

Entre el miedo y los likes: la gordofobia digital en la adolescencia



**Beatriz Feijoo,
Patricia Lafuente,
Arantxa Vizcaíno-Verdú,
Paula Neira**

Colección Mundo Digital

28

Entre el miedo y los likes: la gordofobia digital en la adolescencia

Colección Mundo Digital | 28

<https://rua.ua.es/handle/10045/21728>

Dirección de Colección Mundo Digital

Victoria Tur-Viñes | Universidad de Alicante | victoria.tur@ua.es
Jesús Segarra-Saavedra | Universidad de Alicante | jesus.segarra@ua.es

Coordinación

Beatriz Feijoo | Universidad Villanueva | beatriz.feijoo@villanueva.edu
Patricia Lafuente | Universidad Villanueva | plafuente@villanueva.edu
Arantxa Vizcaíno-Verdú | Universidad Internacional de La Rioja | arantxa.vizcaino@unir.net
Paula Neira | Universidad Internacional de La Rioja | Paula.neira@unir.net

Diseño y maquetación

Alejandro Bernabéu-Serrano | Universidad de Alicante | alex.bernabeu@ua.es

Diseño figuras

margacastro.com

Distribución de la encuesta

Para la distribución de la encuesta, se contó con el soporte de la empresa especializada en estudios sociales Edesga (www.edesga.com).

Fotografía de portada

Sara Cruz Zambrana

Universidad de Alicante, España, 2026.

ISBN: 978-84-09-82938-5.

Handle: <http://hdl.handle.net/10045/163577>

Edita y difunde

Grupo de investigación COMPUBES (Comunicación y Públicos Específicos) de la UA.

Indexación

Desde 2022, CMD está indexada en la clasificación general 2022 del SPI (Scholarly Publishers Indicators) elaborada por el grupo de investigación sobre el Libro Académico (ILIA) del Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC, así como en la Disciplina Comunicación.

Las fotografías incluidas en el texto provenientes de fuentes diversas se insertaron bajo el principio de "fair use", dado que la presente obra es de tipo académico y no tiene fines comerciales.

La cesión de derechos se realiza bajo la licencia Creative-Commons Attribution 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



Pide tu ejemplar en papel y te lo envían a casa desde



Prensas de la Universidad
Universidad Zaragoza

Las contribuciones han sido revisadas por el sistema *double-blind peer reviewed*.

El hecho de que un manuscrito sea publicado en Colección Mundo Digital no significa que su equipo comparta ni se adhiera a las opiniones expresadas en él.

Comité científico

Victoria Carrillo-Durán. Universidad de Extremadura. vicduran@unex.es

Carlos Elías. Universidad Carlos III de Madrid. carlos.elias@uc3m.es

José-Alberto García-Avilés. Universidad Miguel Hernández. jose.garciaa@umh.es

Gloria Jiménez-Marín. Universidad de Sevilla. gloria_jimenez@us.es

Carmen Marta-Lazo. Universidad de Zaragoza. cmartalazo@gmail.com

Patricia Núñez-Gómez. Universidad Complutense de Madrid. pnunezgo@ccinf.ucm.es

María-Bella Palomo-Torres. Universidad de Málaga. bellapalomo@uma.es

Emma Rodero. Universidad Pompeu Fabra. emma.rodery@upf.edu

Raúl Rodríguez-Ferrándiz. Universidad de Alicante. r.rodryguez@ua.es

Sebastián Sánchez-Castillo. Universidad de Valencia. sebastian.sanchez@uv.es

Jesús Segarra-Saavedra. Universidad de Alicante. jesus.segarra@ua.es

Victoria Tur-Viñes. Universidad de Alicante. victoria.tur@gcloud.ua.es

<https://rua.ua.es/handle/10045/21728>

Contenido

- Introducción 9
 - Metodología 10
 - Muestra y procedimiento 10
 - Descripción de la muestra 10
 - Estructura del cuestionario 11
- Bloque 1. Exposición a mensajes de odio en redes sociales..... 12
 - En redes sociales, ¿con qué frecuencia ves mensajes de odio sobre...? 12
 - Según tú experiencia, ¿dónde ves más estos mensajes? 13
 - ¿Qué tipos de cuentas suelen publicar estos mensajes de odio en redes sociales?..... 15
- Bloque 2. Actitudes y comportamiento ante la discriminación por el cuerpo y el peso en redes sociales..... 17
 - 2.1. Preocupación, miedo, inseguridad y autocensura: "No quiero ser el siguiente" 17
 - 2.2. Normalización y justificación: "No está bien, pero..." 19
 - 2.3. Complicidad pasiva y validación: "No ataco, pero lo refuerzo". 21
 - 2.4. Agresión activa y presión grupal: "Yo también participo" 23
- Bloque 3. Conciencia crítica y responsabilidad moral 26
 - 3.1. Detección del daño y lectura crítica: "Sé reconocer cuándo algo hace daño" 26
 - 3.2. Empatía y reflexión ética: "Pienso en cómo afecta a los demás..... 27
 - 3.3. Percepción de gravedad y trivialización del odio: "¿Esto es serio o no?" 29
 - 3.4. Agencia y comportamiento responsable: "Hago algo al respecto" 30
- Conclusiones 32
- Implicaciones sociales 34



Dra. Beatriz FEIJOO

Universidad Villanueva. España. beatriz.feijoo@villanueva.edu. <https://orcid.org/0000-0001-5287-3813>

Dra. Patricia LAFUENTE

Universidad Villanueva. España. plafuente@villanueva.edu. <https://orcid.org/0000-0002-5556-3228>

Dra. Arantxa VIZCAÍNO-VERDÚ

Universidad Internacional de la Rioja. España. arantxa.vizcaino@unir.net. <https://orcid.org/0000-0001-9399-2077>

Dra. Paula NEIRA

Universidad Internacional de la Rioja. España. plafuente@villanueva.edu. <https://orcid.org/0000-0003-0157-2521>

Entre el miedo y los likes: la gordofobia digital en la adolescencia

Between Fear and Likes: Digital Fatphobia in Adolescence

Resumen

Este informe analiza la presencia y las dinámicas de la gordofobia digital entre adolescentes en España, entendida como el conjunto de burlas, discriminaciones y formas de estigmatización dirigidas al cuerpo y al peso en redes sociales. A partir de un estudio cuantitativo con 1.075 jóvenes de 12 a 17 años, la investigación examina su exposición a mensajes de odio, sus actitudes y comportamientos ante la discriminación corporal y su nivel de conciencia crítica y responsabilidad moral en el entorno digital.

Los resultados muestran que el odio vinculado al aspecto físico constituye una de las formas más frecuentes de hostilidad en redes sociales, especialmente en plataformas centradas en la imagen. Esta exposición se relaciona con dinámicas de inseguridad, autocensura y vigilancia corporal, así como con procesos de normalización, complicidad y participación que contribuyen a la reproducción del problema. Aunque la mayoría de los adolescentes reconoce el daño emocional de estos discursos, esta conciencia no siempre se traduce en intervención activa.

El informe adopta una perspectiva relacional que analiza a los menores no solo como posibles víctimas, sino también como participantes en dinámicas sociales mediadas por la presión grupal y los sistemas de validación digital. Sus

Abstract

This report examines the presence and dynamics of digital fatphobia among adolescents in Spain, understood as the set of mockery, discrimination, and forms of stigmatization directed at body size and weight on social media. Based on a quantitative study with 1,075 young people aged 12 to 17, the research analyzes their exposure to hateful messages, their attitudes and behaviors toward body-based discrimination, and their level of critical awareness and moral responsibility in the digital environment.

The results show that hostility related to physical appearance constitutes one of the most frequent forms of aggression on social media, particularly on image-centered platforms. This exposure is associated with dynamics of insecurity, self-censorship, and body surveillance, as well as with processes of normalization, complicity, and participation that contribute to the reproduction of the problem. Although most adolescents recognize the emotional harm caused by these discourses, this awareness does not always translate into active intervention.

The report adopts a relational perspective that analyzes minors not only as potential victims but also as participants in social dynamics mediated by peer pressure and digital validation systems. Its findings provide an empirical basis for designing educational, preventive, and digital

resultados ofrecen una base empírica para el diseño de estrategias educativas, preventivas y de alfabetización digital orientadas a promover entornos online más inclusivos y saludables.

Palabras clave

gordofobia digital, adolescentes, redes sociales, body shaming, imagen corporal, discursos de odio, estigmatización corporal, alfabetización digital, salud mental adolescente, presión social en redes, comportamiento online juvenil, educación mediática

Agradecimientos

Este informe se enmarca en el proyecto "Odios juveniles. La alfabetización digital de los adolescentes ante la incidencia de la gordofobia en redes sociales", financiado por la Universidad Villanueva. Asimismo, cuenta con el respaldo del proyecto "Alfabetización ética de los adolescentes ante la persuasión comercial en la era digital (DIGETHICA)" (ref. PID2024-155709NB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España. Los autores también agradecen la colaboración de la Asociación Infancia y Comunicación.

literacy strategies aimed at fostering more inclusive and healthier online environments.

Keywords

digital fatphobia, adolescents, social media, body shaming, body image, hate speech, body stigmatization, digital literacy, adolescent mental health, social pressure on social media, youth online behavior, media literacy

Acknowledgments

This report is part of the project "Youth Hate. Adolescents' Digital Literacy in the Face of Fatphobia on Social Media", funded by Universidad Villanueva. It is also supported by the project "Ethical literacy of adolescents facing commercial persuasion in the digital age (DIGETHICA)" (ref. PID2024-155709NB-I00), funded by the Ministry of Science, Innovation and Universities of the Government of Spain. We also thank the Infancia y Comunicación Association for its collaboration.



Introducción

Durante la adolescencia, la apariencia física adquiere un papel central en la construcción de la identidad, las relaciones sociales y el reconocimiento por parte de los iguales. El cuerpo no solo funciona como una dimensión personal, sino también como un marcador social a partir del cual se valora, clasifica y jerarquiza a las personas. En los entornos digitales, esta lógica se intensifica: imágenes, vídeos, comentarios y reacciones convierten el aspecto físico en un elemento permanentemente expuesto al juicio público.

Las redes sociales han reforzado el papel protagonista del cuerpo al situarlo en el centro de la visibilidad, la interacción y la validación social. A través de sistemas de *likes* ("me gustas"), comentarios y compartidos, se consolidan modelos corporales dominantes que definen qué cuerpos son deseables, aceptables o dignos de reconocimiento, y cuáles quedan relegados a la burla, la exclusión o el silencio. En este contexto, muchos adolescentes aprenden tempranamente que su valor social puede verse condicionado por su apariencia.

Esta presión estética no se limita a la comparación o a la búsqueda de aprobación, sino que, en numerosos casos, se traduce en prácticas de ridiculización, estigmatización y rechazo hacia determinados cuerpos, especialmente aquellos que se alejan de los cánones hegemónicos. La gordofobia digital, entendida como el conjunto de burlas, comentarios negativos, discriminaciones y formas de *body-shaming* dirigidas al peso y al aspecto corporal, constituye una de las expresiones más frecuentes y normalizadas de este fenómeno.

El debate público sobre el odio en redes sociales ha tendido a centrarse en formas más visibles de discriminación, como el racismo, la misoginia o la homofobia. Sin embargo, la estigmatización corporal continúa ocupando un lugar secundario, a pesar de su elevada presencia y de su profunda incidencia en la experiencia juvenil. A diferencia de otros discursos de odio más explícitos, la discriminación basada en el cuerpo suele pasar desapercibida. Con frecuencia se presenta bajo la apariencia de humor, preocupación por la salud, opiniones personales o simples "bromas", lo que contribuye a su legitimación social. Esta aparente banalidad favorece que muchas formas de violencia simbólica y emocional se integren en la vida cotidiana de los adolescentes sin ser percibidas como problemáticas o dignas de preocupación. Esta invisibilidad relativa hace especialmente necesario investigar el fenómeno con rigor empírico y afán constructivo.

En este marco, el presente informe tiene como objetivo analizar cómo se manifiesta la gordofobia digital entre adolescentes en España, atendiendo a su exposición a este tipo de contenidos, sus actitudes, emociones y comportamientos, así como a su nivel de conciencia crítica y responsabilidad moral. A través de un estudio cuantitativo, se busca ofrecer un diagnóstico fundamentado que permita comprender las dinámicas sociales y emocionales que sostienen este tipo de discriminación entre la juventud.

Metodología

El presente estudio se basa en un diseño cuantitativo de carácter descriptivo, desarrollado a partir de la aplicación de un cuestionario online dirigido a adolescentes residentes en España. La investigación se llevó a cabo respetando en todo momento los principios éticos que rigen los estudios con población menor de edad. El protocolo fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de la Universidad Villanueva (Referencia: 2025-43), garantizándose la participación voluntaria, el anonimato de los participantes y la confidencialidad de la información.

