de disciplina, voluntad o conocimiento sobre “hábitos saludables”. Tercero, evalúa moralmente: construye una evaluación positiva del “después”, exaltando la delgadez y la belleza hegemónica occidental como símbolo de superación, autocontrol y recompensa merecida. Finalmente, recomienda soluciones: rutinas de ejercicio específicas, restricciones alimentarias y productos que prometen facilitar la transformación corporal y facial. Esto se lo puede ver desde la teoría del framing de Goffman (1974) y su desarrollo posterior por Entman (1993).

Desde la teoría del cultivo de Gerbner (1976), la repetición constante de imágenes de “belleza verdadera” que se presenta como una combinación específica de rasgos físicos, en el ecosistema digital establece una “norma estética cultivada”

que funciona como parámetro universal de lo deseable y lo aceptable. Los usuarios frecuentes de TikTok, especialmente adolescentes y jóvenes adultos, desarrollan una percepción distorsionada de la realidad corporal, donde la diversidad natural de los cuerpos humanos es percibida como anormalidad o deficiencia. Este proceso de “aculturación digital” se intensifica por el carácter algorítmico de la plataforma, que crea cámaras de eco donde los mismos estándares estéticos se reproducen exponencialmente.

Los resultados del presente estudio pueden ser contrastados con distintas investigaciones que hablan de como las redes sociales constituyen espacios donde se reproducen formas sutiles de violencia simbólica hacia las mujeres adolescentes, mediante la imposición de ideales estéticos y patrones de conducta que actúan como mecanismos de control subjetivo. García y López (2021) muestran que las adolescentes tienden a interiorizar los estándares corporales dominantes en plataformas como Instagram, lo que deriva en autoevaluaciones negativas y en una constante búsqueda de aprobación a través de la imagen. En la misma línea, Pereira y Soares (2020) evidencian que la presión estética digital afecta directamente la autoestima y la percepción corporal, configurando modos de autocontrol que se sustentan en la lógica del deseo y del rendimiento. Estos hallazgos se relacionan con lo planteado por Sibilia (2008), quien advierte que la exposición del yo en el espacio digital se convierte en una forma de sujeción, donde la visibilidad equivale a existencia y la validación externa pasa a ser un principio organizador del yo. Así, los discursos que circulan en las redes sociales no solo imponen normas estéticas, sino que producen sujetos que se autogestionan según criterios de visibilidad, éxito y adecuación corporal, en una dinámica panóptica de vigilancia simbólica que reproduce las jerarquías de género y los modos contemporáneos del poder.

Conclusiones

El estudio permitió constatar que las redes, especialmente TikTok, se han convertido en un referente para las adolescentes en la construcción de su identidad. Los contenidos que circulan en estas plataformas no se limitan a entretener, sino que orientan decisiones sobre vestimenta, rutinas, dietas y formas de presentación. Los hallazgos muestran que las jóvenes acuden a plataformas digitales como fuente de inspiración personal, pero también, terminan reproduciendo patrones impuestos que responden a estéticas predeterminadas. Entonces, las plataformas digitales funcionan como marcos de referencia permanentes que modelan subjetividades y naturalizan estándares de belleza.

Asimismo, se evidenció que los cuerpos hegemónicos se presentan sistemáticamente como lo deseable y válido. La constante glorificación del cuerpo delgado, acompañado de estilos de ropa ajustados y estéticas asociadas a feminidades específicas, produce un modelo único de corporalidad aceptable. Esta dinámica responde a la lógica de los dispositivos de poder y a las teorías comunicacionales rescatadas: la visibilidad selectiva de ciertos cuerpos y la exclusión de otros refuerzan jerarquías simbólicas bajo la apariencia de libertad. En las plataformas, los algoritmos actúan priorizando determinados contenidos, construyendo un entorno donde el valor personal parece medirse por la adecuación a estos parámetros estéticos. De esta manera, las adolescentes internalizan la idea de que la aceptación social depende del control constante de su imagen, en un proceso en el que el poder no se ejerce de manera directa, sino mediante la autovigilancia y la comparación permanente.

Las consecuencias son significativas. Se identificaron sentimientos de insatisfacción corporal, acompañados de comportamientos autodestructivos como dietas extremas, rechazo de la propia apariencia y presión por modificar el cuerpo. La exposición continua a estos discursos refuerza la violencia simbólica al transformar la autoimagen en un campo de lucha cotidiana. Las adolescentes no solo adoptan los estereotipos en redes, sino que los reproducen en sus interacciones, perpetuando dinámicas destructivas. Por último, este estudio evidencia que las plataformas digitales no son espacios neutros de socialización, sino escenarios donde se producen identidades subordinadas y se consolidan formas de dominación simbólica que condicionan la manera en que las jóvenes se ven, se valoran y se proyectan en la sociedad.

Es necesario promover la reflexión sobre cómo se construyen las “verdades” corporales en redes sociales, fomentando el cuestionamiento de los estándares hegemónicos y la valoración de la diversidad corporal. Las instituciones educativas, las familias y los espacios comunitarios tienen la responsabilidad de acompañar estos procesos, generando diálogos que desnaturalicen la violencia simbólica y fortalezcan la capacidad crítica de las jóvenes frente a los contenidos que consumen. Solo desde una comprensión colectiva de estas dinámicas será posible construir alternativas que desafíen la reproducción de desigualdades y protejan la salud emocional e identitaria de las adolescentes.

Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1999). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión* (A. G. Posse, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad I: La voluntad de saber* (U. Guíñazú, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (1990). El sujeto y el poder. En Dreyfus, H. & Rabinow, P. (Comps.), *Michel*
- Foucault, M. (s.f.). *Vigilar y castigar*. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>
- García, L., & López, A. (2021). Representaciones del cuerpo femenino adolescente en Instagram: discursos visuales y autopercepción. *Revista de Comunicación y Género*
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Martínez-Fresneda Osorio, H., & Sánchez Rodríguez, G. (2022). La influencia de Twitter en la agenda setting de los medios de comunicación. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*. Recuperado de: <https://doi.org/10.35742/rcci.2022.27.e136>

- Pereira, C., & Soares, D. (2020). Redes sociales, cuerpo y autoestima en adolescentes brasileñas. *Revista Latinoamericana de Estudios de Juventud*.
- Ramírez Grajeda, B. y Anzaldúa Arce, R. E. (2014). Subjetividad y socialización en la era digital. *Argumentos (México, D.F.)*, 27(76), 171-189. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952014000300009
- Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires, *Argentina: Fondo de Cultura Económica*.