

Piropos *online* y comunicación digital: la objetivación sexual en la adolescencia

Online Compliments and Digital Communication: Sexual Objectification in Adolescence



Rosana Martínez Román. Profesora Permanente Laboral en el área de Teoría e Historia de la Educación de la Facultad de Educación y Trabajo Social de la Universidad de Vigo (Galicia, España). Doctora en Ciencias de la Educación y del comportamiento por la Universidad de Vigo. Su línea de investigación se centra, principalmente, en la violencia sexual, tanto en el espacio online como offline, educación afectivo-sexual, y coeducación.

Universidad de Vigo, España

rosana.mr@uvigo.gal

ORCID ID: 0000-0002-1122-5585



Alba Adá Lameiras. Profesora Permanente Laboral del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España). Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Vigo. Su línea de investigación se centra, principalmente, en el análisis de las representaciones de género en los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

Universidad Rey Juan Carlos, España

alba.adalameiras@urjc.es

ORCID ID: 0000-0002-3092-1463



Yolanda Rodríguez Castro. Profesora Titular de Universidad del Área de Personalidad, Evaluación y Tratamientos Psicológicos de la Facultad de Educación y Trabajo Social de la Universidad de Vigo (Galicia, España). Es Doctora de Psicopedagogía en el año 2006. Actualmente es Directora de la Unidad de Igualdad de la Universidad de Vigo. Su línea de investigación se centra, principalmente, en la violencia sexual y de género, tanto en el espacio online como offline, los estereotipos de género, el sexismo y la educación afectivo-sexual.

Universidad Vigo, España

yrcaastro@uvigo.gal

ORCID ID: 0000-0001-9965-2348

Cómo citar este artículo:

Martínez Román, R.; Adá Lameiras, A. y Rodríguez Castro, Y. (2026). Piropos *online* y comunicación digital: la objetivación sexual en la adolescencia. *Doxa Comunicación*, 42, pp. 479-498.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n42a3045>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

Resumen:

El colectivo adolescente utiliza las redes sociales como una herramienta clave para la comunicación, el inicio y consolidación de las relaciones interpersonales, así como para la expresión de su sexualidad a través de la imagen corporal. Los objetivos de este estudio fueron analizar las experiencias de objetivación a través de los “piropos *online*” que emite y recibe el colectivo adolescente en la esfera digital, determinar los comportamientos de quien emite y recibe estos comentarios, comprender la finalidad de la emisión, y conocer los sentimientos y reacciones que les genera al colectivo adolescente que recibe piropos en la esfera digital. Los participantes fueron 232 estudiantes (121 chicas y 111 chicos) de Educación Secundaria y Bachillerato, de entre 15 y 18 años, del noroeste de España, que participaron en 20 grupos de discusión. Los principales resultados mostraron que el colectivo adolescente utiliza las redes sociales para compartir sus propias imágenes y vídeos e interactuar socialmente a través de comentarios objetivantes, especialmente hacia las chicas. De este modo, la emisión y recepción de piropos *online* no solamente son una continuidad de las experiencias que se reflejan en el contexto *offline*, sino que son comportamientos que pueden suceder con más frecuencia y con más dureza en el contexto virtual. Nuestros resultados sugieren la necesidad de incorporar programas integrales de educación sexual en las escuelas para promover relaciones socioafectivas sanas y libres de violencia.

Palabras clave:

adolescentes, redes sociales, piropos *online*, objetivación sexual, ciberacoso sexual.

Abstract:

Adolescents use social media as a key tool for communication, initiating and maintaining interpersonal relationships, and expressing their sexuality through bodily self-representation. This study aimed to analyze experiences of sexual objectification through “online compliments” exchanged among adolescents in digital environments; to identify the behaviors of those who send and receive such comments; to understand the intent behind their emission; and to explore the feelings and reactions elicited in adolescents who receive these remarks online. The sample consisted of 232 students (121 girls and 111 boys) enrolled in secondary and post-compulsory education in northwestern Spain, aged between 15 and 18, who participated in 20 focus groups. The main findings reveal that adolescents use social media to share personal images and videos and to engage socially through objectifying comments, particularly directed at girls. These online compliments not only mirror offline experiences but often occur with greater frequency and intensity in virtual contexts. Our results underscore the urgent need to implement comprehensive sex education programs in schools to foster healthy, violence-free socio-affective relationships.