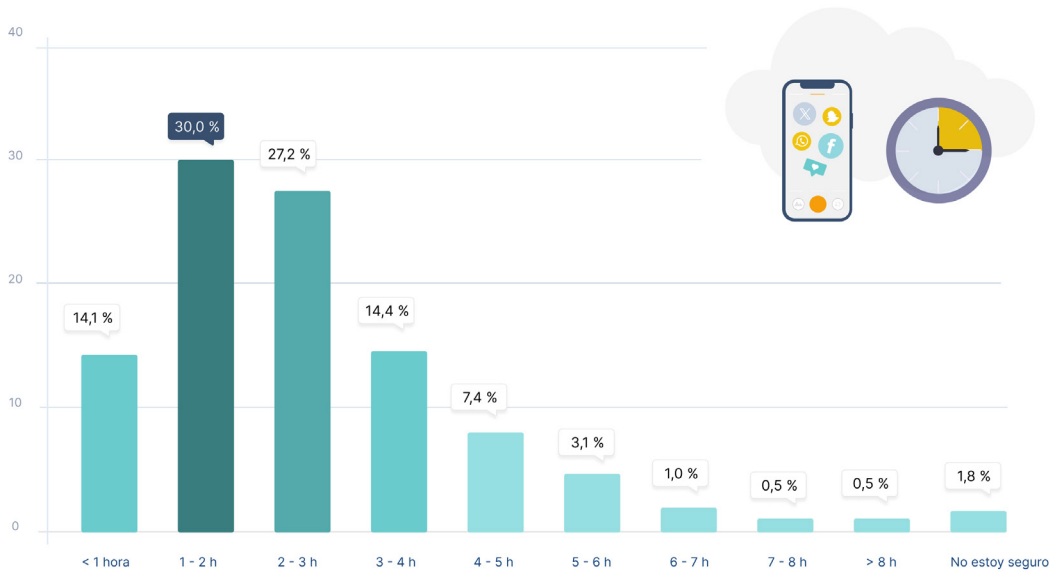
Muestra y procedimiento

La muestra está formada por 1.075 adolescentes de entre 12 y 17 años, activos en redes sociales y residentes en diferentes comunidades autónomas de España. Este tamaño muestral permite estimar los resultados con un margen de error aproximado de $\pm 3\%$, para un nivel de confianza del 95% y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$).

La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo por conglomerados polietápico. En una primera fase, se utilizó la división territorial NUTS-1 como unidad muestral inicial. Posteriormente, se estableció una estratificación en función del nivel socioeconómico familiar (bajo, medio y alto). Por último, se aplicaron cuotas cruzadas de edad y género con el fin de garantizar la representatividad de la muestra.

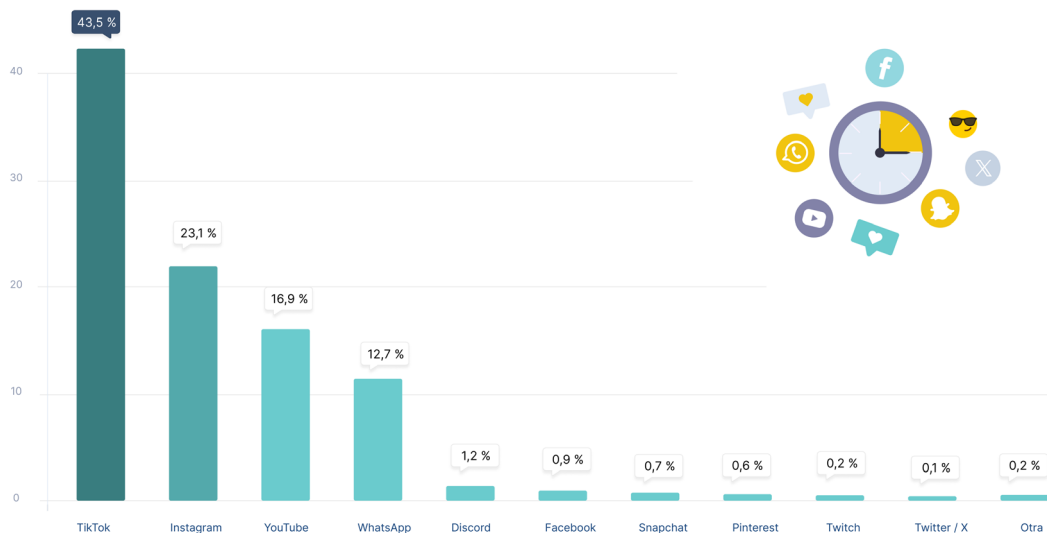
Descripción de la muestra

La distribución por edad de los participantes es equilibrada entre los diversos tramos analizados: el 32,5% tiene entre 12 y 13 años, el 33,7% entre 14 y 15 años, y el 33,9% entre 16 y 17 años. Esta homogeneidad permite examinar posibles diferencias asociadas a las múltiples etapas de la adolescencia. En cuanto al sexo, la muestra presenta también una participación prácticamente equilibrada, con un 50,9% de chicos y un 49,1% de chicas.



Respecto a la situación económica familiar percibida, la mayoría de los adolescentes sitúa a su familia en una posición favorable: el 63,3% la considera buena y el 9% muy buena. No obstante, un 21,3% la define como regular y un 4% como mala o muy mala, lo que refleja la presencia de diferentes niveles de vulnerabilidad socioeconómica en la muestra.

En relación con el uso diario de redes sociales, los datos muestran una elevada exposición. Más de la mitad de los participantes (57,2%) utiliza estas plataformas entre una y tres horas al día, mientras que un 21,8% supera las tres horas diarias. Solo un 14,1% declara un uso inferior a una hora, lo que confirma el papel central de las redes en la vida cotidiana de los adolescentes.



En cuanto a la red social en la que pasan más tiempo, TikTok destaca como la plataforma principal (43,5%), seguida de Instagram (23,1%) y YouTube (16,9%). WhatsApp ocupa también un lugar relevante (12,7%), configurando junto con las anteriores el principal entorno de socialización digital de la muestra.

Estructura del cuestionario

El cuestionario se organizó en tres grandes bloques temáticos que articulan el análisis desarrollado en este informe:

- El primer bloque se centra en la exposición a mensajes de odio en redes, atendiendo tanto a su frecuencia como a su tipología (racismo, misoginia, aversión/odio por ideología, religión, orientación sexual y aspecto físico). Asimismo, recoge información sobre las plataformas en las que estos contenidos aparecen con mayor frecuencia y sobre los perfiles y cuentas que suelen difundirlos.
- El segundo bloque analiza las actitudes y comportamientos ante la discriminación corporal en redes sociales. Este bloque permite comprender cómo los adolescentes gestionan emocional, cognitiva y conductualmente este tipo de experiencias y se estructura en cuatro dimensiones. La primera aborda la preocupación, el miedo, la inseguridad y la autocensura, vinculadas a procesos de vulnerabilidad, retirada y silencio. La segunda examina la normalización y justificación de estos contenidos, reflejando su progresiva aceptación cultural. La tercera se centra en la complicidad pasiva y la validación social a través de conductas indirectas, como dar "me gusta" o compartir contenidos. Finalmente, la cuarta subdimensión recoge las formas de agresión activa y la presión grupal, así como sus motivaciones sociales.
- El tercer bloque evalúa la conciencia crítica y la responsabilidad moral de los participantes ante los discursos de odio relacionados con el cuerpo. Incluye también cuatro dimensiones: la detección del daño y la lectura crítica de los contenidos; la empatía y la reflexión ética sobre su impacto; la percepción de gravedad o trivialización del problema; y la gestión personal y el comportamiento responsable en el entorno digital.

Bloque 1. Exposición a mensajes de odio en redes sociales

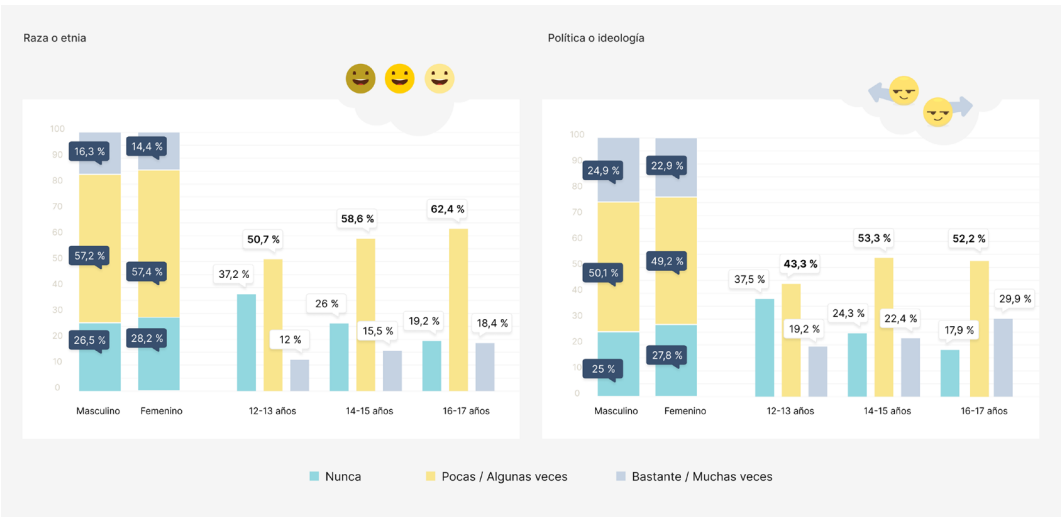
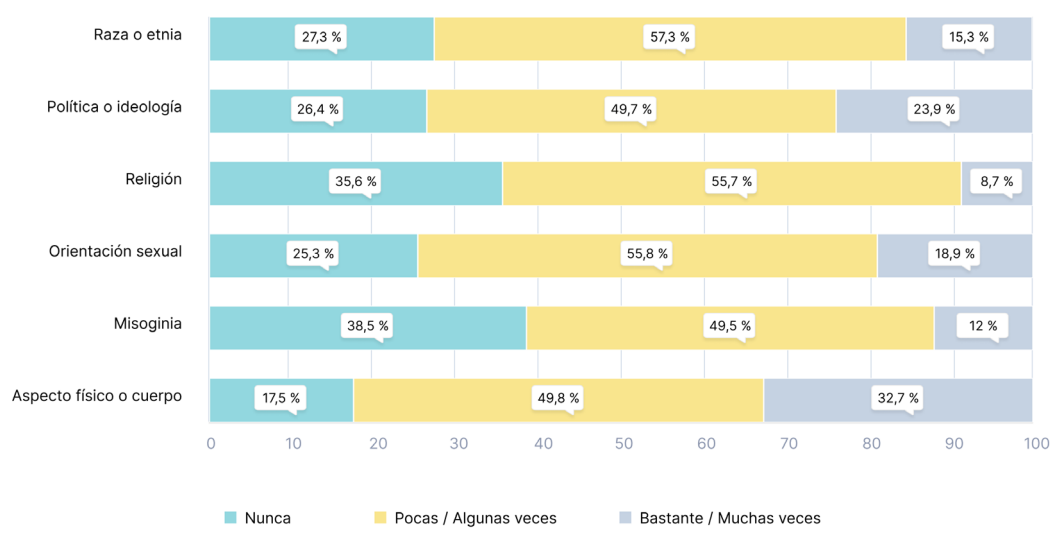
En redes sociales, ¿con qué frecuencia ves mensajes de odio sobre...?

La exposición de los adolescentes a los diferentes tipos de odio es desigual. De las diversas tipologías de discursos de odio, el más elevado es aquel vinculado al aspecto físico (el 49,8% afirma haberlo presenciado "pocas o algunas veces" y el 32,7% "bastante o muchas veces"). Además, la identificación de contenidos ofensivos sobre el cuerpo es mucho más elevada en chicas (36,7%) que en chicos (28,9%).

El odio por motivos políticos también ocupa un espacio relevante, pues el 23,9% de los participantes afirma haberlo visto "bastante o muchas veces". Un porcentaje que se eleva hasta el 24,9% entre los chicos.

Por el contrario, tanto el odio por motivos religiosos como el derivado del hecho de ser mujer son menos frecuentes en la dieta mediática de redes sociales entre los adolescentes. Solo el 8,8% señala que ha visto muchas veces mensajes ofensivos y discriminatorios por religión, mientras que el 12% considera que la misoginia es un contenido muy frecuente cuando navega por estas plataformas.

En este sentido, la edad del menor resulta clave pues, independientemente del género y del tipo de contenido, cumplir años implica estar más expuesto a mensajes de odio.



