

**LA ACCIÓN SOCIAL. REVISTA DE POLÍTICA SOCIAL Y SERVICIOS  
SOCIALES. ISSN 2341-4529**

---

*Número VI/1. Agosto 2021 [págs. 1-24]*

*Revista coeditada por el IPS. Instituto de Política social y SocialMurcia.*



Acción Social

**La presión social que reciben las mujeres en  
diferentes ámbitos y contextos mediante  
plataformas virtuales.**

**Anabel López Juárez**  
*Universidad de Murcia (España)*

**Resumen.** Este documento pretende recoger información relevante sobre la presión social que reciben las mujeres mediante las redes sociales, debido a la importancia y a la elevada cobertura de este fenómeno, que aumenta cada vez más. En primer lugar, nos centramos en conocer los estereotipos ligados al género femenino, debido a la significativa desigualdad que suponen y lo integrados que están en nuestro día a día. En segundo lugar, indagaremos sobre los diferentes tipos de presión social que puede sufrir la mujer en nuestra sociedad, como por ejemplo en el ámbito de la moda, de la talla, de la imagen, en relación con los trastornos alimenticios, en el ámbito relacionado con la maternidad y mediante anuncios publicitarios que encontramos en los medios de comunicación.

**Abstract.** This document gets relevant information about the social pressure that women receive at social media, due to the importance and the profound coverage of this phenomenon, which increases each time more and more. In the first place we focus on learning about the stereotypes related to female gender, due to the significant inequality that supposes and the integrated that are in our day- to – day life. In the second place, we are going to investigate about the different types of social pressure that women suffer in our society, as for example in the field of fashion, the size , of the

appearance, in relation to eating disorders, in the field related to the maternity by advertisement we find at media.

**Palabras clave.** Ciberacoso, Tics, presión social, estereotipos.

**Keywords.** Cyber bullying, ICTs, social pressure, stereotypes.

SUMARIO. Introducción. 1. Ciberbullying. 2. Presión social hacia el género femenino: 2.1. Estereotipos ligados al género femenino; 2.2. Mujeres y moda; 2.3. Mujeres y talla; 2.4. Mujeres, imagen y anuncios publicitarios; 2.5. Mujeres y trastornos alimenticios; 2.6. Mujeres y maternidad. 3. Conclusiones. 4. Bibliografía.

## **Introducción**

Es necesario indagar sobre la presión social que reciben las mujeres en las redes sociales debido a los numerosos casos que se producen, aumentando así el porcentaje de personas afectadas. En la actualidad, este fenómeno es muy frecuente ya que el uso de las nuevas tecnologías ha incrementado notablemente en los últimos años.

Como sabemos, en la sociedad se inculcan estereotipos y prejuicios a nivel global, independientemente del género. La diferencia de estos estereotipos y prejuicios se observa en la atribución de aspectos positivos a los hombres y aspectos negativos a la mujer, debido a la conceptualización de ésta como el género débil y vulnerable, colaborando así en la potenciación de la desigualdad de género.

A causa del prematuro uso de las Tics de los menores y como consecuencia de inculcar en nuestra sociedad dichos estereotipos, los menores utilizan este medio como canal para realizar acciones contra otros menores, sobre todo, chicas. Ésto ejerce en las víctimas una presión social que les provoca complejos, inseguridad y baja autoestima.

En muchas ocasiones, los comentarios que realizamos en las redes tienen una elevada repercusión, pues la necesidad de aceptación que experimentan algunas personas es tan prominente que intentan cambiar aquellos aspectos criticados por sus seguidores, buscando así la aprobación de estos (Fernández Riquelme, 2018).

### **1. Ciberbullying**

Debido al avance de nuestra sociedad y al notable incremento del uso de las nuevas tecnologías, han aparecido con ellas nuevos tipos de violencia y acoso, a lo que llamamos actualmente, ciberbullying o ciberacoso.

Este uso intensificado de las nuevas tecnologías ha dado lugar al uso de redes sociales cada vez en edades más tempranas, siendo estas una fuente o un canal donde se producen las agresiones o violencia virtual (ciberbullying).

En base a los datos estadísticos recuperados del INE, podemos afirmar que en el año 2020 ha aumentado del mismo modo el uso de las redes sociales, ya que el 64.7% de la población con edades comprendidas entre 16 y 74 años ha participado en los últimos tres meses en redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter o YouTube. La población más participativa en estas aplicaciones son estudiantes y los jóvenes de 16 a 24 años con un porcentaje representativo del 93,0%. Además, si volvemos a hacer una distinción por sexo, es preciso señalar que el 66,4% que utilizan estas redes sociales son mujeres, cuyo porcentaje que supera al de los hombres.

Por consiguiente, las nuevas tecnologías son utilizadas de manera prácticamente universal dentro de nuestra sociedad, aunque la mayoría de los jóvenes no saben utilizarlas de una manera adecuada y sana para su desarrollo. Debemos tener en cuenta que las Tics nos han proporcionado muchos beneficios, pero son una herramienta que se debe saber utilizar de forma correcta, ya que puede derivar u ocasionar diversos problemas. Por ejemplo, uno de los problemas más comunes del inadecuado uso de la tecnología es el aislamiento social que puede ocasionar. En muchos casos, las personas nos involucramos demasiado en las redes sociales y en las personas que tenemos detrás de la pantalla olvidando por completo a las personas físicas que nos rodean, siendo más importante compartir una foto bonita que disfrutar del momento con tu amiga, madre, padre, abuelo, etc.

El uso de las redes sociales debe tenerse controlado en todo momento, y las personas que las usamos debemos ser conscientes de lo peligroso que puede ser su mal uso, de lo contrario, estaremos ofreciendo a cualquier persona anónima todo tipo de información relevante sobre nosotros, como por ejemplo nuestra ubicación, nuestros gustos... Corriendo así el riesgo de que esa información llegue a personas equivocadas que la utilicen para contra nosotros mismos.

Smith et al. (2008: 376) define el ciberbullying como “un acto agresivo e intencional llevado a cabo por un grupo o individuo, usando formas electrónicas de contacto, repetidamente o a lo largo del tiempo sobre una víctima que no puede defenderse fácilmente por sí misma”.

Otro de los autores que define el concepto de ciberacoso o ciberbullying es José Manuel Ferro Veiga, que lo describe en su libro “Acoso escolar a través de las nuevas tecnologías” como “el empleo de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones para incordiar, intimidar, rechazar o agredir de manera intencionada a otra persona o a un grupo de personas. No solo puede aparecer entre alumnos y compañeros del mismo centro sino que también puede ir más allá” (Ferro, 2013).