Keywords:

Adolescents, social media, online compliments, sexual objectification, cybersexual harassment.

1. Introducción

En la era digital, las redes sociales se han consolidado como espacios prioritarios de cibersocialización para la población adolescente, y desempeñan un papel fundamental en la configuración y desarrollo de sus vínculos sociales, afectivos y comunicativos (Rodríguez-Castro et al., 2021a). El uso de las TIC se ha generalizado hasta alcanzar niveles prácticamente universales, en Europa el 97% de los jóvenes europeos entre 16 y 29 años utiliza internet a diario, una cifra que ha experimentado un crecimiento exponencial desde 2015 (Eurostat, 2025). En 2024, el 88% de los jóvenes de entre 16 y 29 años de la UE utilizaban las redes sociales (Eurostat, 2025). Según el estudio *Health Behaviour in School-aged Children* (HBSC, 2024) de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024), el 36% del colectivo adolescente en Europa mantiene un contacto constante con sus amistades a través de plataformas digitales, porcentaje que asciende al 44% entre las chicas y los chicos de 15 años. Siendo las plataformas digitales más populares entre los jóvenes europeos de 13 a 24 años son WhatsApp, Instagram, TikTok, Snapchat y Youtube (*Global Digital*, 2025).

En el contexto español, el uso de internet entre adolescentes es prácticamente universal, el 96% navega habitualmente por internet o plataformas digitales (INE, 2025) y casi 9 de cada 10 se conectan varias veces al día o permanecen conectados de forma continua. Esta hiperconectividad se intensifica con la edad, el 12% del colectivo adolescente de 14 años están conectados a internet o plataformas digitales más de cuatro horas diarias, mientras que aumenta hasta un 21% en jóvenes con 16 años (*Save the Children*, 2024). También, es importante resaltar que la iniciación digital se produce a edades cada vez más tempranas, el 58% comienza a utilizar Internet y plataformas digitales de forma habitual desde los 11 años, y casi 1 de cada 3 lo hace antes de los 10 años (*Save the Children*, 2024).

Las redes sociales constituyen el principal motivo de conexión, el 79,8% de la juventud en España las utilizan como actividad principal, y un 13,3% crea contenido específicamente para publicarlo en estas plataformas digitales (*Save the Children*, 2024). La presencia de adolescentes en redes sociales es muy elevada, un 98,5% de la juventud española está registrada en al menos una red social, y el 83,5% lo está en tres o más (UNICEF, 2022). Las plataformas más utilizadas por las personas adolescentes en España entre 12 y 17 años son WhatsApp (95%), Instagram (86%), TikTok (81%) y Youtube (69%) (*IAB Spain*, 2025). Estos datos reflejan una clara preferencia del colectivo adolescente por entornos digitales caracterizados por la inmediatez, la interactividad y la conectividad constante, frente a los espacios *offline*. Sin embargo, la hiperconectividad no está exenta de riesgos, el 33% de la población adolescente española entre 12 y 16 años presenta un riesgo elevado de uso compulsivo de servicios digitales, incluyendo redes sociales (ONTSI, 2024). En esta línea, el estudio europeo *Kids Online* (O'Neill y Dopona, 2025) sitúa a España como el país con una mayor prevalencia de uso problemático de Internet entre jóvenes de 9 a 18 años. En concreto, el 13% de la juventud entre 12 y 18 años presentan comportamientos de ciberadicción, y un 32% se encuentra en situación de riesgo.