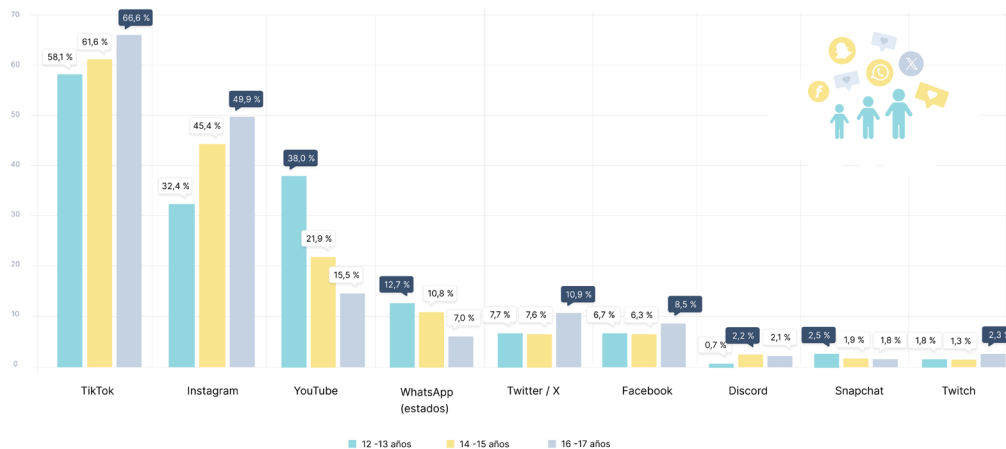
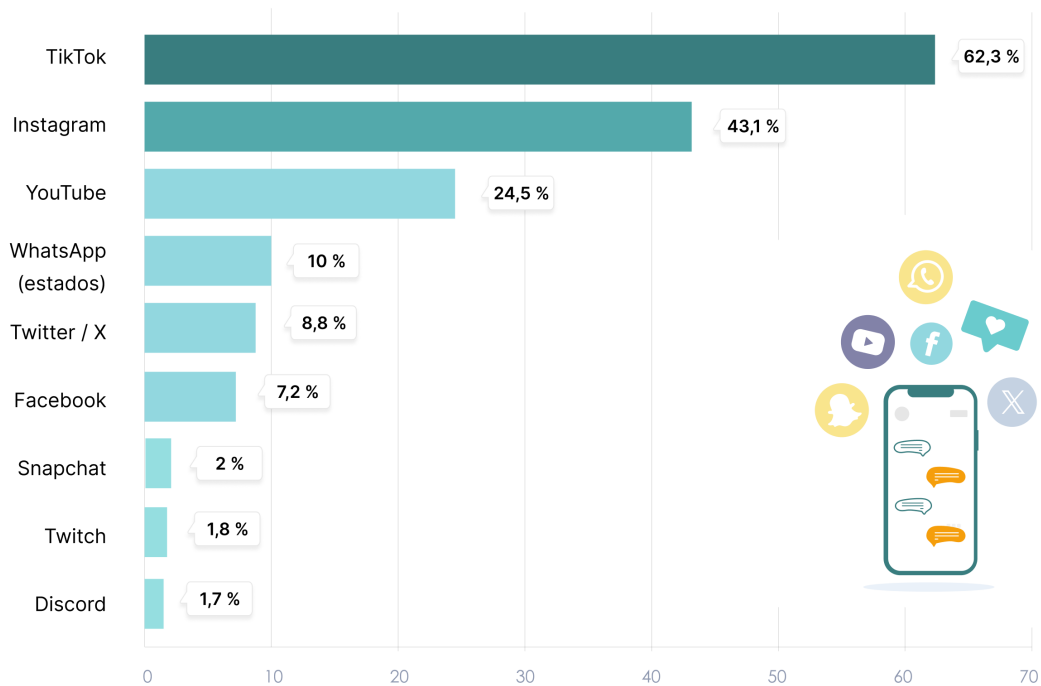


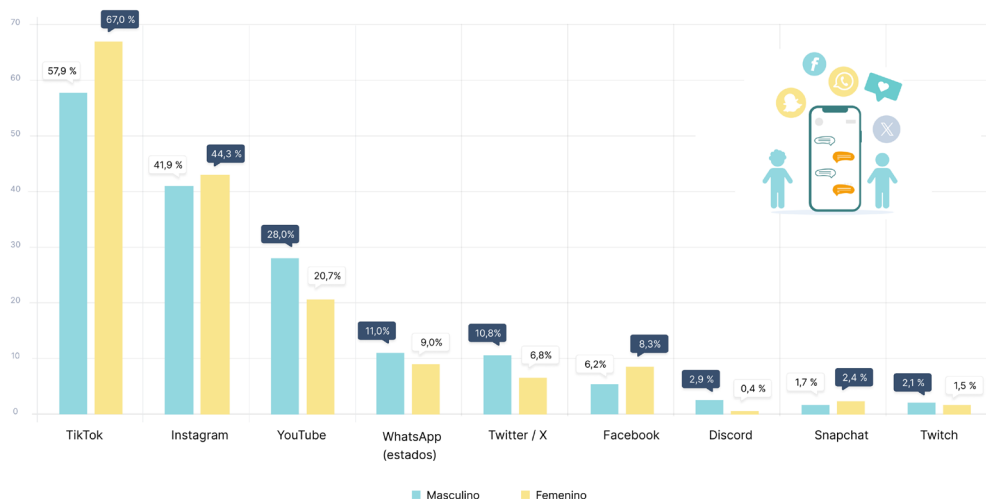
Según tú experiencia, ¿dónde ves más estos mensajes?

La plataforma con mayor audiencia juvenil, TikTok, es también la que concentra más mensajes de odio (62,3%). Aunque esto ocurre independientemente del género y los años del participante, cuando la adolescente es una chica, esta exposición es referida con más frecuencia (67%) y aumenta progresivamente con la edad. A su vez, la red centrada en el intercambio de fotografías y vídeos, Instagram, es señalada como el espacio donde los menores ven más mensajes ofensivos (43,1%). De nuevo, esta exposición es algo más elevada en el caso de las chicas (44,3%), incrementándose a medida que cumplen años.

YouTube, de otro lado, es valorada como otro entorno con discursos discriminatorios u ofensivos (24,5% de adolescentes). Al contrario que en TikTok o Instagram, cuando el encuestado es chico y tiene entre 12 y 13 años, YouTube destaca como el principal escenario de aversión.

A pesar de contener un repertorio superior de contenido político, solo un 8,8% considera que la red X es el espacio digital con más mensajes de odio. La cifra es algo más elevada si se atiende al género, puesto que el 10,8% de los chicos frente al 6,8% de las chicas afirma que se trata de la plataforma con un mayor número de expresiones de odio.





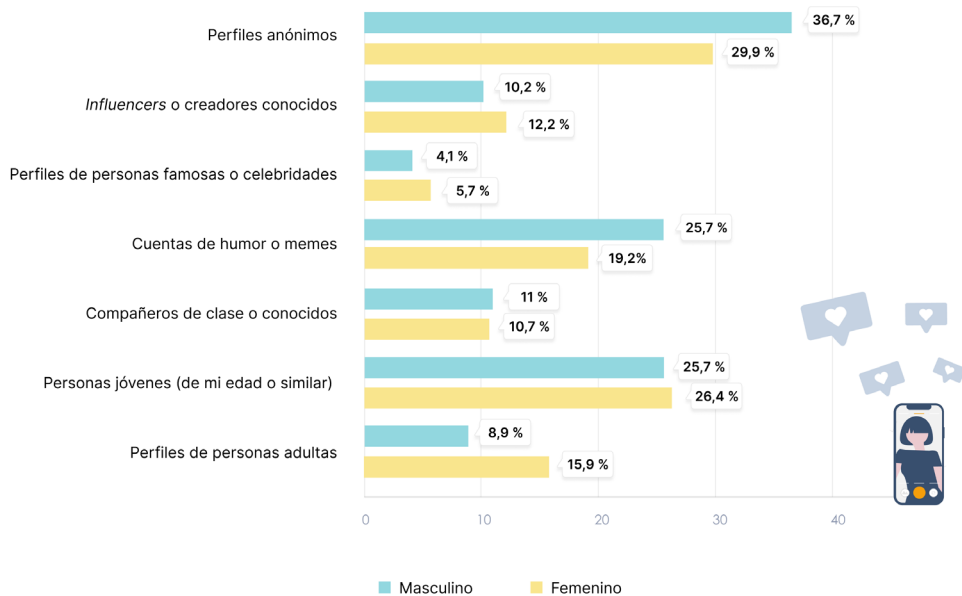
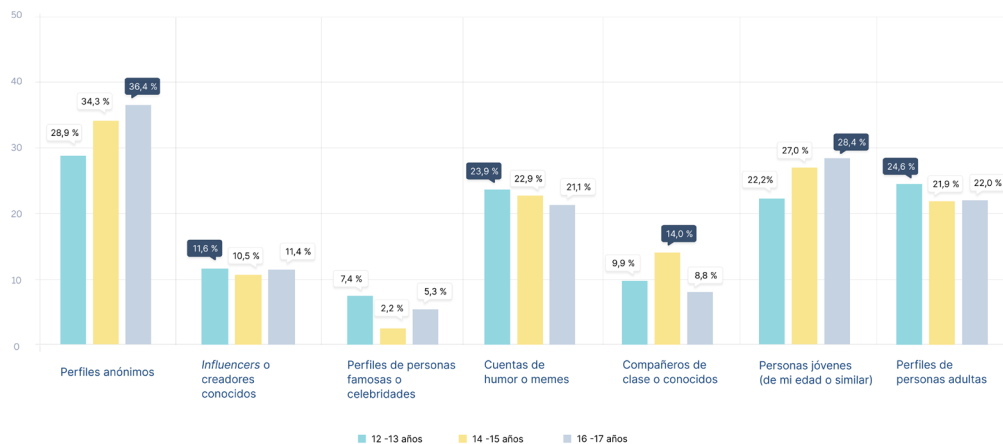
¿Qué tipos de cuentas suelen publicar estos mensajes de odio en redes sociales?

El anonimato favorece la publicación de mensajes de odio, pues el 33,4% de los adolescentes ve estos contenidos en cuentas sin identificar. También son más frecuentes en perfiles de jóvenes que pertenecen a un grupo etario similar a los participantes (26,1%). Asimismo, los discursos ofensivos ocupan un lugar destacado en cuentas centradas en la difusión de memes y contenidos humorísticos (22,6%).

Hay algunas diferencias si se atiende al género, pues los chicos (36,7%) frente a las chicas (29,9%) encuentran con más frecuencia este tipo de mensajes en cuentas anónimas. Sin embargo, cuando el perfil corresponde a un joven de edad similar, la incidencia de expresiones de odio es más elevada para ellas (26,4%) que para ellos (25,7%).

En contraste, cabe destacar que los adolescentes apuntan a que en los perfiles en los que perciben una menor presencia de contenido ofensivo corresponden a famosos y celebridades (4,9%), compañeros de clase y conocidos (10,9%) e *influencers* (11,2%).





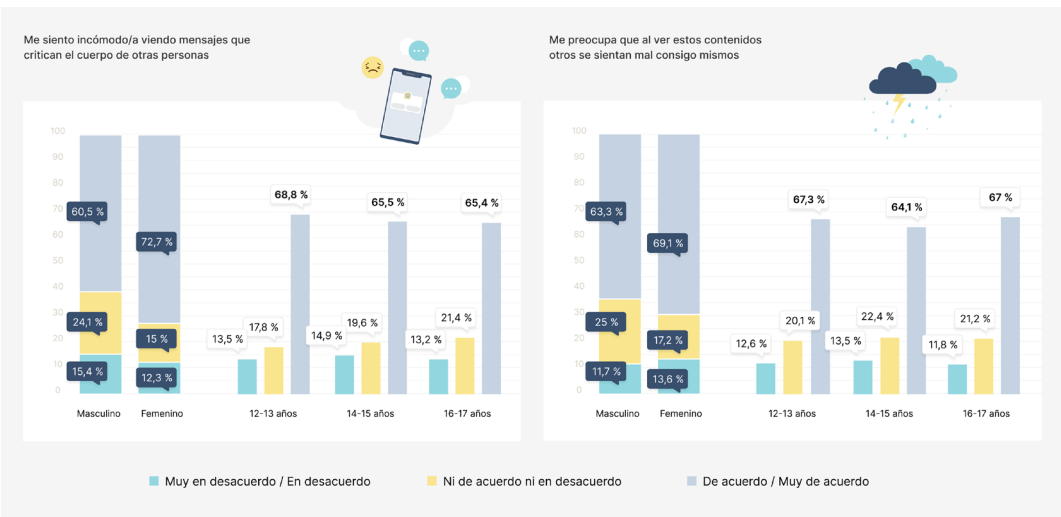
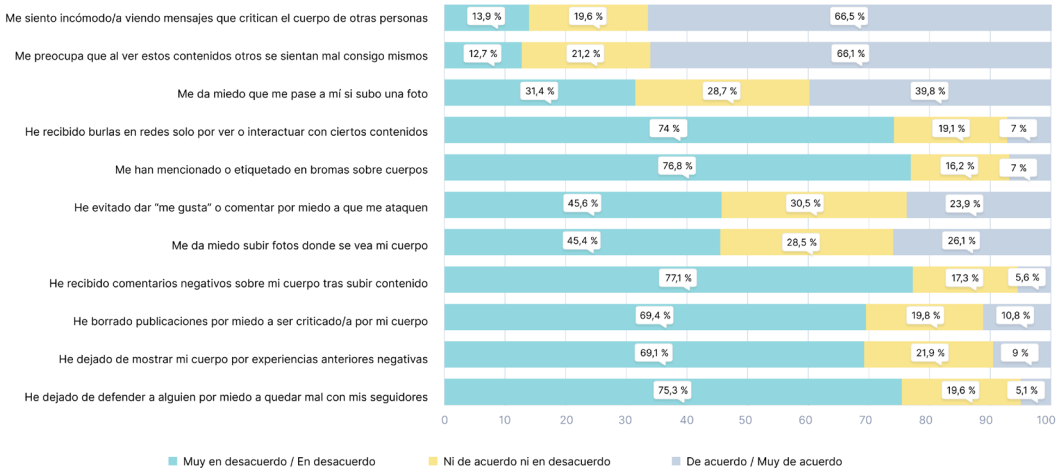
Bloque 2. Actitudes y comportamiento ante la discriminación por el cuerpo y el peso en redes sociales