Siguiendo con el concepto de ciberacoso, cabe señalar que esta problemática puede variar según los siguientes tipos:

- 1- Fraping. Consiste en que el agresor se adueña de nuestras redes sociales, suplantando nuestra identidad y publicando contenido íntimo e inapropiado.
- 2- Cyberstalking o ciberacecho. Es uno de los tipos más comunes y consiste en que el victimario controla todos los movimientos que realiza la víctima en sus redes sociales, provocando en ella un sentimiento de extorsión y cohibición.
- 3- Ciberviolencia de género. Hace referencia a todo tipo de ataques que recibe la víctima por el simple hecho de pertenecer a un género. En este caso, el agresor también se aprovecha de los pasos que da la víctima en sus redes para potenciar ese acoso.
- 4- Tipo de ciberacoso por exclusión. Consiste en excluir a una persona de los grupos de WhatsApp, de las videollamadas o quedadas virtuales que se produzcan. Además, este tipo también ocurre en el ámbito laboral con las personas adultas, cuando crean grupos y se excluye a uno de los compañeros de trabajo.
- 5- Ciberacoso por notificaciones. El victimario en este caso, se dedica a insertar en diversas plataformas los datos personales de la víctima, como son el número de teléfono, el correo electrónico... De este modo, las plataformas le envían notificaciones con la información de los servicios que ofertan, los productos que venden, etc.
- 6- Sextorsión. Consiste en chantajear a la víctima exigiendo cierta cantidad de dinero para evitar que se revele información íntima suya como, por ejemplo, contenido sexual ya sean fotos, vídeos o mensajes de texto.
- 7- Grooming. Este tipo de ciberacoso se basa en el contacto entre un adulto y un/a menor con una finalidad peligrosa, debido a que abarca desde mantener conversaciones relacionadas con el sexo y conseguir contenido íntimo hasta tener un encuentro sexual. Normalmente, este adulto suplanta la identidad de un menor y poco a poco va aumentando la confianza del menor en él y desvinculándolo de su entorno como por ejemplo, familia, amigos...
- 8- Sexting. Consiste en la recepción o transmisión de imágenes o vídeos que conllevan un contenido sexual a través de las redes sociales, ya sea con o sin autorización de quien los coloca en el medio. La difusión de tales vídeos o

imágenes es instantánea, con consecuencias prácticamente siempre deletéreas para las personas involucradas. (Mejía, 2014)

## **2. Presión social hacia el género femenino**

La presión social que reciben las mujeres es muy elevada y sobre todo está relacionada con los cánones de belleza definidos en la sociedad. En muchas ocasiones, las mujeres son gravemente criticadas por la apariencia física, por la forma de vestir o por infravalorar sus capacidades por el simple hecho de ser mujer. El incremento del uso de las nuevas tecnologías ha traído consigo un nuevo medio donde ejercer dicha presión social, ya que es por las redes sociales donde los menores realizan ciberacoso a las menores, plasmando los estereotipos y los prejuicios inculcados por las generaciones ascendientes.

Los prejuicios también están estrechamente relacionados con la presión social, debido a que son otro método de ejercerla. Este concepto consiste en un pensamiento o una opinión negativa que se asocia a las personas por ser pertenecientes a un determinado grupo como por ejemplo, por su cultura, por la religión, por la clase social, por su orientación sexual, etc. Los prejuicios tampoco tienen un motivo, sino es algo que se realiza de forma inconsciente o consciente según en algunos casos debido a los estigmas dictaminados por la sociedad hacia ciertos colectivos. Nuestra mente, de manera involuntaria, necesita establecer categorías para facilitar razonamientos; por ello, se utilizan las categorías que dan lugar a ciertos prejuicios.

La presión social hacia las mujeres se produce en diferentes contextos, canales y formas. Existen diversos tipos de presión según esté relacionada con ciertos temas o ámbitos. A lo largo de este documento expondremos algunos de los ejemplos obtenidos tras realizar un estudio exploratorio sobre el tema.

Cabe destacar este fragmento que se encuentra en la novela de Augusto Cury titulada “La dictadura de la belleza y la revolución”

*“...Las sociedades modernas se han convertido en fábricas de personas enfermas (...). Maniqués que dictan la moda y sirven de patrón de belleza para más de dos millones de mujeres. El culto al cuerpo excesivamente delgado difundo por los medios de comunicación está generando una psicosis social colectiva que asesina la autoestima y la imagen...”*

Este fragmento representa uno de los problemas más comunes y significativos que está presente en la sociedad hoy en día. Al género femenino se le exigen ciertos

baremos de belleza, así como ciertas características que debe cumplir y alcanzar para ser aceptada socialmente.

### **2.1. Estereotipos ligados al género femenino.**

Según Lagarde (1998), los estereotipos de género, constituyen la base sobre la que los sujetos articulan la propia existencia partiendo de códigos y categorías de identidad asignados por la cultura.

Simón (2005) afirma que las niñas adolescentes plantean su futuro unido a su belleza y simpatía por lo que se decantan por estudios dirigidos al trabajo con personas, por ejemplo, carreras como enfermería, trabajo social... En cambio, los chicos asocian su futuro a características como fuerza, ingeniosidad, inteligencia y deportividad.

En las redes sociales podemos ver como es el género femenino el que es duramente criticado. En este caso, podemos poner el ejemplo de una foto caracterizada por la desnudez. En primer lugar, la mujer debe tener un cuerpo ideal, con el vientre plano y sin ninguna imperfección en la piel. Con todo ello, recibirá comentarios como “siempre tienes que enseñar”, “qué necesidad había de hacerse la foto desnuda”, “se nota el Photoshop”, “que delgada estás”, “saco de huesos”... En cambio, cuando es un hombre quien sube la foto con las mismas características, en ocasiones se le exige un cuerpo musculoso, pero no con la misma intensidad que a las chicas. Los comentarios que recibe el hombre son “que chulo eres”, “máquina”, “cuerpazo”...

El ejemplo anterior lo podemos observar en las publicaciones por la plataforma de Instagram de Cristina Pedroche, Paco León o Sergio Ramos. Tras la gran nevada producida por la Borrasca Filomena el pasado 7 de enero en Madrid, muchos famosos se atrevieron a hacerse una foto desnuda o en ropa interior en la nieve. A causa del gran revuelo de las fotos y de la diferencia de comentarios que recibieron los famosos en sus post, muchos periódicos mencionaron lo ocurrido en las redes sociales.

Los estereotipos están presentes en nuestro día a día de manera tan integrada que en ocasiones no somos conscientes de que los estamos aplicando o de la desigualdad que se está produciendo. El género femenino es el más afectado ya que siempre recibe los comentarios u opiniones más descalificativas.

Hoy en día, se está dando mayor visibilidad a estas diferencias de género y en numerosas ocasiones cuando se produce esta desigualdad a nivel público se origina un revuelo y una difusión del fenómeno para que llegue a más personas. La finalidad de difundir estas problemáticas es que las personas obtengan mayor conciencia de ello,

evitando y eliminando de su personalidad o vocabulario ciertas palabras o expresiones que incitan a la desigualdad de género.

## **2.2. Mujeres y moda**

El ámbito de la moda es uno de los más cercanos debido a que, independientemente del género, los jóvenes se interesan por las modas a medida que van creciendo. La diferencia entre ambos sexos es que los hombres, a partir de la adolescencia, empiezan a preocuparse por su físico y a interesarse por los diferentes estilos de prendas que estén vigentes en ese momento. En cambio, las mujeres empiezan desde bien pequeñas a cuidarse, a utilizar cremas con diferentes finalidades y a realizar ciertas acciones directamente relacionadas con el aspecto físico.