Además de los riesgos asociados al tiempo de conexión, emergen preocupaciones vinculadas a la exposición a contenidos sexuales y a interacciones de carácter sexual inapropiadas (O'Neill y Dopona, 2025). Según el último informe de UNICEF (2022), más del 40% de las personas adolescentes afirmaron haber recibido mensajes de contenido erótico/sexual, 1 de cada 10 ha recibido proposiciones sexuales por parte de adultos, y 1 de cada 5 podría estar sufriendo ciberacoso. Estos datos ponen en evidencia que, independientemente del contexto geográfico, el uso intensivo y cotidiano de las redes sociales por parte del colectivo adolescente a nivel global (Bärtl, 2018), lo que convierte a estos entornos digitales en espacios clave para comprender las nuevas formas de socialización, comunicación y expresión de la sexualidad en la adolescencia, así como el impacto que tienen en el desarrollo psicosocial de la adolescencia y juventud.

En la esfera virtual, las redes sociales constituyen entornos altamente visuales, saturados de imágenes y vídeos centrados en la apariencia física y el cuerpo sexuado (Bell et al., 2024; Burnell et al., 2021). El colectivo adolescente en las redes sociales comparte y publica imágenes y/o vídeos en los que consideran que “se ven bien”, mostrando sus cuerpos y atributos físicos conforme a los estándares idealizados de belleza promovidos por la cultura digital dominante (Berne et al., 2014; Burnette et al., 2017). Cabe destacar que, en la etapa de la adolescencia la apariencia física constituye un elemento central en la percepción de sí mismos y en la aceptación y reconocimiento por parte del grupo de iguales (Mayeux y Kleiser, 2020). En estas plataformas digitales, la principal funcionalidad de las imágenes y/o vídeos es animar a las personas a que interactúen a través de comentarios “positivos” (Paddock et al., 2025; Bell, 2019; Chua y Chang, 2016; Rideout y Fox, 2018), “likes” o *emojis* (Nesi et al., 2018). Estos comentarios pueden ir desde comentarios objetivantes sobre su apariencia física hasta insinuaciones explícitas o proposiciones de índole sexual (Frisén y Berne, 2020).

De esta forma, el colectivo adolescente en las redes sociales se encuentra constantemente expuesto a la recepción de comentarios de carácter sexual y/o a reacciones visuales (“likes” o *emojis*) a sus publicaciones en sus redes sociales (Vandenbosch et al., 2022), tanto por parte de sus iguales como de personas desconocidas. Estas formas de interacción social se han consolidado como una vía habitual y normalizada de comunicación entre el colectivo adolescente (Rodríguez-Castro et al., 2021a). Esta práctica se enmarca en una cultura digital que tiende a reforzar la objetivación del cuerpo femenino, en la que las chicas se convierten en las principales receptoras de este tipo de comentarios, reforzando así las jerarquías de género en las relaciones interpersonales, y se perpetúan las dinámicas de poder y los estereotipos de género (Lameiras et al., 2018, 2024; Rodríguez-Castro et al., 2025).

Para comprender cómo la cultura occidental cosifica y objetiviza sistemáticamente el cuerpo o partes del cuerpo de niñas y mujeres nos basamos en la Teoría de la objetivación desarrollada por Fredrickson y Roberts (1997), la cual explica las consecuencias de ser mujer en una cultura que trata a niñas y mujeres como objetos sexuales a través de la evaluación corporal (ej.: silbidos, miradas, comentarios sexuales), y de avances sexuales no deseados, acoso y/o abuso sexual (Kozee et al., 2007). La evaluación del cuerpo de las chicas y las mujeres desde una “mirada objetivadora”, se define como la conducta de inspeccionar visualmente o mirar fijamente el cuerpo o partes sexuales del cuerpo de otra persona (Gervais et al., 2013), con el propósito de ser “usada” o para el “consumo” de otros (Fredrickson y Roberts, 1997). Focalizar la atención en los cuerpos conduce a una “literal objetivación” definida como “cualquier situación en la que una persona es percibida como un objeto” (Heflick y Goldenberg, 2014, p. 225). De esta manera, las experiencias de objetivación representan una forma de deshumanización, situando a quienes son objetivadas en un nivel inferior a los seres humanos (Gervais et al., 2013).