2.1. Preocupación, miedo, inseguridad y autocensura: “No quiero ser el siguiente”

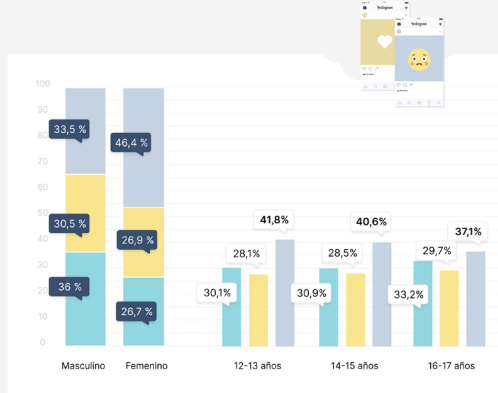
El clima emocional de los adolescentes en redes sociales se caracteriza por una elevada inseguridad y preocupación. Un 66,5% manifiesta incomodidad al presenciar críticas dirigidas a cuerpos ajenos, una percepción más frecuente entre las chicas (72,7%) que entre los chicos (60,5%). Además, aparece un temor a la victimización: el 39,8% reconoce tener miedo a que le ocurra lo mismo si comparten una fotografía, y un 26,1% teme específicamente mostrar su cuerpo.

Ante este contexto, los adolescentes declaran adoptar estrategias de autocensura y evasión. Un 23,9% evita interactuar (dar “me gusta” o comentar) por miedo a convertirse en objetivo de ataques, mientras que un 10,8% ha borrado publicaciones para prevenir juicios sobre su físico. Esta eliminación de contenido es más frecuente entre las chicas (13,1%) que entre los chicos (8,6%). Asimismo, un 9% afirma haber dejado de mostrar su cuerpo en redes a raíz de experiencias negativas previas.

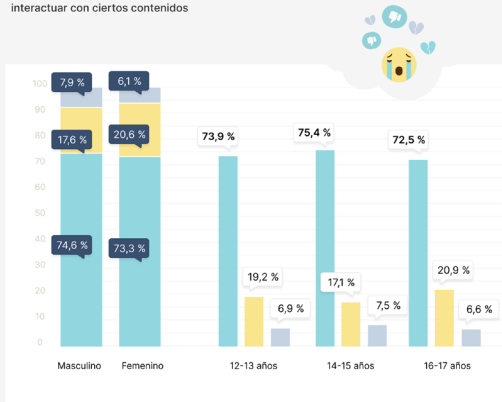
A medida que aumenta la edad, disminuyen levemente tanto la inseguridad percibida como las estrategias de protección. El miedo a publicar imágenes en las que se vea el propio cuerpo baja del 29,5% en el grupo de 12-13 años al 22,8% en el de 16-17 años. De forma paralela, borrar publicaciones por temor a críticas físicas desciende del 11,5% al 9,6% en esos mismos tramos.



Me da miedo que me pase a mí si subo una foto

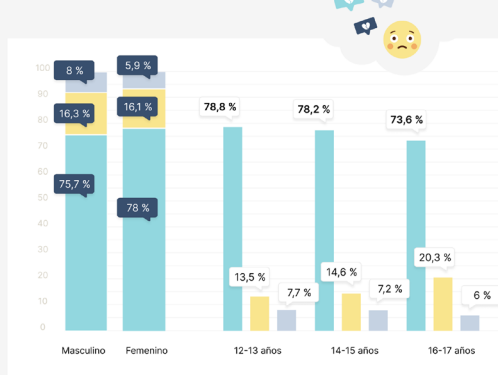


He recibido burlas en redes solo por ver o interactuar con ciertos contenidos

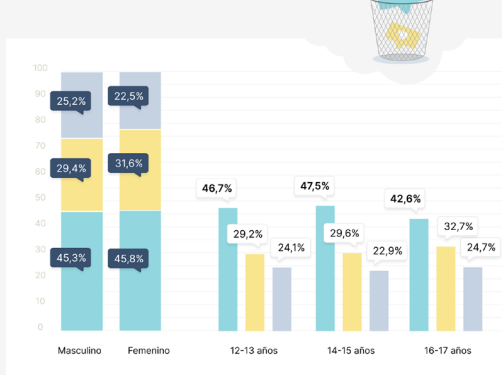


Muy en desacuerdo / En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo / Muy de acuerdo

Me han mencionado o etiquetado en bromas sobre cuerpos

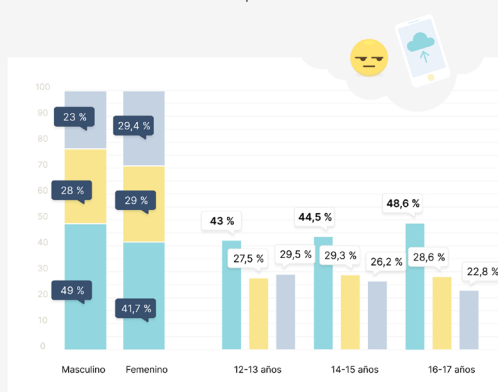


He evitado dar "me gusta" o comentar por miedo a que me ataquen

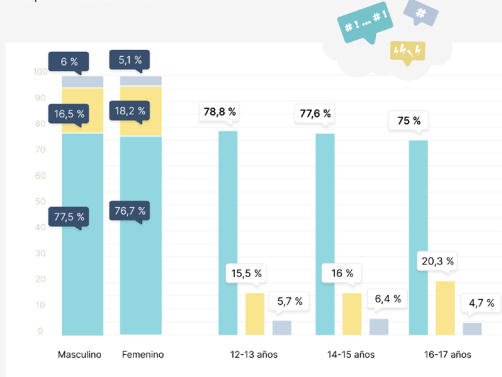


Muy en desacuerdo / En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo / Muy de acuerdo

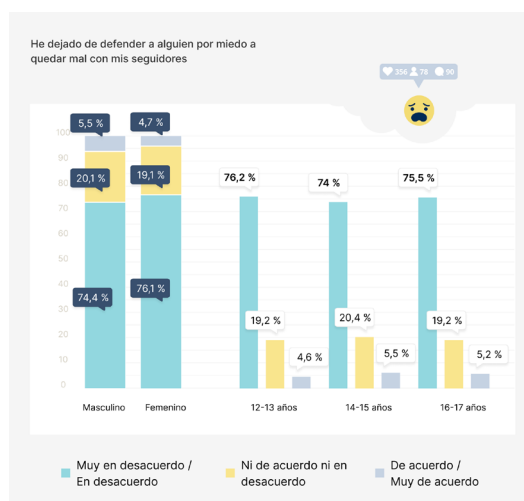
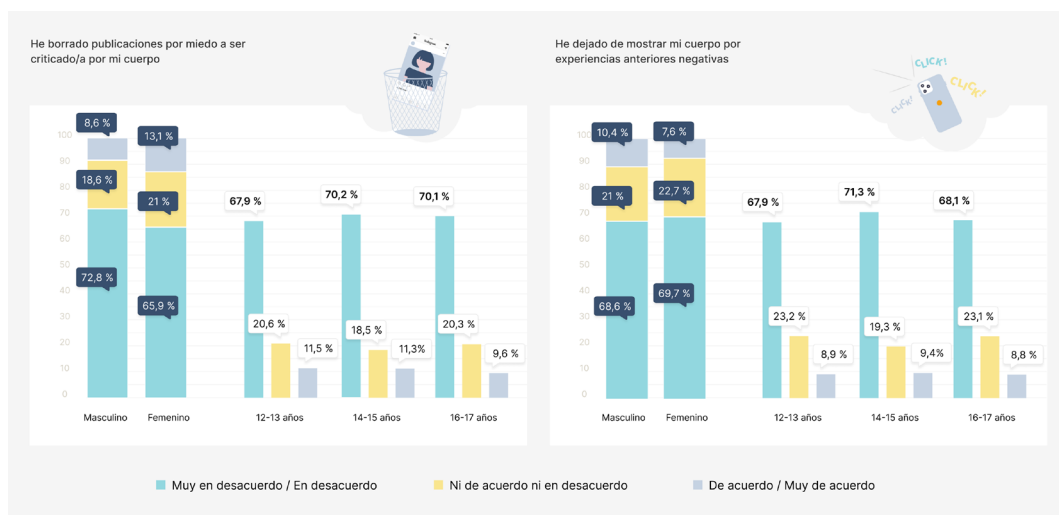
Me da miedo subir fotos donde se vea mi cuerpo



He recibido comentarios negativos sobre mi cuerpo tras subir contenido



Muy en desacuerdo / En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo / Muy de acuerdo

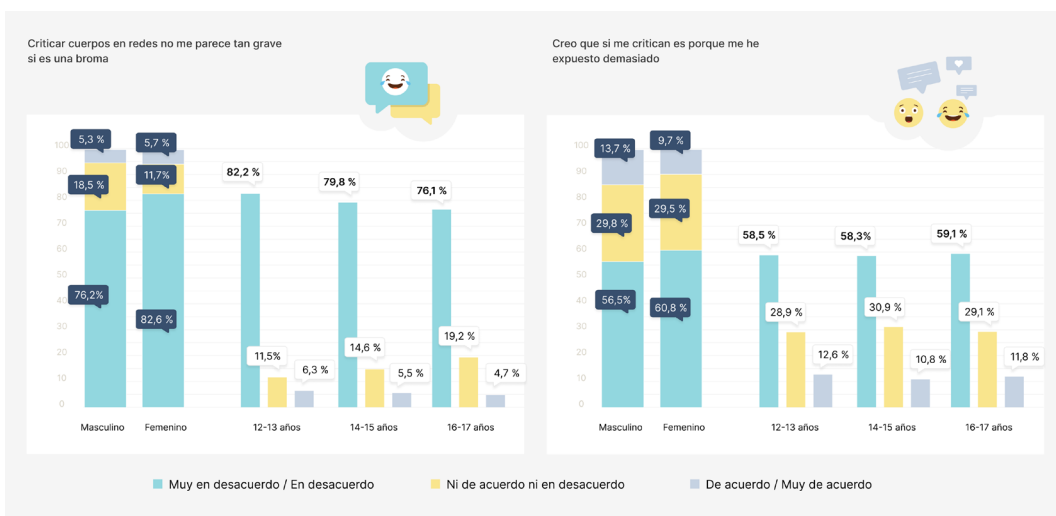
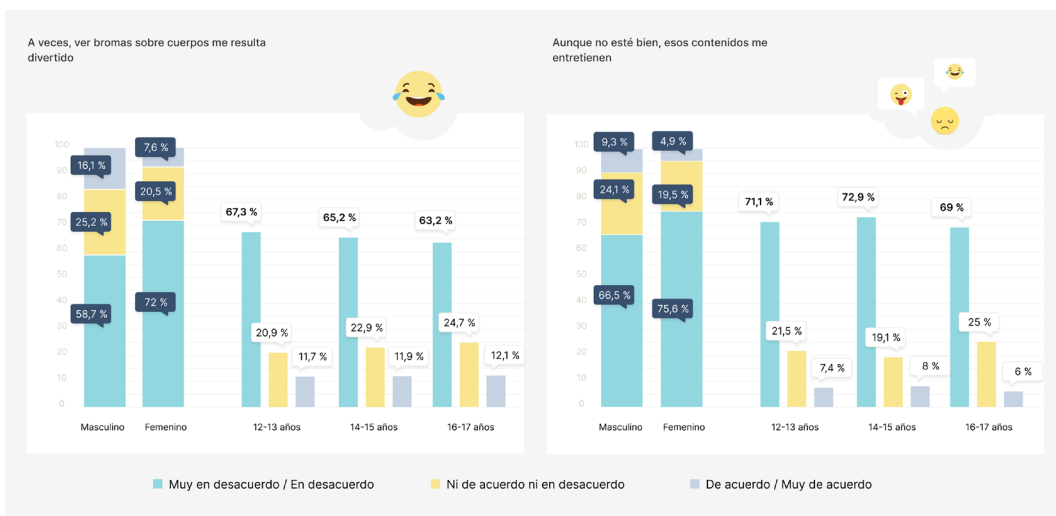
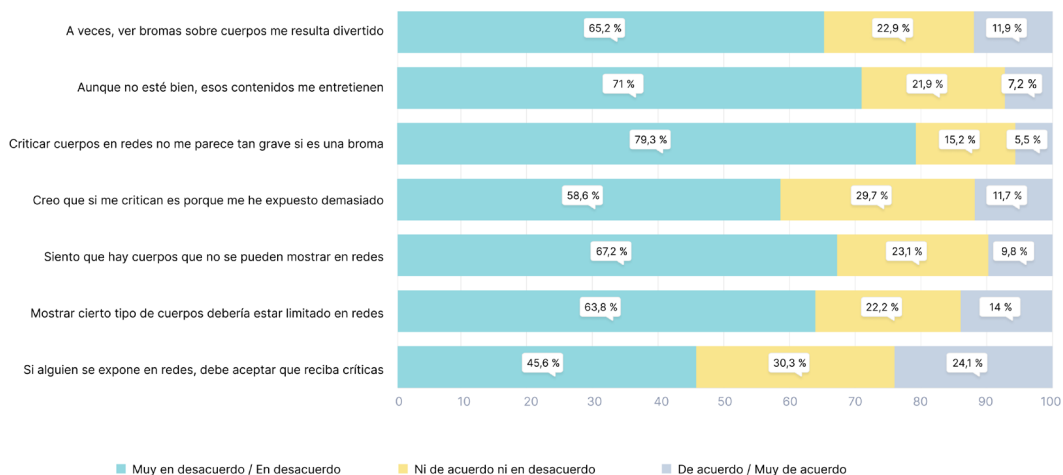