Además, en referencia por ejemplo, a los ángeles de Victoria's Secret, que se tratan de chicas que cumplen con el prototipo de cuerpo ideal integrado en la sociedad, cuando una menor adolescente ve este tipo de modelos tiende a compararse con ellas y a buscar “defectos” en su propio cuerpo que poco a poco se van convirtiendo en complejos de elevada importancia para ellas.

Por otro lado, también debemos mencionar en este ámbito la tipología de prendas de ropa. En ocasiones, cuando se ha producido una agresión sexual hacia una mujer, se tiene en cuenta la ropa que llevaba la chica como si fueran las prendas o la propia mujer la que había provocado que se produjera dicha acción. Las mujeres estamos siempre en el punto de mira en cuanto a las críticas, y somos gravemente juzgadas según cómo vestimos. Se nos exige que sigamos unos pasos olvidando nuestros gustos y anteponiendo a estos la aceptación de los demás.

Las críticas hacia las mujeres son tan abundantes que incluso hay artículos de periódicos en los que se dan consejos para vestir y que nadie te juzgue, como por ejemplo el periódico “El Confidencial”, en la sección de “Alma, Corazón y Vida” publicaron un artículo titulado “Así es como tienes que vestir si eres mujer y nadie se meterá contigo”. En este artículo, se menciona la presión social que sufren las mujeres para decidir su ropa.

Podemos destacar un párrafo donde la autora representa de manera muy clarificada lo que día a día vivimos las mujeres:

“Si me pongo una falda demasiado corta, muchos pensarán que no me valoro, o que quiero que me piropeen los desconocidos. Si voy sobria y elegante, más de uno dirá que soy demasiado ambiciosa o estirada. Si voy colorida y alegre, no me tomarán en serio: el poder lleva traje y corbata. Si

me gusta arreglarme, doy imagen de coqueta y trepa, pero si no doy importancia a la estética creen que soy una dejada y no me integro.”

(Márquez, 2016)

Otro de los datos más curiosos es que, en ocasiones, somos las propias mujeres las que realizamos esas críticas a otras mujeres. Como afirma la autora del artículo, juzgan tanto los hombres machistas como algunas feministas. Esto se produce debido a la tendencia que tenemos las mujeres a comprarnos unas con otras y cuando se trata de personas anónimas se realizan críticas para alejar a esa chica del cuerpo y moda “ideales”, sintiéndonos mejor con nuestra forma de vestir. Sin embargo, esto no ocurre cuando se trata de modelos o personas conocidas, sino que a estas se les idolatra y sirven de precedente para realizar cambios en nuestro estilo de ropa.

Esta problemática también la podemos encontrar en redes sociales cuando una chica sube a su perfil de cualquier plataforma virtual una foto con un escote pronunciado, una falda corta o con un bikini con la parte de debajo de forma de tanga. Las chicas que suben esas fotos reciben multitud de críticas por su forma de vestir y se le asocia cualidades que no deben ser definidas por la cantidad ni el estilo de ropa que lleven. Estas críticas provocan que algunas de las mujeres repriman sus gustos para vestir y busquen otro estilo, aunque no se sientan representadas con él. A todo ello, se le suma el deterioro de la autoestima y la inseguridad.

Cada vez son más las chicas que se atreven a dar el paso de vestir como mejor se sienten ignorando las críticas de los demás. Se ha producido un avance respecto a este tema, pero aún es necesario seguir haciendo hincapié en esto para dar lugar a la eliminación de lo mencionado anteriormente. Es necesaria una sociedad libre, donde la ropa no condicione ni se relacione con características personales de las personas. Debemos aprender a desvincular los prejuicios de las prendas de ropa ya que una persona merece ser conocida por cualidades interiores y de su personalidad en cuanto a valores y conocimiento.

### **2.3. Mujeres y talla**

El problema que sufre nuestra sociedad respecto a la presión social que reciben las mujeres en su día a día, tanto por redes sociales como a nivel presencial, está estrechamente relacionado con las tallas que usan. Una de las características más criticadas de la mujer son sus medidas. La sociedad lleva tan inculcadas las medidas de noventa-sesenta-noventa, que constituyen a la mujer perfecta, que las chicas que no

cumplen esas medidas o se alejan del cuerpo ideal establecido llegan a sufrir una notable presión.

Por un lado, hacer referencia de que las medidas mencionadas anteriormente representan el cuerpo perfecto de la mujer según los expertos en belleza femenina. El primer noventa señala los centímetros que tiene que medir la zona del busto, el sesenta se refiere a la medida de la cintura y el último noventa es la medida de las caderas. Muchas jóvenes se ven obsesionadas con estas medidas, llegándose a provocar graves problemas de salud de los cuales hablaremos más adelante. Una de las series televisivas, que dio visibilidad a esta presión y obsesión por las medidas, es “90-60-90 Diario secreto de una adolescente” donde se cuenta la historia de dos amigas que su sueño era ser modelo.

En redes sociales se puede observar como las llamadas ahora “influencers” son chicas que la mayoría tienen el mismo modelo de cuerpo, el cual es delgado, vientre plano, piernas largas... Por ello, las redes suponen un arma de doble filo, ya que estas chicas proporcionan una vida saludable junto con un cuerpo aceptado socialmente, hecho que puede considerarse positivo dado que debemos cuidar nuestro cuerpo y nuestra salud. El problema viene cuando una chica más corpulenta o más delgada se rodea de toda esa información y, además, es criticada por su barriga, muslos o cualquier otra parte del cuerpo. A las mujeres nos inculcan el valor de un buen físico y que nuestro éxito en cierto modo y en algunos ámbitos está relacionado con él.

Por otro lado, es necesario señalar que las preocupaciones por el físico comienzan a edades tempranas podemos hacer esta afirmación apoyándonos al estudio realizado por Hill y Robinson en 1991 con 166 niños y 213 niñas. Los resultados de este estudio son que, aunque ambos sexos querían tener un cuerpo más delgado, el 41% de las niñas estaban deseosas por adelgazar mientras que el porcentaje de los niños es de 28%. Con este estudio podemos afirmar que, aunque tenga varios años de antigüedad sigue sucediendo en la sociedad, debido a que la presión sigue estando o incluso ha aumentado.

Cabe destacar que la presión social vinculada a las medidas y a las tallas afecta tanto a chicas que superan las medidas como a chicas que no las alcanzan, ya que ambos casos son duramente criticados. En redes sociales si una chica, que no alcance o que supere las medidas, sube fotos o vídeos con ropa de baño, ya sea bañador o bikini, recibe comentarios despectivos o bien su foto se difunde por grupos de WhatsApp o cualquier otra plataforma virtual para comentar su físico. Por ello, en muchas ocasiones vemos como las chicas juegan con la perspectiva de las fotos para parecer más delgadas,

más altas o cualquier otra cualidad. Esto se produce por la necesidad de ser aceptadas y que guste nuestro cuerpo, aunque eso suponga no mostrarnos como realmente somos.