Las experiencias de objetivización, a través de comentarios sobre la apariencia física y el cuerpo sexuado de las mujeres, suelen iniciarse en la transición de la niñez a la adolescencia, cuando los cuerpos de las niñas comienzan a atraer la mirada, la sexualización y la evaluación de los chicos y de los hombres (Fredrickson y Roberts, 1997; Farquhar y Wasylkiw 2007; Rousseau y Eggermont 2017; Tiggemann y Slater 2015; Ward et al., 2015). Esta etapa del desarrollo resulta especialmente relevante en relación con los procesos de objetivación y auto-objetivación, ya que las experiencias de sexualización del cuerpo femenino aumentan considerablemente con la llegada de la pubertad. Los cambios físicos propios de esta etapa no solo transforman la imagen corporal, sino que también van acompañados de una creciente tendencia a la autoobjetivación, es decir, a interiorizar la mirada externa como forma de autovaloración de la apariencia física y cuerpo sexuado (Mustafa y Akram, 2022). De este modo, las chicas y las mujeres encadenan su identidad al valor otorgado a sus cuerpos, y son condenadas a la insatisfacción cuando estos no encajan en los estándares de belleza (Fredrickson y Roberts, 1997). Así, para las chicas y las mujeres la insatisfacción con su cuerpo es más una regla que una excepción, y este “descontento normativo” continúa en las sociedades actuales (Fallon et al., 2014; Lameiras et al., 2018, 2024), tanto analógicas como digitales. En consecuencia, las experiencias de objetivación comprometen la construcción de la identidad de las chicas y de las mujeres, reduciéndolas a su belleza y sexualidad y desconectándolas de su cuerpo, pensamientos, sentimientos y deseos para convertirse en objetos de interés y atención sexual por parte de los chicos y de los hombres (Fredrickson y Roberts, 1997; Rousseau y Eggermont 2017; Tiggemann y Slater 2015; Ward et al., 2015).

En la actualidad, la teoría de la objetivación de Fredrickson y Roberts (1997) puede ser particularmente relevante en el contexto de las redes sociales en el que el colectivo adolescente, especialmente las chicas, publican imágenes y vídeos de sí mismos/as para que las miren, cosifiquen y emitan comentarios objetivantes (Tiggeman y Barbato, 2018). Este tipo de comportamientos, a menudo normalizados, constituyen manifestaciones de ciberacoso sexual que muchas veces no son reconocidas como tales

por quienes las experimentan o reproducen. De este modo, las redes sociales proporcionan una plataforma digital única para estudiar en profundidad los efectos de los comentarios objetivantes relacionados con la apariencia física y el cuerpo sexuado (Tiggeman y Barbato, 2018).

La literatura científica a nivel internacional evidencia que las experiencias de objetivación sexual entre el colectivo adolescente en la esfera *online* evidencian que tanto la visualización como la publicación de imágenes y/o vídeos en las redes sociales aumenta las experiencias de objetivación sexual a través de la emisión y recepción de piropos *online* centrados en la apariencia física y el cuerpo sexuado (Bell et al., 2019; Burnell et al., 2021; Butkowski et al., 2019; Frisén et al., 2020; Fardouly et al., 2017; Feltman y Szymanski, 2018; Lin et al., 2022; Manago et al., 2015; Paddock et al., 2024, 2025; Sarabia y Estévez, 2016). Son las chicas las que reciben con más frecuencia experiencias de objetivación sexual a través de piropos *online*, y los chicos los que más los emiten (Burnell et al., 2021; Lin et al., 2022). Los estudios internacionales muestran que entre un 79.2% y un 85% de las chicas han recibido comentarios objetivantes en sus publicaciones en redes sociales, centrados en su apariencia física y cuerpo sexuado (Burnell et al., 2021; Paddock et al., 2024, 2025) seguido de “likes” y/o *emojis* (16.7%) (Paddock et al., 2025). Estas prácticas están ampliamente normalizadas entre el colectivo adolescente y se asocian con indicadores de reconocimiento social en el grupo de iguales (Paddock et al., 2024).