2.2. Normalización y justificación: “No está bien, pero...”

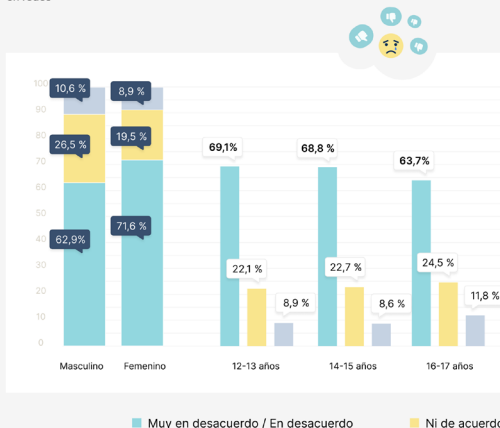
La normalización y justificación del odio corporal es rechazada por la gran mayoría de los adolescentes, aunque persisten ciertos sesgos de culpabilización hacia la víctima. La idea de que quien se expone en redes debe aceptar las críticas es la postura de justificación más extendida, compartida por el 24,1% de los menores. Menos frecuente es la idea de que criticar el físico no es grave si se trata de una broma (5,5%).

En lo que respecta al género, los chicos muestran una mayor tendencia a la trivialización que las chicas. Un 16,1% de ellos encuentra divertidas las bromas sobre cuerpos (frente al 7,6% de ellas), y un 13,7% considera que las críticas son fruto de una exposición excesiva del usuario (frente al 9,7% de ellas). Adicionalmente, el 17% de los chicos está de acuerdo con que algunos tipos de cuerpo en particular deberían limitar su exposición en redes sociales frente a la percepción del 10,8% de las chicas.

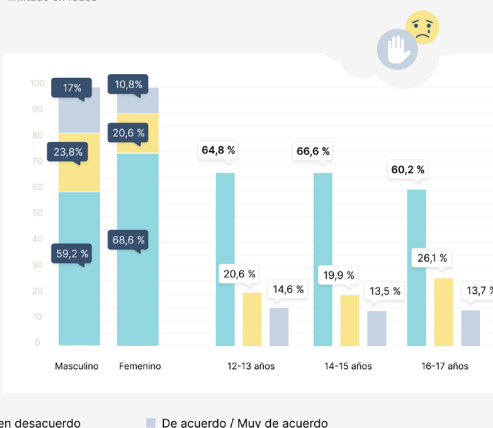
Estas actitudes presentan un ligero incremento a medida que avanza la edad de los menores. La aceptación de que la exposición pública implica recibir críticas aumenta del 22,9% entre los adolescentes de 12-13 años al 25,8% entre los de 16-17 años. Del mismo modo, la percepción de que existen cuerpos que no deberían mostrarse en entornos digitales se incrementa del 8,9% al 11,8% en los mismos tramos de edad.



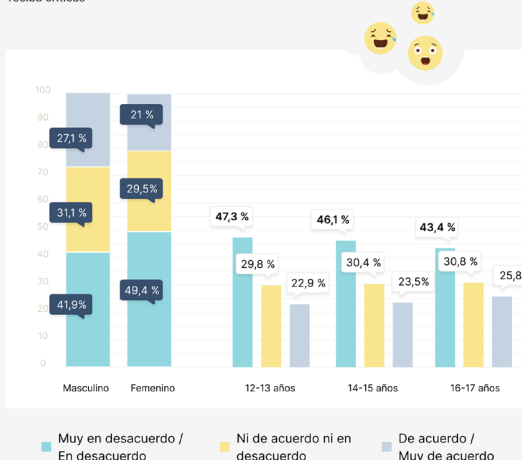
Siento que hay cuerpos que no se pueden mostrar en redes



Mostrar cierto tipo de cuerpos debería estar limitado en redes



Si alguien se expone en redes, debe aceptar que reciba críticas

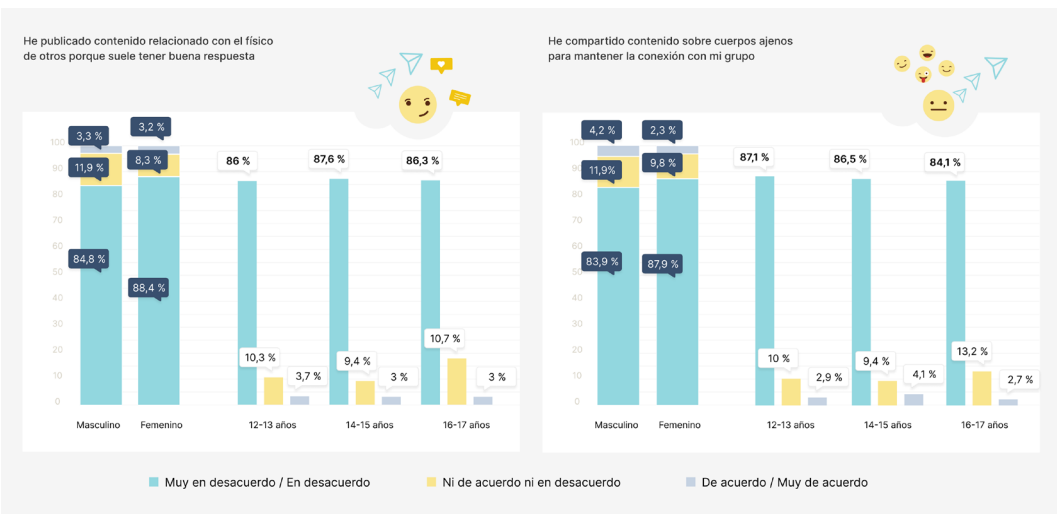
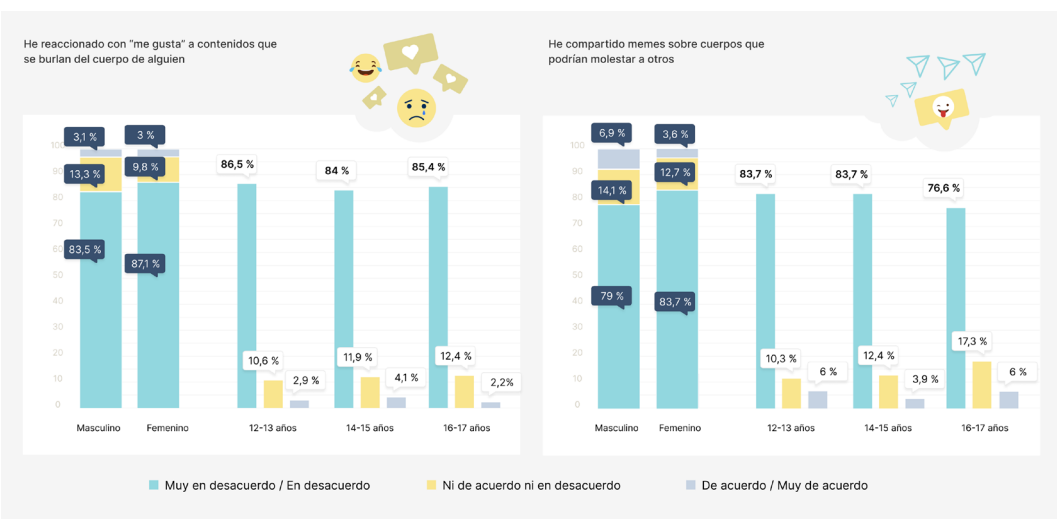
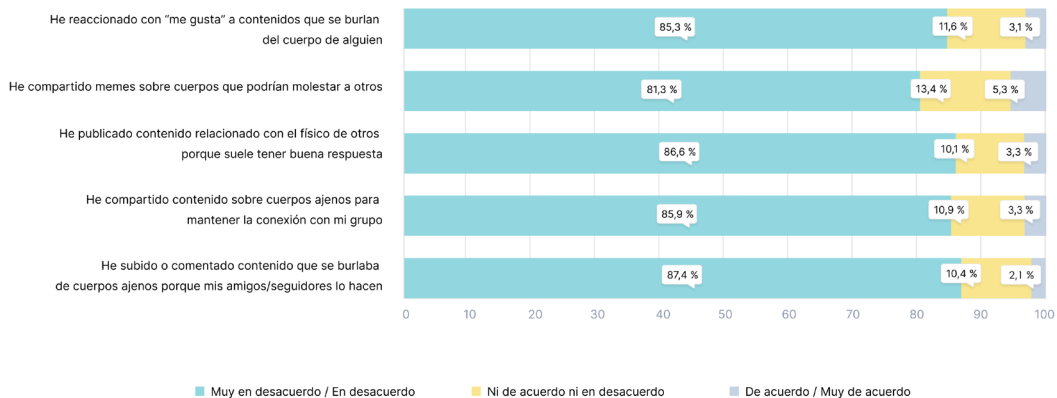


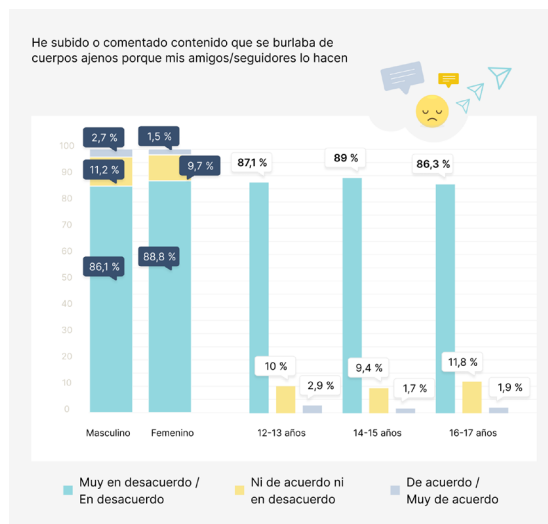
2.3. Complicidad pasiva y validación: "No ataco, pero lo refuerzo"

La complicidad pasiva y la validación social del odio corporal son comportamientos minoritarios entre los adolescentes, quienes rechazan reforzar este tipo de discursos. La práctica más común en este caso consiste en compartir memes sobre el físico que podrían resultar molestos (5,3%), una conducta que es casi el doble de frecuente en los chicos (6,9%) que en las chicas (3,6%). Por su parte, solo un 3,1% de los menores reconoce haber reaccionado con un "me gusta" a publicaciones que se burlan del cuerpo de otras personas.

El impacto de la presión grupal y la búsqueda de aceptación es limitado: un 3,3% admite compartir estos contenidos para mantener la conexión con su grupo (cifra que asciende al 4,2% en los chicos) y apenas un 2,1% participa en burlas simplemente porque sus amistades o seguidores lo hacen. También, el uso de la apariencia ajena para obtener una mejor respuesta en redes sociales solo es admitido por el 3,3% de los encuestados.