Nuestra sociedad tiene mucho que aprender ya que debemos eliminar el concepto de “cuerpo ideal” y fomentar la diversidad corporal. Debemos aceptar todas las tipologías de cuerpos ya que lo único verdaderamente importante es que se trate de un cuerpo sano y de una persona feliz, sin preocupaciones ni problemas derivados del número que marque el peso o los centímetros que mida cualquier parte de su cuerpo.

En la actualidad están comenzando movimientos reivindicativos que visibilizan la diversidad corporal. Estos movimientos los podemos ver en algunos medios de comunicación como por ejemplo en el anuncio publicitario de “Zalando” en el cual participan personas con complejos que reciben determinada presión social por que no se encuentran dentro de los baremos de las características necesarias para ser aceptados. Este anuncio se puede ver en la plataforma de “YouTube” con el nombre de “Your values. Here to stay. / Spring 2021/ Zalando” y en televisión. En él participan, por ejemplo, chicas curvy, (término utilizado para hacer referencia a las mujeres con curvas con una talla intermedia).

Estas reivindicaciones también se pueden encontrar en las redes sociales como por ejemplo en “Freeda Es” que se trata de un perfil de Instagram que se encarga de dar visibilidad a todos los colectivos más criticados. En este perfil se recopilan post de personas que sufren algún tipo de discriminación, presión social o rechazo. Podemos mencionar varias publicaciones relacionadas con las medidas en cuanto a centímetros, cuerpo o peso. Algunas de ellas son:

### **Testimonio 1**

"Nunca jamás tengas un 'objetivo de cuerpo'. Entiendo que queremos ver progreso y el objetivo final de cómo queremos ser, pero tener un tipo de cuerpo concreto como objetivo es extremadamente dañino para tu salud mental.

Podemos querer estar más saludables, eso está completamente bien, pero no es necesario que lo hagas para verte de cierta manera o para cambiar tu cuerpo de alguna forma. Si eliges el cuerpo de alguien y lo etiquetas como tú 'objetivo de cuerpo', te lo estás poniendo instantáneamente más difícil para verte a ti como tú 'objetivo de cuerpo'. No puedes tener el cuerpo de otra persona, no importa cuánto entrenes o lo mucho que intentes comer de manera diferente, nunca conseguirás lo que quieres si estas son las razones por las que lo haces.

Nunca sabes la relación que tiene otra persona con la comida para poder etiquetarla como tu meta. Puede que lo parezcan, pero también puede que tengan una relación difícil con su amor propio. ¡No necesitas comparar tu cuerpo con el de otra persona! Necesitas encontrar la felicidad dentro de tu propio cuerpo y no desear uno nuevo" (Ellie Sweet, 2021).

### **Testimonio 2**

"Cuando por fin te das cuenta que ni tu peso ni tu talla determinan tu valor." (Smith, 2021)

"En los medios tradicionales y las redes sociales, con demasiada frecuencia, sólo vemos ciertos tipos de cuerpos, aquellos que reflejan los estándares de belleza. De esta forma se corre el riesgo de olvidar que todas somos diferentes y nuestro cuerpo cuenta nuestra historia muy personal: da igual cómo seamos o cómo nos vean, siempre merecemos estar representadas." (Freeda, 2021).

Gracias a testimonios como estos, muchas personas que se encuentran en un momento difícil debido a críticas recibidas por su físico son capaces de dar un paso adelante y aceptar su cuerpo tal y como es. Por ello, la cuenta de "Freeda\_es" es muy conocida con 1.222.638 seguidores, lo cual supone una importante visibilidad a su contenido. Además de los seguidores, es una de las cuentas que más se difunde gracias a la cantidad de usuarios de Instagram que comparten su contenido mediante mensajes privados, repost o stories.

Del mismo modo, la influencer "Dulceida" el 21 de febrero de 2018 publicó en su perfil de Instagram y de YouTube un vídeo titulado "Respeto" donde participaron un conjunto de mujeres en ropa interior con la finalidad de reivindicar y dar visibilidad a toda la tipología de cuerpos. Aida explica el objetivo principal del vídeo con estas palabras.

"He juntado a mujeres bonitas y diferentes; amigas y desconocidas para que juntas, nosotras y vosotras nos queramos cada día un poco más. Para que dejemos de juzgar los cuerpos de otras mujeres y sobre todo, por si queda alguna duda, para demostrar ese brillo que todas tenemos. Seas como seas, midas lo que midas, peses lo que peses eres preciosa (...) Querámonos un poco más, respetémonos mucho más." (Domenech, 2018).

Además, las participantes hacen frente a estas tres preguntas; "Qué han dicho otras mujeres de ti?, ¿Cuál es tu mayor complejo? y ¿Qué es lo que más te gusta de ti?. Cuyas respuestas son realmente curiosas debido a la cantidad de críticas que han

recibido. También dan visibilidad a los complejos, e intentan demostrar que pese a la tipología de cuerpo que tengas siempre existe alguna parte de él que no te gusta demasiado, o te gustaría que fuera de otra forma.

Por último, mencionar que en el cine, tanto series como películas, también ha tratado de reivindicar este tema tan complejo, como por ejemplo las películas “Dando la nota” y Dando la nota 2”. Son películas donde se encuentran a un grupo de mujeres caracterizado por la diversidad corporal que comparten un mismo interés, cantar a capela.

En definitiva, se trata de un tema muy frecuente y de gran cobertura, por ello debemos apoyar todas las campañas reivindicativas que hacen visible la problemática existente e intentan ponerle fin. Es necesario evolucionar, aceptar y respetar para poder convivir en sociedad de manera pacífica e integrada, encontrando los beneficios de la diversidad y disfrutando de ella.

#### **2.4. Mujeres, imagen y anuncios publicitarios**

Como hemos mencionado anteriormente, las mujeres experimentan cierta presión en cuanto a su físico ya que se entiende como el género que debe representar la belleza y cuidar de manera constante su apariencia. Por ello, nos ha parecido esencial incluir en este trabajo un tema como este.

La imagen es un tema muy ligado a las mujeres y son duramente juzgadas cuando en su cuerpo se observa estrías y celulitis. En primer lugar, aclarar que son cicatrices que los cambios dejan en la piel, tanto en hombres como en mujeres. El problema es que solo se juzga el cuerpo femenino porque es al que verdaderamente se le exige dicha perfección. En ocasiones, las chicas cuando se hacen alguna foto o vídeo donde se le ven estas “imperfecciones” recurren al Photoshop para modificarlas y ocultarlas. Hoy en día, existen muchas chicas que aceptan la aparición de este tipo de características en su cuerpo y se sienten capacitadas y empoderadas como para publicarlo sin necesidad de un retoque, dado que las críticas relacionadas con ello no les afectan.