Así, el uso de redes sociales, como Instagram o Tik Tok, centradas en el contenido visual y la retroalimentación inmediata a través de comentarios objetivantes refuerzan y aumentan las experiencias de objetivación (Tiggemann y Barbato, 2018; Frisén y Berne, 2020). Estas dinámicas conllevan importantes riesgos psicosociales, ya que la exposición constante a comentarios objetivantes se ha relacionado con una mayor autoobjetivación, vigilancia corporal, mayor preocupación sobre la imagen corporal, insatisfacción corporal y con una baja autoestima (Burnell et al., 2021; Rodgers y Melioli, 2016). Además, las experiencias de objetivación también pueden derivar en situaciones de ciberacoso (Berne et al., 2014; Rodgers y Melioli, 2016). El ciberacoso es muy frecuente entre adolescentes, y siguiendo el estudio de Rodgers y Melioli (2016) casi el 90% de la juventud afirmaron conocer a alguien que ha sido víctima de ciberacoso a través de comentarios objetivantes sobre su apariencia física, señalando la red social Instagram como la plataforma digital más frecuente.

En España, hasta donde alcanza nuestro conocimiento, el estudio de las experiencias de objetivación en la adolescencia a través de los piropos en redes sociales es todavía una línea de investigación incipiente. Este tipo de comentarios que objetivizan sexualmente el cuerpo o partes del cuerpo de las mujeres a través de los piropos es una forma de acoso sexual. Los piropos son el acoso sexual más común y normalizado en las culturas occidentales, particularmente en países como España, Portugal y otras naciones hispanohablantes (Bailey et al., 2016; Moya-Garófano et al., 2022), lo que podría llevar a que estas conductas se consideren socialmente positivas por la sociedad y/o por quien las recibe (Moya-Garófano et al., 2021). El reciente estudio de Pérez et al. (2024) proporciona datos sobre la magnitud y las características de esta forma de acoso sexual a través de las experiencias de objetivación sexual en la esfera *online*. El estudio de Pérez et al. (2024) evidencia que el 31,6% de las jóvenes, entre 18 y 35 años, han recibido comentarios en Instagram, en los que se las trata como objetos sexuales. Además, el 27% ha recibido contenido sexual no solicitado, el 38,3% han recibido de forma masiva mensajes sin ellas contestar, el 30,5% es consciente de que alguien visualiza su contenido de forma compulsiva, el 16,4% ha recibido mensajes intimidatorios, el 16% de las jóvenes han recibido insultos o mensajes en los que se alude a algún aspecto de sus cuerpos entendido socialmente como un defecto y el 2% han sufrido amenazas, extorsiones o chantajes con publicar contenido sexual en el que aparecen.

Actualmente, no se dispone de estudios cualitativos en el contexto español que exploren en profundidad las experiencias de objetivación a través de los “piropos *online*” (comentarios sexuales sobre la apariencia física y el cuerpo sexual), en las redes sociales, dirigidos al colectivo adolescente, y que conceptualicen estos comportamientos como una manifestación de ciberacoso sexual en las plataformas digitales. Por tanto, los objetivos del presente estudio son analizar las experiencias de objetivación a través de los “piropos *online*” que emite y recibe la juventud en la esfera digital, determinar los comportamientos de quien emite y recibe estos comentarios, comprender la finalidad de la emisión, y conocer los sentimientos y reacciones que les genera al colectivo adolescente que recibe piropos en la esfera digital. Todo ello, con el propósito de comprender cómo el colectivo adolescente reproduce y adapta las dinámicas tradicionales de género propias del espacio *offline* al entorno virtual, contribuyendo así a la perpetuación de la objetivación sexual y del acoso sexual en sus nuevas formas digitales.