Estas dinámicas de validación presentan variaciones según la edad. El hábito de dar "me gusta" a contenidos de burla corporal pasa de un 2,9% a los 12-13 años a un pico del 4,1% en el tramo de 14-15 años, antes de descender al 2,2% a los 16-17 años. De igual modo, la acción de compartir contenido por conexión grupal aumenta del 2,9% al 4,1% en los mismos tramos de edad (12-13 y 14-15 años), mientras que el intercambio de memes ofensivos se sitúa en un 6% tanto en los menores de 12-13 años como en los de 16-17 años.





2.4. Agresión activa y presión grupal: “Yo también participo”

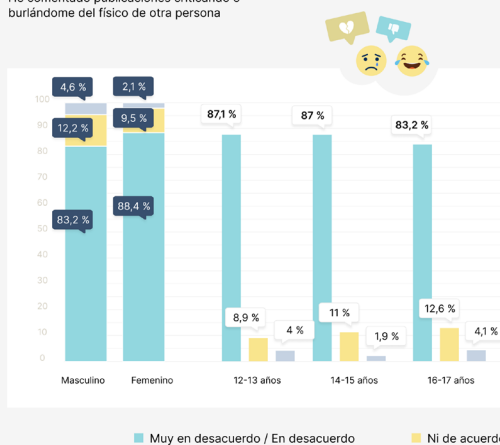
A partir de lo declarado por los adolescentes, la implicación en situaciones de agresión activa y presión grupal parece limitada, dado que la mayoría manifiesta su desacuerdo en este tipo de conductas. La práctica más extendida es la de realizar comentarios sobre el físico de otros dentro del círculo de amigos o seguidores (13%), una acción que los chicos (15,4%) admiten con mayor frecuencia que las chicas (10,6%).

En cuanto a la interacción en redes sociales, solo un 3,3% reconoce haber criticado o haberse burlado del físico de alguien en publicaciones, mientras que un porcentaje idéntico (3,3%) admite haber participado en comentarios negativos sobre el cuerpo de otros para encajar en su grupo. Otras acciones, como la creación de contenido negativo para obtener interacciones o la participación en retos que ridiculizan cuerpos, presentan una incidencia muy baja, oscilando entre el 1,3% y el 2% de los casos.

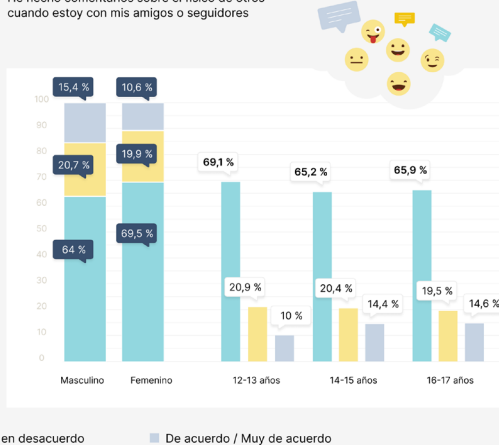
Estas conductas de agresión tienden a aumentar ligeramente a medida que los menores cumplen años. Los comentarios sobre el físico con amistades pasan del 10% en los 12-13 años al 14,6% en los 16-17 años. Asimismo, la creación de contenido negativo sobre cuerpos para obtener *likes* crece del 2,3% al 2,5%, mientras que el hábito de etiquetar a sus amistades en contenidos que se burlan del peso sube del 2,6% al 3% en las mismas franjas etarias.



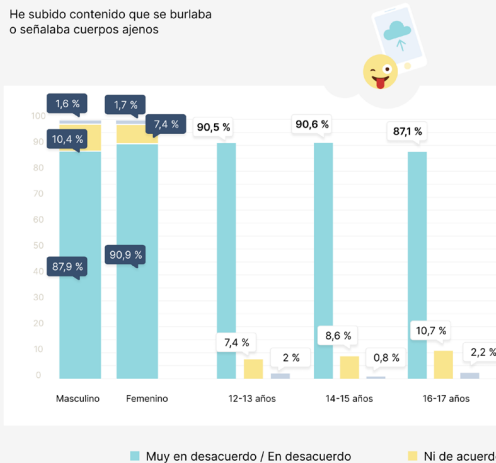
He comentado publicaciones criticando o burlándome del físico de otra persona



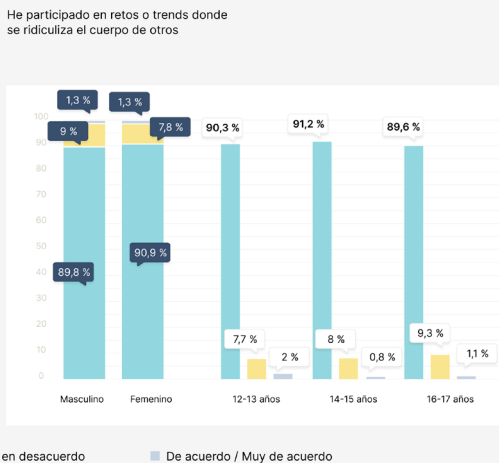
He hecho comentarios sobre el físico de otros cuando estoy con mis amigos o seguidores



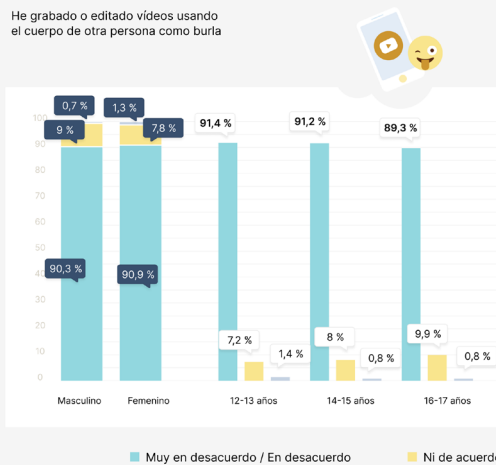
He subido contenido que se burlaba o señalaba cuerpos ajenos



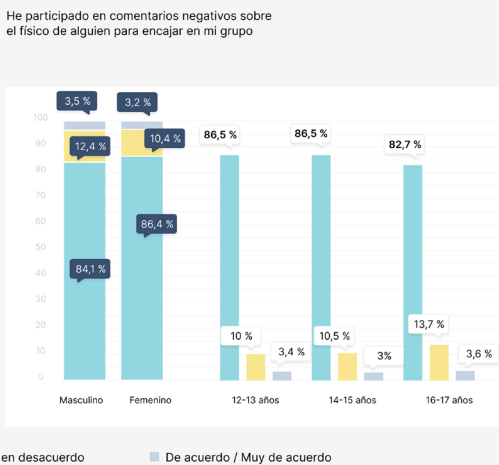
He participado en retos o trends donde se ridiculiza el cuerpo de otros



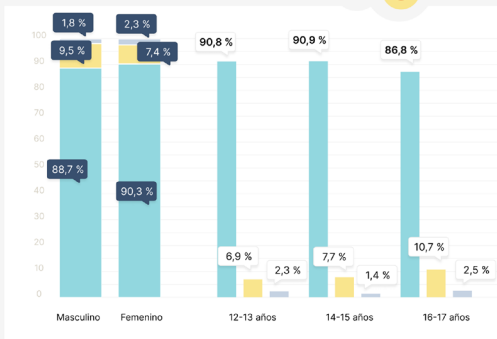
He grabado o editado videos usando el cuerpo de otra persona como burla



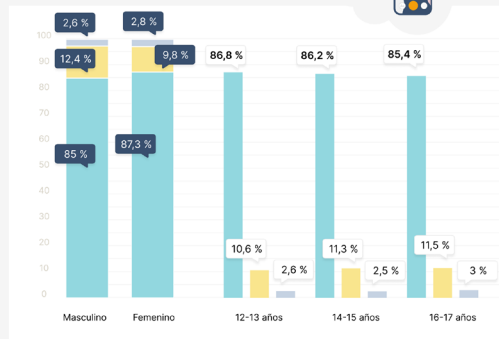
He participado en comentarios negativos sobre el físico de alguien para encajar en mi grupo



He creado contenido negativo sobre cuerpos porque recibe más *likes*/interacciones



He etiquetado o mencionado a amigos en contenido que se burla del peso de otras personas



■ Muy en desacuerdo / En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo / Muy de acuerdo

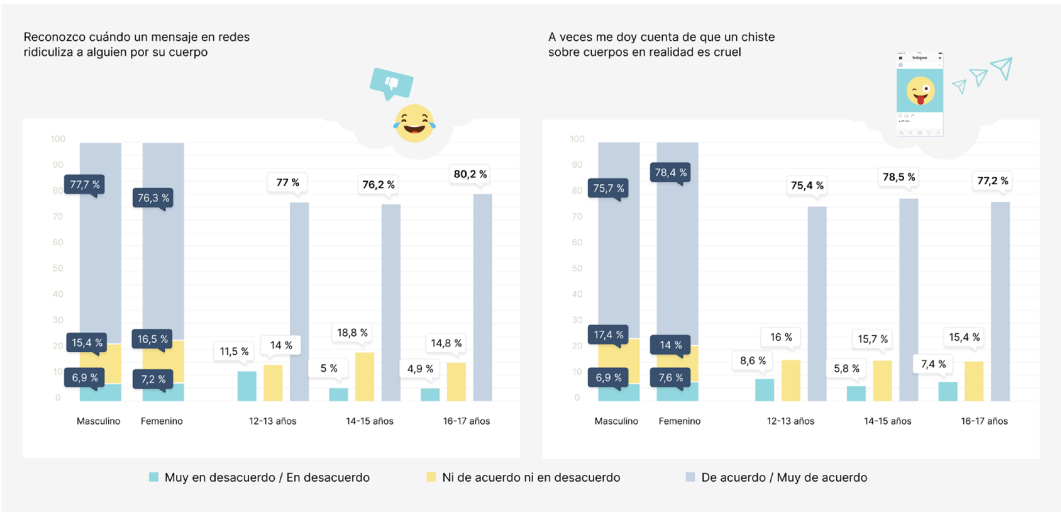
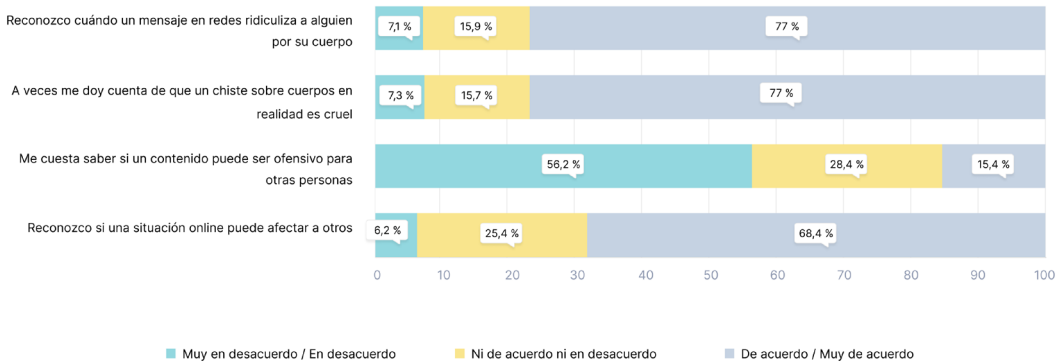
Bloque 3. Conciencia crítica y responsabilidad moral

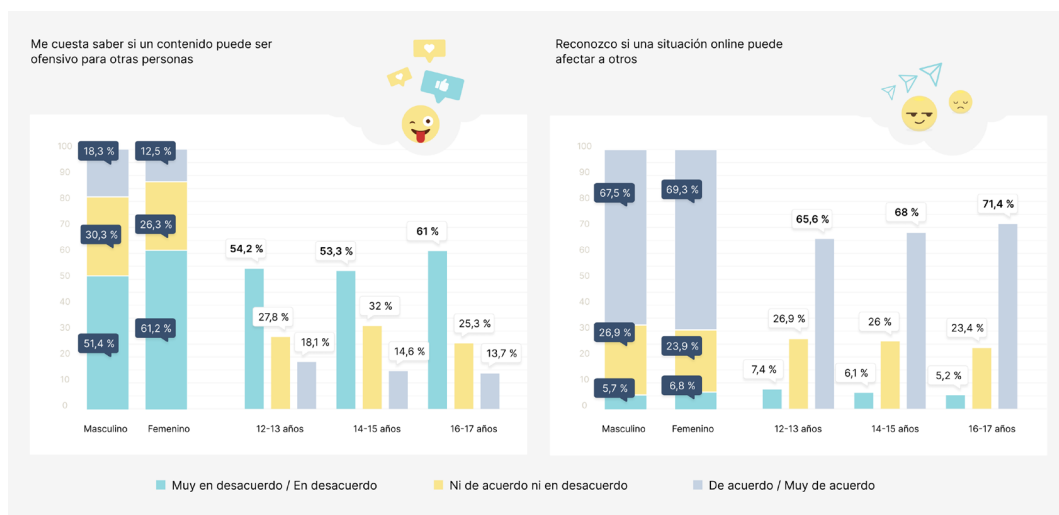
3.1. Detección del daño y lectura crítica: "Sé reconocer cuándo algo hace daño"

Los adolescentes consideran que tienen una buena capacidad para identificar el odio y ejercer una lectura crítica. Un 77% de los menores considera que sabe reconocer cuándo un mensaje en redes sociales pretende ridiculizar el cuerpo de otra persona. De igual forma, el 77% afirma ser capaz de identificar la crueldad tras los chistes sobre el físico, una percepción que resulta sutilmente superior en las chicas (78,4%) que en los chicos (75,7%).