Cabe hacer referencia a la marca de ropa “ASOS” que en 2019 dejó de retocar las fotos de sus modelos, por lo que las prendas se lucen con estrías, pecas, celulitis, entre otros complejos. Es primordial este paso, ya que las modelos se ven como mujeres perfectas que se alejan de la realidad. Además, dando visibilidad a estas características corporales se siente a la marca mucho más cercana y original ya que muestra la

realidad evitando así comentarios como “es que ella no tiene estrías, en mi cuerpo con estrías quedaría peor”...

Otro de los aspectos que se han incrementado en los últimos años son las operaciones estéticas. Este tipo de cirugía ha aumentado aún más con el confinamiento producido por la pandemia mundial de Covid-19, el exceso de tiempo en casa provocó en la población que se detectara defectos o que se obsesionase con algún aspecto físico. Aunque esta cirugía se da en ambos sexos, la mayoría de las pacientes son mujeres. Esto también puede verse motivado por la presión relacionada con la belleza, pues todas debemos estar perfectas y cambiar aquello que desentone en dicha perfección.

Además, las cirugías estéticas también han aumentado por la aparición de filtros en la plataforma de Instagram. Se trata de filtros que te alisan la cara, te hacen la nariz más estrecha, te marcan los pómulos, te aumentan los labios, te estiran los ojos provocando el conocido “foxy eyes”, en definitiva, te transforman en otra persona. La población se ha vuelto adicta a la utilización de estos filtros y cada vez son menos las personas que se muestran naturales en las redes sociales. Esto provoca un cambio en la autoestima de las personas tras quitarse el filtro, incluyendo también la dependencia hacia ellos debido a que muchas de las personas se niegan a hacer un “storie” si no lleva filtro puesto. Cuando una chica se ve como le quedan los labios más gruesos, siente la necesidad de recurrir al ácido hialurónico para conseguir el resultado del filtro.

Siguiendo con el tema de los retoques estéticos, muchas mujeres se ven empujadas a recurrir al botox para reducir las marcas de expresión, las arrugas o las llamadas patas de gallo. Esto ocurre debido a la imagen de cara perfecta que tienen que dar, provocando en ellas ciertas preocupaciones cuando aparecen este tipo de características por la edad, en este caso. Es curioso porque no está tan integrado el uso de retoques estéticos y las chicas que hacen uso de ellos y hablan con total naturalidad de ello reciben numerosas críticas como “eres de plástico”, “lo que hace el dinero”...

En cambio, en la televisión constantemente vemos anuncios de cremas para reducir las arrugas o para ralentizar su aparición y nadie juzga el uso de esas cremas y por supuesto son mujeres quien las anuncian y por ende las destinatarias. Por ejemplo, marcas como “Freshly Cosmetics”, “OLAY”, “babaria”, entre otras.

También vemos productos como “XL-S MEDICAL” que oferta un complemento para ayudarte a disminuir grasa de tu cuerpo y a reducir tu talla. Producto también publicitado por mujeres y por consiguiente dirigido para ellas.

En el ámbito televisivo encontramos anuncios relacionados con el pelo, haciendo influencia a la importancia de tener un pelo sano, fuerte y brillante por supuesto siendo mujer. Con anuncios como “Pantene”, “Garnier”, “bellavia”...

Un dato curioso, muy relevante para dar veracidad a todo lo expuesto es que si realizamos en el buscador virtual de Google la búsqueda de “retoques estéticos” el primer enlace son fotografías de mujeres famosas que se han realizado una cirugía estética para estar mejor consigo mismas. Lo realmente importante no es que se hayan realizado el retoque, sino que en la página aparecen solo mujeres exceptuando algún hombre que esté en tendencia en ese momento. Este dato representa la presión, la desigualdad y las críticas que sufrimos las mujeres día tras día, tanto en redes sociales como a nivel presencial con nuestro entorno más cercano.

Una vez mencionado todo lo anterior, debemos resaltar las contradicciones que existen en nuestra sociedad. En primer lugar, podemos mejorar nuestro aspecto con cremas y ampollas de todo tipo pero no con retoques estéticos ya que luego también vas a ser juzgada por acudir a ellos. En segundo lugar, si usas filtros de Instagram no te aceptas y si no los usas “que fea estas, maquíllate”. Pero es curioso, con el maquillaje también modificas en cierto modo tu aspecto y puedes cambiar la visión de tus rasgos en función de la utilización de los productos pero no esta tan mal visto como los filtros o los retoques estéticos.

Aclarar que tanto las cremas, como los filtros, como los retoques estéticos, son totalmente respetables y cada persona debe hacer y hacerse lo que le apetezca, consiguiendo así una mejor imagen de sí misma. Es imprescindible entender que las acciones y decisiones que tome una persona, en este caso una mujer, para verse mejor y sentirse mejor consigo misma estarán totalmente bien y son por supuesto respetables. Eso sí, las decisiones tienen que guiarse por sus gustos, preocupaciones o complejos, nunca por opiniones, críticas y presiones que puedan estar ejerciendo hacia ellas.

Y para acabar con esta sección, es primordial mencionar la presión social y el machismo ubicado en los anuncios publicitarios, donde las cremas, ampollas y todos los productos relacionados con el aspecto físico, son chicas tanto las que los promocionan como las destinatarias. Esto provoca que las chicas se sientan “obligadas” de cierto modo a utilizar este tipo de cosméticos para que su piel y su pelo estén a la altura de una sociedad que cosifica e infravalora a las mujeres por su apariencia.

## 2.5. Mujeres y trastornos alimenticios

Sin duda alguna este es el apartado más complicado de este documento debido a las graves consecuencias que origina este tipo de presión social, algunas totalmente irreparables ya que puede acabar en el fallecimiento de la víctima.

En ocasiones cuando realizamos un juicio de valor sobre una persona no somos conscientes de las consecuencias que pueden tener nuestras palabras. Las personas que reciben dichas críticas se pueden encontrar en una etapa complicada emocionalmente o en una etapa donde no se siente a gusto consigo misma ya sea físicamente o de manera más personal y dichos comentarios pueden provocar en ellas graves problemas. Además, no solo tiene que encontrarse en una etapa difícil sino que esta etapa puede estar originada por la reincidencia de críticas destructivas y desafortunadas.

Unas de las consecuencias más graves que pueden padecer las víctimas son los trastornos en la conducta alimentaria (TCA) que según la Asociación Contra la Anorexia y la Bulimia se pueden definir como “trastornos psicológicos graves que conllevan alteraciones de la conducta alimentaria. Las personas que la padecen tienen una elevada preocupación por su peso, su aspecto físico y su alimentación, entre otros. Todo ello, puede provocar enfermedades físicas importantes y, en casos extremos, pueden llegar a provocar la muerte (siendo las causas más frecuentes el suicidio o la desnutrición)”.

Además, se trata de una enfermedad que está más presente en mujeres, sobretodo, adolescentes. También suele afectar la práctica de un deporte con altas exigencias estéticas como el ballet, el atletismo o gimnasia.