2. Metodología

2.1. Participantes

En este estudio participaron 232 adolescentes (121 chicas y 111 chicos) estudiantes del segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y 1º y 2º de Bachillerato, pertenecientes a Institutos de Educación Secundaria públicos del noroeste de España, con un rango de edad que va desde los 15 hasta los 18 años, y se organizaron en 20 grupos de discusión.

2.2. Instrumento

Para la aplicación de los grupos de discusión se elaboró un guion de cuestiones *ad hoc* para dar respuesta a los objetivos del presente estudio. El guion de preguntas fue de carácter semiestructurado para todos los grupos de discusión, con el objetivo de garantizar la uniformidad de la información recogida. En este guion de preguntas se recopilaron datos sociodemográficos (edad, género y curso académico) y preguntas abiertas sobre las siguientes áreas temáticas: i) piropos *online* emitidos y recibidos en la esfera virtual, ii) los comportamientos del colectivo adolescente que emite piropos *online*, iii) la tipología de los piropos que emiten y reciben las personas adolescentes en la esfera *online*, y por último iv) los sentimientos y las reacciones de la juventud a la recepción de piropos *online*.

2.3. Procedimiento

La recogida de la información se realizó en ocho centros educativos públicos de secundaria del noroeste de Galicia (España) durante el año 2024. El equipo de investigación proporcionó a los equipos directivos de los centros educativos una explicación sobre la finalidad del estudio, así como su carácter voluntario, anónimo y confidencial. En relación con las cuestiones éticas del presente estudio, por la condición de menores de edad de las personas participantes, se ha contado con el consentimiento de las personas responsables académicas y la autorización firmada de las madres, padres, y/o tutores legales para la participación de las personas adolescentes en los grupos de discusión. Las sesiones de los grupos de discusión se desarrollaron en los mismos centros educativos durante el horario lectivo. Cada una de las sesiones tuvo una duración de aproximadamente 45-50 minutos.

2.4. Análisis de datos

Se utilizaron los grupos de discusión por los beneficios que aporta esta técnica en la recogida de información, permitiendo al colectivo adolescente sentirse más cómodos para responder a las preguntas, compartir sus percepciones y experiencias entre el grupo de iguales (Horner, 2000). Todas las sesiones de los grupos de discusión fueron grabadas para posteriormente llevar a cabo la transcripción literal y el análisis de la información recopilada.

El tratamiento de la información recogida se realizó con el programa informático ATLAS.ti versión 24 que permite el trabajo y la gestión de un gran volumen de datos, incrementando la transparencia, la coherencia y el rigor científico en el proceso de análisis (Weitzman, 2000). Además, el uso de este programa (*software*) ha permitido el trabajo simultáneo de las investigadoras (San-Martín, 2014) que a través de la triangulación de datos se ha gestionado el tratamiento de la información, la coherencia, la credibilidad y la relevancia del contenido, para establecer una exhaustiva codificación y categorización. De este modo, se ha llevado a cabo un análisis de contenido naturalista siguiendo cinco reglas básicas (Ruiz-Olabuenaga (2012): i. exhaustividad (Bardin, 1986): consiste en categorizar todo el contenido; ii. exclusividad: se trata de centrar la misma idea en una misma categoría; iii. semiinducción: se trata de llevar a cabo una precategorización o codificación minuciosa; iv. pertinencia de la categoría: valorar si es adecuado mantener esa categoría; y, v. objetividad: para cumplir esta regla, hemos ido cruzando las codificaciones y las categorizaciones del análisis de contenido entre los miembros del equipo de investigación. Así, el análisis de contenido del discurso del colectivo adolescente nos ha permitido establecer las siguientes categorías primarias: i) Piropos *online* emitidos por adolescentes en las redes sociales; ii) Piropos *online* recibidos por adolescentes en las redes sociales; y iii) Sentimientos y reacciones a la recepción de piropos *online* en las redes sociales. Estas categorías primarias a su vez se materializan en categorías secundarias, a través de las cuales se exponen los resultados a continuación. La codificación utilizada para cada participante fue: el género de la persona participante seguido del número del grupo de discusión (ej.: M, FG3).