En cuanto a la sensibilidad social, el 56,2% manifiesta no tener dificultades para saber si un contenido puede ser ofensivo para otras personas, una seguridad que es más notable entre las chicas (61,2%) que entre los chicos (51,4%). En este orden, el 68,4% asegura reconocer si una situación online puede afectar emocionalmente a terceros.

Con el paso de los años, los adolescentes tienden a evaluar de forma más positiva su capacidad crítica. La identificación de mensajes que ridiculizan el cuerpo pasa de un 77% en los menores de 12-13 años a un 80,2% en los de 16-17 años. En la misma línea, la confianza para determinar si un contenido es ofensivo sube del 54,2% al 61%, mientras que la conciencia sobre cómo una situación online puede afectar a otros aumenta del 65,6% al 71,4% en los mismos casos.



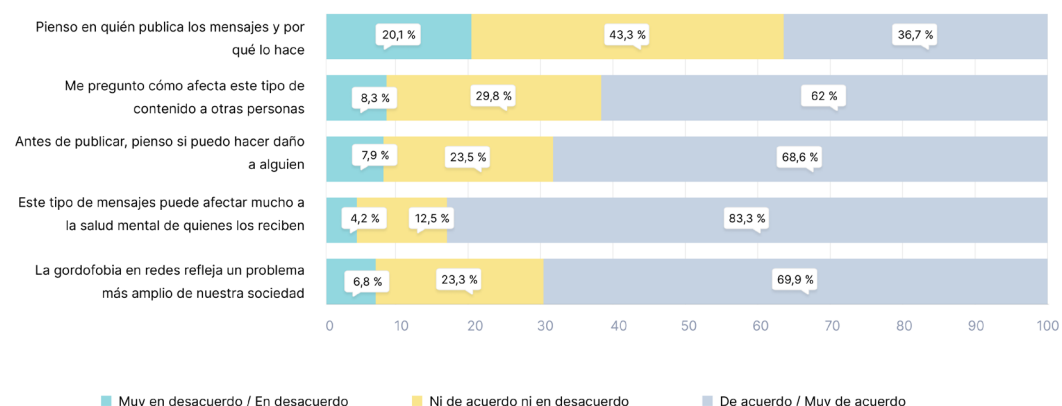


3.2. Empatía y reflexión ética: “Pienso en cómo afecta a los demás”

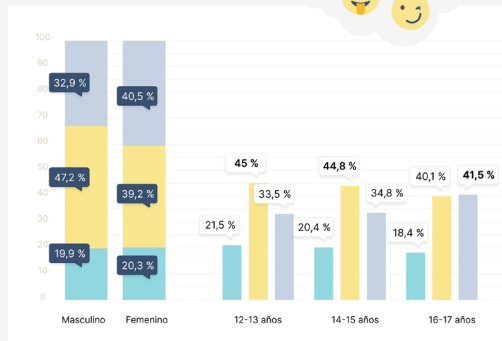
La percepción que tienen los adolescentes sobre la gravedad y trivialización del odio corporal refleja que la mayoría no considera estos ataques como algo normal o intrascendente. Un 83,3% de los menores considera que los mensajes de odio pueden afectar mucho a la salud mental de la víctima. En esta línea, el 68,6% afirma que, antes de publicar, piensa si puede hacer daño a alguien, una actitud de autorregulación que es más frecuente en las chicas (71,8%) que en los chicos (65,4%).

Por otro lado, el 62% de los adolescentes se pregunta cómo afecta este tipo de contenido a otras personas y un 69,9% percibe que la gordofobia en redes sociales es el reflejo de un problema social más amplio. No obstante, la reflexión sobre la autoría y la intención de los mensajes es la práctica menos extendida, ya que solo el 36,7% de los encuestados la lleva a cabo.

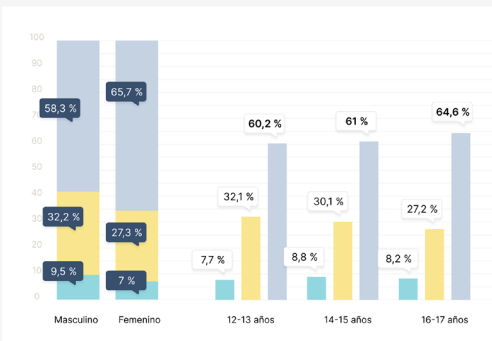
Ahora bien, estas valoraciones sobre la responsabilidad ética tienden a fortalecerse a medida que aumenta la edad de los adolescentes. La consideración de que estos mensajes dañan la salud mental pasa de un 81,7% en los menores de 12-13 años a un 84,9% en los de 16-17 años. También, la preocupación por cómo afecta el contenido a los demás sube del 60,2% al 64,6%, mientras que el hábito de cuestionar quién publica y por qué lo hace crece del 33,5% al 41,5% en los mismos tramos etarios.



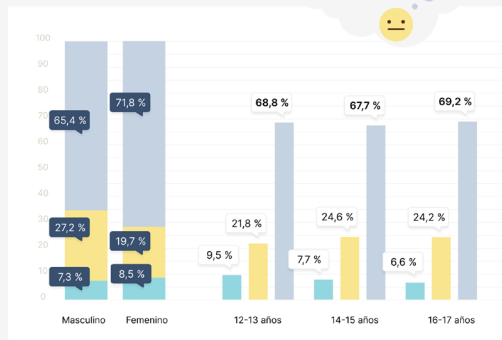
Pienso en quién publica los mensajes
y por qué lo hace



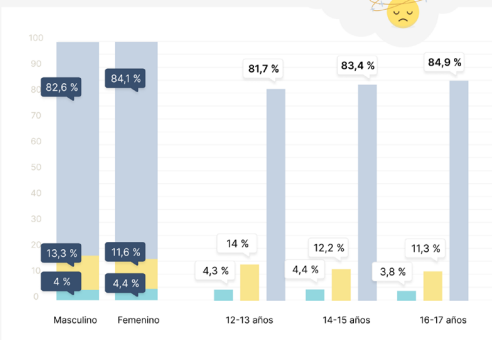
Me pregunto cómo afecta este tipo
de contenido a otras personas



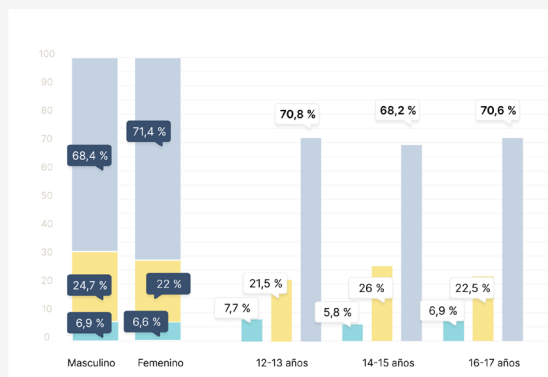
Antes de publicar, pienso si puedo hacer daño a alguien



Este tipo de mensajes puede afectar mucho a la
salud mental de quienes los reciben



La gordofobia en redes refleja un problema más amplio
de nuestra sociedad

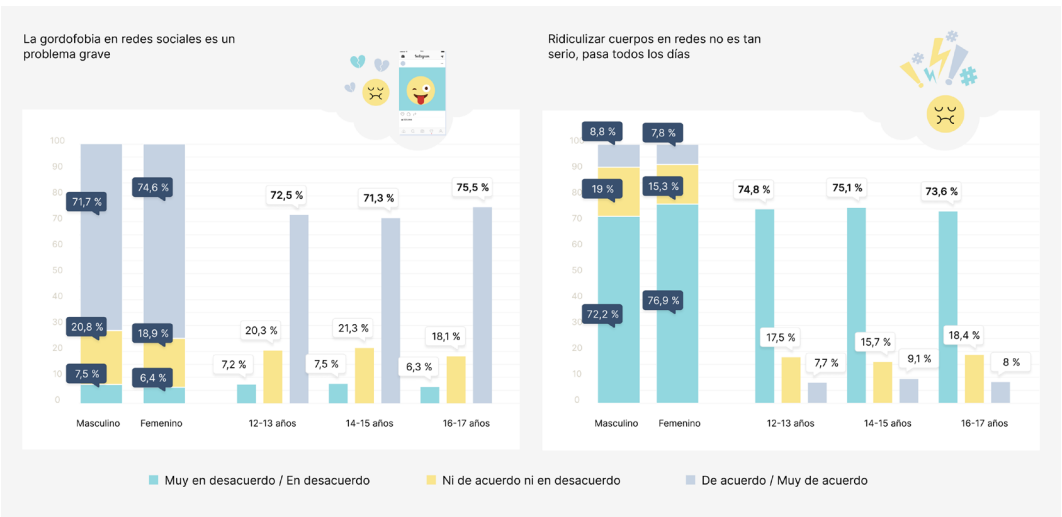
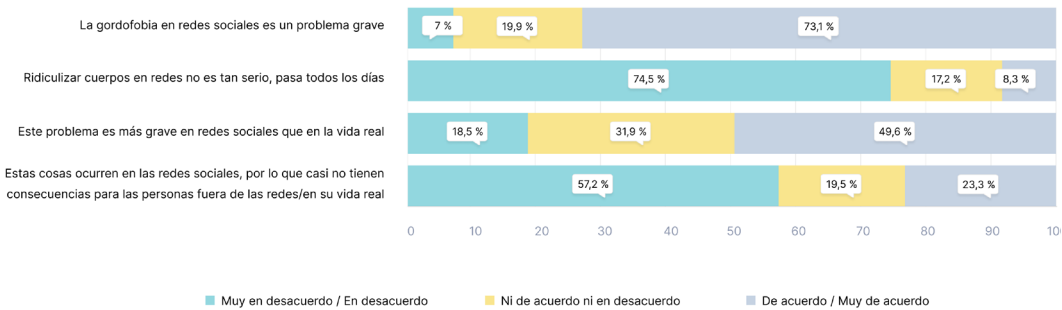


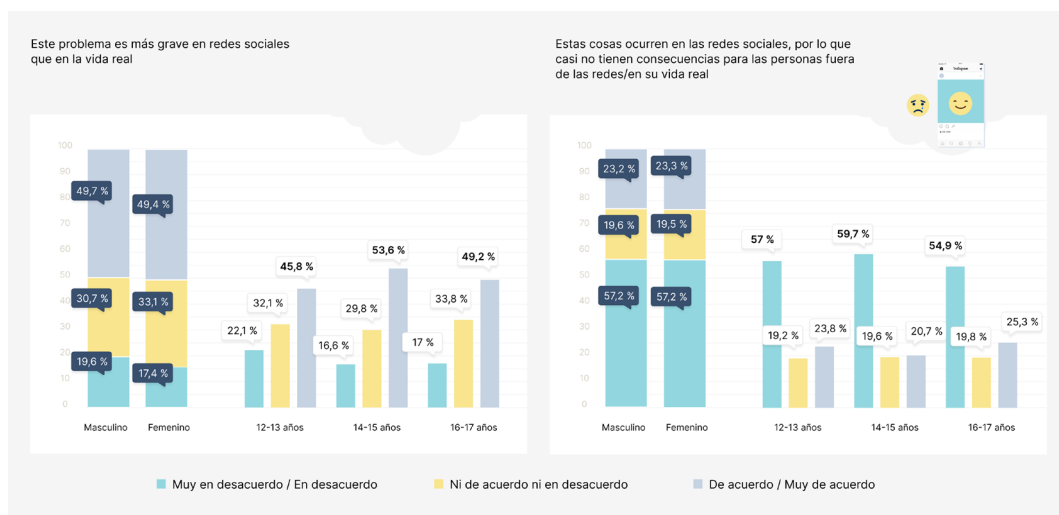
3.3. Percepción de gravedad y trivialización del odio: “¿Esto es serio o no?”

Los adolescentes rechazan la normalización del odio corporal en el entorno digital. Un 73,1% de los menores califica la gordofobia en plataformas sociales como un problema grave, una postura que es más firme entre las chicas (74,6%) que entre los chicos (71,7%). Del mismo modo, el 74,5% se posiciona en contra de considerar que la ridiculización de los cuerpos sea menos grave por el hecho de producirse de forma cotidiana.

En lo que respecta al impacto de estas situaciones, un 57,2% cuestiona la idea de que lo que sucede en Internet carezca de consecuencias en la vida de las personas, tratándose de una percepción idéntica en ambos géneros. Por otro lado, casi la mitad de los jóvenes (49,6%) considera que este problema adquiere una mayor gravedad en las redes sociales que en la vida real.