A todos los datos expuestos anteriormente se le añade un artículo de “ConSalud.es” titulado “Las redes sociales, claves en el aumento de la edad de inicio de la anorexia y la bulimia”. En este artículo la directora de la “Asociación Contra la Anorexia y la Bulimia (ACAB)”, Sara Bujalance informa de la influencia de las redes sociales en la aparición de conductas de riesgo. La edad habitual donde se situaba la aparición de estas conductas estaba entre los 12 y 13 años, pero actualmente se ha adelantado su aparición habiendo casos de personas entre 9 y 10 años. Bujalance afirma que el aumento de las conductas de riesgo y la temprana aparición cada vez a edades menores, está vinculado con la influencia de las redes sociales y la presión general sobre la imagen corporal.

Cabe destacar la importancia del mal uso de las redes sociales, debido a que las personas con este tipo de diagnóstico comparten trucos en Instagram para ayudar a adelgazar de una manera más rápida, utilizando “hashtags” como #Ana haciendo

referencia a la anorexia y #Mía refiriéndose a la bulimia. Por ello, es preocupante el prematuro uso de las redes sociales dado que se utilizan de una manera errónea.

Por otro lado, ante tantos datos devastadores, es necesario mencionar los casos de personas que han superado estas enfermedades o han sabido ponerle freno antes de provocarse consecuencias más graves. Muchos de estos casos también son subidos a las plataformas virtuales para que sirvan de precedente a los usuarios espectadores. Por ejemplo, el perfil de Instagram mencionado anteriormente en otra sección, "Freeda\_es" que publicó este post dando visibilidad al caso de Isabella Davis.

"Contenía la respiración cuando pasaba por delante de restaurantes, porque creía que había partículas de grasa en el aire. Editaba mis fotos para que mi cintura pareciera más pequeña y mis brazos más delgados. Rechacé cenas con amigos y dejé de comer fuera.

Convencía a mis parejas de que ya había cenado cuando en realidad me estaba muriendo de hambre. Una lágrima rodaba por mi cara mientras evitaba el pasillo de los dulces en el supermercado. Eliminé el azúcar, luego los carbohidratos y luego todas las comidas. Me convertí en una experta comprobando y leyendo la información nutricional de las etiquetas de los alimentos. Mi estómago rugía constantemente pidiendo algo que no fuese una ensalada. No conocía la vida sin restricciones. Me convertí en un fantasma para mis amigos, para mi familia y, lamentablemente, para mí misma.

¡Olvidé que la comida es vida! La comida es medicina. Que necesitamos comida para sobrevivir. ¡Esa comida es amor, alegría y felicidad!

La comida debe nutrir tu cuerpo y calmar tu alma. ¡La comida te mantiene vivo! [...]" (Isabella Davis, 2021)

Con todo esto, recalcar la importancia de las palabras y las consecuencias que pueden llegar a tener. Es necesario visibilizar este tipo de casos por varias razones. En primer lugar, para ayudar a todas las personas que se encuentren en una situación parecida, para ayudarlas a ser conscientes y darle fuerza para poder salir de esa situación que, aunque es difícil, se puede. Y, en segundo lugar, para eliminar la utilización de ciertos comentarios innecesarios que pueden herir a una persona como por ejemplo los relacionados con su aspecto físico.

## 2.6. Mujeres y maternidad

El ámbito de la maternidad es otra de las grandes presiones que experimentamos las mujeres. En nuestra sociedad se da por hecho que el deseo de cualquier mujer es ser madre, lo que provoca que las mujeres que no tienen ese sentimiento se cohíban y repriman sus sentimientos para evitar ser juzgadas.

También cabe resaltar las situaciones donde las mujeres por cualquier tipo de problema de fertilidad tienen dificultades para tener hijos. En estas situaciones la imagen de esa mujer es de “pobrecilla, no va a saber lo que es el amor de verdad” o incluso reciben comentarios tan bárbaros como “vaya una mujer, que no vale ni para tener hijos”, “no eres una verdadera mujer”.

Debemos clarificar que la característica de ser mujer no va ligada a la maternidad, ya que es un tema independiente que varía según nuestros gustos y propósitos. En los casos de infertilidad, una mujer no deja de serlo por una cuestión biológica o un problema en sus ovarios.

Además, según nos inculcan desde pequeñas, una mujer, cuando es madre deja atrás cualquier característica, gusto e incluso su vida anterior ya que debe cuidar de su bebé a tiempo completo, dejando de ser mujer para ser solo y exclusivamente madre. Este pensamiento, es muy común en la actualidad. Muchas mujeres son juzgadas por salir a cenar con sus amigas, irse de viaje, salir de fiesta o realizar cualquier tipo de actividad que no esté relacionada con la maternidad. Cuando una mujer es madre, se le exige que se encargue del bebé, en cuanto a alimentación, baños, revisiones médicas, ignorando que dicha labor es conjunta de los padres, en cuanto al matrimonio convencional, tanto de la madre como del padre.

Las afirmaciones expuestas se pueden observar en redes sociales, debido a los comentarios que recibe una madre como por ejemplo Laura Escanes, la mujer de Risto Mejide, que es duramente criticada por llevar a su hija a la guardería y no estar ella a su cargo, por salir a cenar con sus amigas e incluso por apuntarse a clases de baile. Esto es tan solo un ejemplo de lo que muchas mujeres reciben día a día.

Por otro lado, otro aspecto relacionado con la maternidad a destacar es la exigencia de recuperar el cuerpo ideal tras el parto. Las mujeres sienten la presión de tener que trabajar en su físico en cuanto han dado a luz para recuperar su anterior peso y convertirse en una mamá moderna y sexy. Después de una experiencia como es la del parto, las mujeres tienen que usar discos absorbentes de algodón para lactancia, compresas postparto y bragas desechables, además de sentirse muy cansadas, dolidas y

con las hormonas revolucionadas. En definitiva, no están sexys dado que traer al mundo a una persona no es tarea fácil.

En muy pocas ocasiones se muestra esta cara de tener un bebé, sino que se muestra lo contenta que estas con él, lo feliz que eres y todas las cosas positivas que sientes. En cambio, gracias a los movimientos reivindicativos vemos en perfiles de plataformas sociales imágenes y post que demuestran la realidad de la que nadie habla. Algunos ejemplos de estas campañas de visibilidad y de demostración de la realidad son:

### ***María Castro***

La actriz publicaba este post en Instagram tras el nacimiento de su segunda hija.

“Hoy hace dos semanas que llegaste al mundo Olivia... hace 14 días, a estas horas, mi cuerpo estaba a punto de explotar... y mi corazón también, pero de amor!!! Esta mañana, no he podido evitar dedicar unos minutos a mirarme al espejo... y pensar.

Y pensar que aún con los calzoncillos de fin de año de mi marido ( la cicatriz de la cesárea no me deja aún ponerme otra cosa...), la ropa interior sin conjuntar por supuesto, con ojeras de mapache, con pelo empapado de la ducha, y con barriguita incipiente... El cuerpo de la mujer es VALIENTE y BELLO.

Poco menos que lo dona durante meses para crear y albergar vida... y ese mismo cuerpo, por decisión propia (y respetando cualquier postura), alimenta ahora a una criatura, a la que ya le asoman los mofletes.

No os voy a engañar... uno de los primeros pensamientos fue: “tranquilo cuerpo, en nada te recuperas y vuelves a ser el de antes”... pero tampoco os engaño si os digo que me sentí absurda...!absurda de narices!

¡Mamás del mundo! ¡No tenemos nada de que recuperarnos! Esta es nuestra nueva realidad... ¡y es el resultado del acto más mágico de amor! Cada una de las señales: estrías, cicatrices, tripas, barrigas al más puro slime... hayan venido para quedarse o no, están ahí para recordarnos lo jabatas que hemos sido. Y os aseguro que las mujeres en las que nos hemos convertido... las del ahora... nada tienen que envidiar a las del antes.

¡Ahora a cuidarse y a dejarse mimar!” (Castro, 2020)

### ***Rebecca Landerholm***

“Hace 3 semanas de mi parto y mi recuperación postoperatoria. Siento que es importante compartir mi cuerpo de posparto porque esta es la realidad del embarazo. Gran parte de ella es discordante en lugar de

glamurosa. Me siento poderosa pero no hermosa. De alguna manera, me siento igual de fuerte que de débil. Estoy emocionada por los cambios hormonales. Y me entristece y sonrío al ver este cuerpo que no siento como el mío. Sinceramente, estoy bien y sé que esto es temporal y vale la pena.

La Sra Iris no me dejaba menospreciarlo, pero lo hizo más válido mientras analizaba mis estrías y la piel flácida que me dieron estas preciosas chicas. Sea amable con tus amigas embarazadas y en posparto. Esto es difícil y os necesitamos”. ( Landerholm, 2019)

Estos dos ejemplos, son solo una pequeña parte de todas las mujeres que se han sumado a la causa y se han atrevido a mostrar la verdadera cara del embarazo. Debemos aclarar que se han reivindicado tanto mujeres famosas como anónimas y que todas ellas han dado una lección de superación y han demostrado que podemos luchar contra las problemáticas que existen en nuestra sociedad sobre todo hacia mujeres.

Es primordial entender que cada etapa deja secuelas en todas las personas, que independientemente del género y los roles asociados, somos personas que debemos anteponer nuestra felicidad a cualquier miedo, o crítica.

### **3. Conclusiones**

En primer lugar, mencionar la cercanía de los temas expuestos, dado que son cuestiones que encontramos en nuestro día a día. Es importante observar y comunicarnos con los y las jóvenes que tengamos a nuestro alrededor para asegurarnos de que su bienestar tanto físico como emocional no se encuentre minado por algunos de los temas mencionados. Debemos ser conscientes de las capacidades de los menores y tener en cuenta si es beneficioso para él tener a su disposición un teléfono móvil o acceso a Internet. Aunque a simple vista se pueda confundir con un hecho sin valor, exige mucha responsabilidad y puede ocasionar graves consecuencias.

En segundo lugar, es necesario ser sensatos en cuanto a la existencia de estereotipos y prejuicios, debido a que son fenómenos que pueden herir el reconocimiento y el valor de una persona. Por ello, debemos poner todo nuestro empeño en eliminarlos e intentar conocer a las personas antes de realizar cualquier comentario sobre ellas. Puede parecer algo simple y carente de significación, pero lo cierto es que a muchas personas no se les da la oportunidad de demostrar su valor o de ser conocidas debido a la elevada repercusión que tienen los estereotipos asociados a ella ya sea por su sexo, religión, raza, gustos, etc.

Además, destacar el género femenino ya que es el más estereotipado y criticado. Las mujeres están inmersas en una sociedad donde tienen que seguir unos baremos, unas características y deben cumplir unas cualidades. En casi todos los ámbitos, las mujeres son cuestionadas e infravaloradas en cuanto a sus capacidades para realizar una actividad, lo cual supone una gran barrera para ellas.

El género femenino no solo es estereotipado e infravalorado por el hecho de ser mujer, sino que también se ejercen hacia ellas una multitud de presiones de las cuales hemos mencionado en el documento. Es imprescindible aceptar la diversidad corporal generando así una aceptación de todo tipo de cuerpos para conseguir una visión realista acerca de las mujeres. Debemos entender que por tener un cuerpo más delgado o más recio, por las medidas que podamos tener de cualquier parte de nuestro cuerpo o por no asemejarnos a la concepción que se tiene de nosotras, dejamos de ser mujeres y por supuesto nuestro valor varía en función de todo lo anterior. No es coherente ni justo juzgar a una persona por una cualidad física debido a que puede sorprendernos mucho interiormente.

En ocasiones, nos vemos con el derecho de juzgar u opinar de ciertas personas cuando en realidad esa persona ni nos lo ha pedido ni nosotros mismos somos conscientes del daño que pueden ocasionar nuestras palabras. Debemos ser sensatos y pensar si lo que vamos a decirle a una persona, le va a servir como crítica constructiva o todo lo contrario.

También añadir, que otra acción que repetimos mucho en la sociedad es dirigirnos a las personas con comentarios sobre su físico olvidando que esa persona es consciente de su imagen, es decir, sabe si está más gorda o más delgada, sabe si tiene estrías, celulitis o cualquier otra cualidad.

Por todo ello, desde mi punto de vista debemos pensar dos veces antes de decir cualquier comentario, porque a nosotros nos puede parecer una tontería, pero a la persona receptora puede ocasionarle un complejo, una inseguridad o problemas de mayor gravedad.

Normalicemos la diversidad corporal, respetemos las decisiones de las personas en todo lo relacionado con su vida y sobretodo respetémonos más entre nosotras, ya que la mayoría de los comentarios despectivos que recibimos las mujeres, provienen del mismo género. Porque jamás podremos eliminar la desigualdad de género, si nos estamos atacando las unas a las otras, demostrando así la falta de empatía y la escasa unión que existe entre nosotras.