Con todo, estas valoraciones tienden a intensificarse con la madurez del menor. La consideración de la gordofobia como un problema serio pasa del 72,5% en el grupo de 12-13 años al 75,5% en el de 16-17 años. En paralelo, la percepción de que el odio corporal es más severo en el ámbito digital que en la realidad sube del 45,8% al 49,2% a medida que avanza la edad.



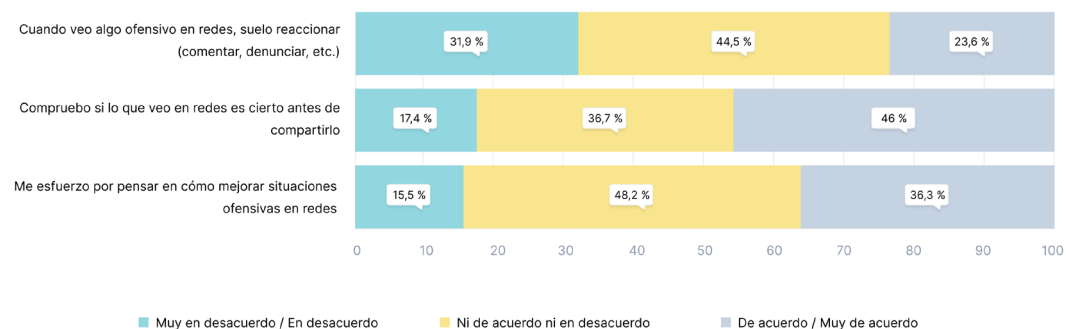


3.4. Agencia y comportamiento responsable: “Hago algo al respecto”

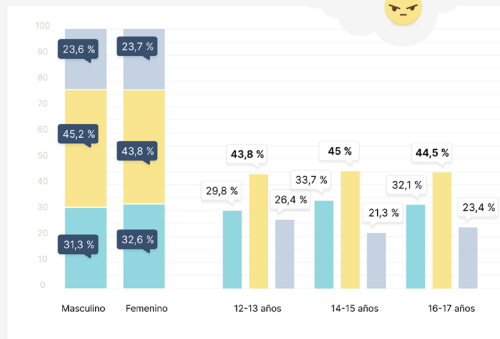
Ante contenidos ofensivos, los adolescentes reportan una orientación más reflexiva (verificar o pensar soluciones) que reactiva su conducta mediante comentarios o denuncias. Solo un 23,6% de los menores afirma que suele reaccionar cuando presencia algún hecho ofensivo en redes sociales, siendo una postura similar entre chicos (23,6%) y chicas (23,7%).

En cuanto a la verificación, casi la mitad de los adolescentes (46%) asegura comprobar la veracidad de lo que ve antes de compartirlo. Asimismo, un 36,3% de los participantes manifiesta esforzarse por pensar en cómo mejorar situaciones ofensivas en el entorno digital, una actitud proactiva que es más frecuente en las chicas (38,1%) que en los chicos (34,6%).

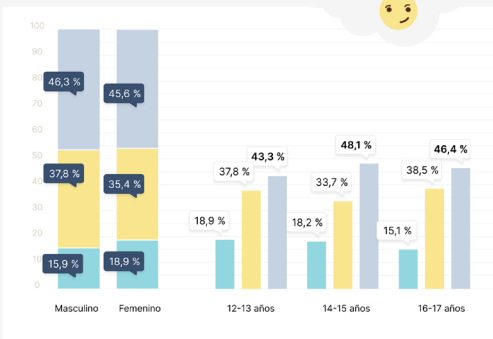
Estas conductas, propias de la ciudadanía digital, presentan ligeras oscilaciones con la edad. El hábito de reaccionar activamente ante las ofensas desciende del 26,4% en los menores de 12-13 años al 23,4% en los de 16-17 años. Por el contrario, la práctica de verificar la información antes de difundirla aumenta del 43,3% al 46,4% en los mismos tramos etarios, mostrando un pico de mayor cautela en el grupo de 14-15 años (48,1%).



Cuando veo algo ofensivo en redes, suelo reaccionar (comentar, denunciar, etc.)

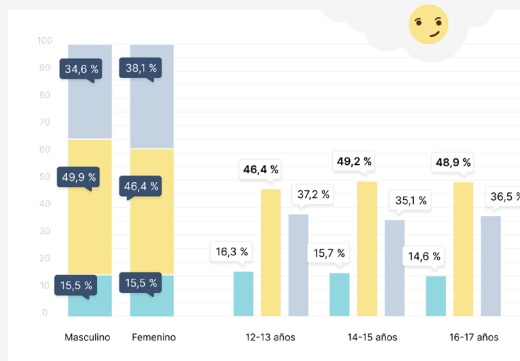


Compruebo si lo que veo en redes es cierto antes de compartirlo



■ Muy en desacuerdo / En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo / Muy de acuerdo

Me esfuerzo por pensar en cómo mejorar situaciones ofensivas en redes



■ Muy en desacuerdo / En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo / Muy de acuerdo

Conclusiones

En las interacciones diarias de adolescentes y jóvenes españoles en redes sociales, el cuerpo se convierte en una unidad de medida y validación social. Esto es, adquiere protagonismo en un continuo *scroll* de contenidos y en el acopio de comentarios y reacciones que ordenan qué cuerpos merecen atención y cuáles quedan expuestos a la burla o la exclusión. Los datos sitúan el peso corporal como uno de los focos más relevantes de esta evaluación, con una presencia de mensajes hostiles superior a la asociada con marcadores vinculados al racismo, la misoginia y otros. Esta exposición adversa, que parece no producirse de forma puntual ni excepcional, se integra en dinámicas juveniles de uso cotidiano de plataformas como TikTok e Instagram, en las que la visibilidad se distribuye de manera desigual, reforzando modelos corporales que inferen una suerte de "normalidad".

La gordofobia digital se despliega, así, como una atmósfera que condiciona la experiencia del menor en un bucle de ataques de odio. Comentarios, bromas, silencios y patrones de (auto)vigilancia corporal configuran un entorno en el que el aspecto físico no normativo, aquel que se desvía de los ideales hegemónicos de belleza ligados durante décadas a la delgadez y la tonificación muscular, se comprende como un problema o defecto individual. Los datos muestran que esta presión sociocultural estructura la forma en que las nuevas generaciones administran su presencia en línea, restringiendo su exposición, modulando sus publicaciones, filtrando sus imágenes y ajustando sus conductas para evitar convertirse en objeto de escrutinio.

Cabe reseñar que la mayoría de los menores del estudio reconoce que los discursos de odio dirigidos al aspecto físico tienen efectos negativos. Sin embargo, esta conciencia rara vez se traduce en confrontación. Lo común es evitar la exposición o modificar la conducta para reducir el riesgo de convertirse en objetivo. Esta deducción apunta hacia una discriminación corporal persistente que se apoya en la forma en que las plataformas organizan la visibilidad, en normas relacionales que desalientan el conflicto y en dinámicas emocionales que hacen que el malestar se experimente como un problema individual, más que como una responsabilidad colectiva. Con base en estas reflexiones, los resultados nos permiten dimensionar los principales hallazgos del análisis:

- El **odio dirigido al aspecto físico es el más frecuente**, siendo un **32,7% de adolescentes y jóvenes** los que afirman encontrar este tipo de contenidos "bastante o muchas veces" en redes sociales, frente al 23,9% en el caso del odio ideológico y al 15,3% en el racismo.
- La **exposición a mensajes gordofóbicos aumenta con la edad**, pasando del 24,9% en adolescentes de 12-13 años al 40,1% en el grupo de 16-17 años, lo que supone un incremento de más de 15 puntos.
- Existen diferencias de género relevantes: las **chicas declaran una exposición al odio corporal superior a la de los chicos** (36,7% frente a 28,9%).
- La **gordofobia digital** se concentra especialmente en **TikTok (62,3%)**, seguida de **Instagram (43,1%)**, lo que fortalece la centralidad del cuerpo como objeto de juicio audiovisual.
- Los mensajes de odio no proceden de perfiles marginales. Un **26,1% señala a personas jóvenes** de su misma edad y un **22,6% a cuentas de humor o memes como emisores habituales**.
- La experiencia más extendida no es la agresión, sino la **incomodidad emocional**, que afecta al **66,5% de los menores** al observar críticas enfocadas hacia el cuerpo de otras personas.
- El miedo anticipado es una emoción crítica, ya que un **39,8% teme que le ataquen o ridiculicen si comparte una foto**, porcentaje que asciende al **46,4% entre las chicas**.
- Más de 1 de cada 4 adolescentes (26,1%) manifiesta miedo a subir fotos en las que se vea su cuerpo, lo que evidencia procesos de **autocensura corporal**.
- El 23,9% reconoce **haber evitado interactuar en redes sociales (like o comentar) por miedo a recibir ataques**, lo que apunta a dinámicas de retirada y omisión.
- Aunque los ataques directos son menos frecuentes, no son inexistentes: un 7% declara **haber recibido comentarios negativos o burlas** relacionadas con su aspecto físico.
- Una parte significativa de los menores (24,1%) asume como norma implícita que la **exposición en redes sociales conlleva aceptar las críticas**, incluso cuando se reconoce el daño que estas pueden causar.
- La naturalización de normas corporales excluyentes también persiste, puesto que el 14% cree que **la diversidad corporal debería limitarse** y un 9,8% considera que hay **cuerpos que no deberían mostrarse en redes sociales**.

- La participación activa en burlas o agresiones es minoritaria, pero significativa. El **13% admite hacer comentarios sobre cuerpos en contextos grupales**, especialmente **entre chicos (15,4%)**.
- El 77% de los adolescentes reconoce **los mensajes que ridiculizan el cuerpo como problemáticos** y el 83,3% considera que pueden **afectar gravemente a la salud mental**.
- Pese a ello, **solo el 23,6% afirma reaccionar activamente cuando ve contenidos ofensivos**, evidenciando una brecha entre conciencia moral y activismo digital.

Implicaciones sociales

El análisis apunta hacia una corriente de odio que trasciende la noción del culto al cuerpo y se expresa en formas sistemáticas de enjuiciamiento del aspecto físico. La hostilidad se despliega a través de prejuicios que reorganizan y condicionan, a menudo de manera silenciosa con un *like*, las reglas de participación social en torno a la imagen corporal. El cuerpo del menor queda sometido a exigencias que definen cómo debe mostrarse, justificarse u ocultarse, tomando como referencia cánones digitales cada día más inestables y efímeros. Como consecuencia, de este marco se derivan las siguientes implicaciones:

- La creciente presencia de hostilidades asociadas a la gordofobia en redes sociales **contribuye a establecer un modo de participación digital fundamentado en la (auto) vigilancia**, de manera que los menores parecen aprender a mimetizarse con el entorno y a priorizar un silencio estratégico **para evitar convertirse en objeto de burla**.
- La brecha entre conciencia del problema y acción indica que saber que algo está mal no es suficiente cuando el contexto refuerza dinámicas de pasividad, lo que puede **debilitar las normas sociales de corresponsabilidad**.
- La asunción de que mostrarse en redes sociales implica necesariamente aceptar las críticas, traslada la responsabilidad del daño a quien expone su cuerpo, pudiendo **potenciar y legitimar las expresiones de odio**.
- La centralidad de plataformas con estructuras de consumo efímero y audiovisual que dependen de un sistema de validación cuantificado (*likes*, comentarios, compartidos, etc.), refuerza jerarquías corporales que, además de afectar a quienes reciben ataques, también **pueden condicionar las aspiraciones, la autoimagen y la expresión del conjunto de adolescentes y jóvenes** que observan y aprenden esas reglas.
- La gestión individualizada del malestar mediante autocensura, omisión o modificación de la conducta, favorece que la discriminación corporal se reproduzca como un problema o preocupación íntima, invisibilizando su carácter social y **empujando a los menores hacia trastornos vinculados a la percepción de la imagen corporal y/o la conducta alimentaria** (dismorfia, vigorexia, bulimia, anorexia, entre otros).
- En este contexto, la gordofobia actúa como un mecanismo de orden socio-digital que define quién puede ocupar el espacio público, recibir atención y expresarse sin riesgo, con potenciales consecuencias a largo plazo sobre **la representación de la diversidad corporal y el bienestar emocional** de las nuevas generaciones.

Colaboran

 **Universidad
Villanueva**

unir UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
DE LA RIOJA



DIGETHICA

iyC **infancia y
comunicación**
RED DE INVESTIGADORES



MINISTERIO
DE CIENCIA, INNOVACIÓN
Y UNIVERSIDADES



Cofinanciado por
la Unión Europea



AGENCIA
ESTATAL DE
INVESTIGACIÓN

Colección Mundo Digital



COLECCIÓN MUNDO DIGITAL | 28

Beatriz Feijoo, Patricia Lafuente,
Arantxa Vizcaíno-Verdú, Paula Neira