#### 4. Fuentes y Bibliografía

- Aclafeba. (4 de febrero de 2017). *Anorexia con 12 años*. Recuperado de <https://www.aclafeba.org/testimonial/anorexia-con-12-anos/>
- Acuña, J. G., & Rocha, K. I. S. Presión sociocultural hacia la imagen corporal de la mujer y cómo afecta en el desempeño académico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, XXVI* (2), 11-41.
- Agustina, J. R., Montiel, I., & Gámez-Guadix, M. (2020). *Cibercriminología y victimización online*. Editorial Síntesis.
- Anthropologies. (22 de octubre de 2015). *Cuando la sociedad sólo ve un cuerpo: Presión social sobre la corporalidad femenina*. Anthropologies. Recuperado de: <https://www.anthropologies.es/cuando-la-sociedad-solo-ve-un-cuerpo-presion-social-sobre-la-corporalidad-femenina/>
- Associació Contra l'Anorèxia i la Bulímia. *¿Qué son los TCA?* Recuperado de <https://www.acab.org/es/los-trastornos-de-conducta-alimentaria/que-son-los-tca/>
- Avilés, J. (2013). Bullying y cyberbullying: Apuntes para la elaboración de un proyecto antibullying. *Revista digital de la asociación convives*, 3, 4-15. Recuperado de: [Forum Aragón \(fedadi.org\)](http://forumaragon.fedadi.org)
- Bella Davis [isabelladavis6]. (26 de febrero de 2021). *I would hold my breath as I walked past restaurants because I believed fat particles were in the air*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CLwBvD\\_DZpM/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CLwBvD_DZpM/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Blanco, J., de Caso, A.M., & Navas, G. (2012). violencia escolar: cyberbullying en redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1),717-724. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349832342073>
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Recuperado de: [Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship | Journal of Computer-Mediated Communication | Oxford Academic \(oup.com\)](http://www.oup.com/academic/view/9780195306806/chapter-1)
- Blanco, L. (11 de mayo de 2020). *¿Cuáles son las redes sociales más usadas?* Tíndalos. Recuperado de <https://tindalos.es/las-redes-sociales-mas-usadas-en-espana-en-2020/>
- Cortés, L. M. D., Campo, M. T. H., Arroyo, N. J. V., & Álvarez, F. P. (2016). *Propuestas penales: Nuevos retos y modernas tecnologías*. Ediciones Universidad de Salamanca. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=714235>
- Declaración de los Derechos del Niño. *Oro, Plata y Bronce*. Recuperado de <https://www.oroplataybronce.com/declaracion-los-derechos-del-nino/>
- Del Rey, R y Ortega, R. (2007). Violencia escolar: claves para comprenderla y afrontarla. *Revista Escuela Abierta*. (10), 77-89. Universidad de Sevilla. Recuperado de: <http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6837/1/04rey-ortega.pdf>

- Diz, J. L. I. (2015). ¿Cómo influye la moda en el comportamiento de los adolescentes?. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 3(1). Recuperado de: [57-66 Como influye la moda en el comportamiento.pdf \(adolescenciasema.org\)](http://57-66_Como_influye_la_moda_en_el_comportamiento.pdf(adolescenciasema.org))
- Ellie Sweet [xelliesweetx]. (22 de abril de 2021). *Never ever have a "body goal" I understand we want to see our progress*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CN-oVH7sWXs/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CN-oVH7sWXs/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Esneca. (20 de mayo de 2020). Tipos de ciberacoso o cyberbullying. Recuperado de <https://www.esneca.com/blog/tipos-ciberacoso-ciberbullying/>
- Fernández Riquelme, S. (2018), Human concepts. The qualitative dimension of social research. En *La Razón histórica*, nº 39, pp. 15-27.
- Ferro, J. (2013). Acoso escolar a través de las nuevas tecnologías. Cyberacoso y grooming. Jaén: Formación Alcalá.
- Freedá [freeda\_es]. (14 de abril de 2021). *En los medios tradicionales y las redes sociales, con demasiada frecuencia, solo vemos ciertos tipos de cuerpos*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CNoI2BdnH7c/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CNoI2BdnH7c/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Freedá [freeda\_es]. (18 de abril de 2021). *Hace 3 semanas de mi posparto y mi recuperación postoperatoria. Siento que es importante compartir mi cuerpo de posparto*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CNycB2HMVoD/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CNycB2HMVoD/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Freedá [freeda\_es]. (22 de abril de 2021). *Contenía la respiración cuando pasaba por delante de restaurantes, porque creía que había partículas de grasa en el aire*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CN8vOIjsgOz/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CN8vOIjsgOz/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Freedá [freeda\_es]. (27 de abril de 2021). *Nunca jamás tengas un 'objetivo de cuerpo'. Entiendo que queremos ver progreso y el objetivo final de cómo queremos ser*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/COLi3U-LYv8/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COLi3U-LYv8/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso. *Questión*, 1(23). Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 11(2) ,233-254. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56019292003>
- García, M. V. A., & Peresmitré, G. (2003). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 3(1), 9-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33730101>

- González, C. (19 de diciembre de 2017). Ciberbullying: Definición, características y tipologías. *Guía Emagister*. Recuperado de: <https://www.emagister.com/blog/ciberbullying-definicion-caracteristicas-tipologias/>
- Hernández, M.A., & Solano, I.M., (2007). Ciberbullying, un problema de acoso escolar. *Ried. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 10(1) ,17-36. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331427206002>
- INE (2020). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. 14.
- INTECO. (2010). *Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles*. Recuperado de [https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos\\_ficha.aspx?id=2699](https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=2699)
- Lagarde, M. (1998): *Identidad genérica y feminismo*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- María Castro [maria\_castro\_jato]. (15 de octubre de 2020). *Hace dos semanas que llegaste al mundo Olivia... hace 14 días, a estas horas, mi cuerpo estaba a punto de explotar*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CGXh4azFJWI/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CGXh4azFJWI/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Márquez, R. (17 de septiembre de 2016). Así es como tienes que vestir si eres mujer y nadie se meterá contigo. *El Confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-09-17/solucion-definitiva-juicios-vestimenta-visten-mujeres\\_1259654/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-09-17/solucion-definitiva-juicios-vestimenta-visten-mujeres_1259654/)
- Mejía-Soto, G. (2014). Sexting: Una modalidad cada vez más extendida de violencia sexual entre jóvenes. *Perinatología y reproducción humana*, 28(4), 217-221.
- Melissa Smith [melissa\_db\_smith]. (13 de abril de 2021). *The moment you realize your Worth is NOT defined by the Shape/Size of your body*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/CNmWl61naql/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CNmWl61naql/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Ortega F. (1998): Imágenes y representaciones de género. *Asparkia*, 9, 9-20.
- Psicología humanizada: Blog de psicología. (2010). ¿Qué es el acoso escolar o bullying? Definición y delimitación. Recuperado de <http://psicologiahumanizada.blogspot.com/2010/10/que-es-el-acoso-escolar-o-bullying.html>
- Rebeccah Landerholm [momma\_cheese]. (2 de octubre de 2019). *I am 3 weeks into postpartum and my post-op recovery. It felt important to share my postpartum body*. Instagram. Recuperado de: [https://www.instagram.com/p/B3IDzBngjSa/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B3IDzBngjSa/?utm_source=ig_web_copy_link)
- Reyna-Villasmil, E. (5 de febrero de 2018). Características del ciberacoso y psicopatología de las víctimas. *Repertorio de Medicina y Cirugía*, 27(3) Recuperado de <https://revistas.fucsalud.edu.co/index.php/repertorio/article/view/213/286>

- Rodríguez, C. (5 de abril de 2021). Estereotipos de género. *Webconsultas Revistas de salud y bienestar*. Recuperado de: <https://www.webconsultas.com/bebes-y-ninos/psicologia-infantil/estereotipos-de-genero>
- Smith, P.K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S. y Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49, 378-385.
- Vivas, W. (2018). Uso seguro y responsable de las TIC: una aproximación desde la tecnoética. *Ciencia, Docencia y Tecnología* 29(57), 235-55.