3. Resultados

3.1. Piropos online emitidos por el colectivo adolescente en las redes sociales

3.1.1. Piropos online emitidos por los chicos en las redes sociales

En el análisis de contenido se ha identificado que más de la mitad de los chicos participantes (n=67 de 111) muestran una tendencia en el uso de las redes sociales como plataformas para perpetuar la práctica de la emisión de los piropos: “yo emito más piropos en las redes sociales (H, FG7)”. De los cuales, 47 chicos (de 67) señalaron que emiten piropos *online* a chicas conocidas (ej., amigas o parejas): “yo lanzo piropos a chicas conocidas (H, FG5)” y 15 chicos manifestaron que también emiten piropos a chicas desconocidas (n=15 chicos): “yo miro las redes sociales de las chicas, y las que me parezcan atractivas pues le digo cualquier cosa (H, FG20)”.

3.1.1.1. *Tipología de los piropos online emitidos por los chicos en las redes sociales*

Casi un tercio de los chicos (n=31 de 111) han señalado que emitieron comentarios sobre la apariencia física y el cuerpo sexuado de las chicas, destacando la apariencia física de las chicas como el principal foco de atención en las redes sociales: “yo les digo que tienen buen culo, o algo así... (H, FG17)”, “En Redes Sociales ya no me corto tanto, ahí ya les digo ‘cachonda’ o así... (H, FG7)”. Además, 15 chicos (de 111), reconocieron que emitieron peticiones de índole sexual, es decir comentarios relativos a relaciones sexuales: “les digo ‘mamacita te voy a dar’ (H, FG1)”.

En el análisis de contenido también se ha identificado que 28 chicos (de 111) manifestaron que emitieron piropos *online* relativos a la belleza física de las chicas: “yo les escribo en sus historias de Instagram ‘guapa’ o así... (H, FG10)” ‘¡Qué guapa estas!, ¡Eres preciosa mi niña!’ (H, FG1)”.

3.1.1.2. *La finalidad de los chicos que emiten piropos online en las redes sociales*

En el análisis de los discursos de los chicos se ha observado que 8 chicos (de 111) han argumentado que la principal finalidad de emitir piropos *online* es para “ligar” con la persona receptora: “sí, yo digo piropos *online* para ligar (H, FG7)” “yo ligué con mi novia actual en Redes Sociales (H, FG16)”. Incluso los chicos apuntan que darle *like* a las publicaciones de las chicas en redes sociales o reaccionar a sus publicaciones enviándoles algún emoticono también lo consideran como una práctica de piropoear “en Instagram reaccionado a las historias enviándole algún emoticono o dando *like* a cualquier publicación de la chica pues ya estás piropoando con ella con la finalidad de empezar a hablar y preguntarle cuando nos vemos en persona (H, FG20)”.

3.1.2. *Piropos online emitidos por las chicas en las redes sociales*

Las chicas emiten menos piropos *online* en comparación con los chicos, menos de un tercio de ellas (n=25 de 121) afirmaron emitirlos: “pues mira, en redes sociales sí que emito piropos (M, FG11)”. Las chicas que emiten piropos *online* señalaron que se los emiten a personas conocidas como por ejemplo sus amigos/as “en redes sociales yo emito piropos a personas que conozco, a mis amigos, cuando sube una historia por ejemplo a Instagram, pero no le digo a mal (M, FG14)”, “yo también le digo piropos a mis amigos y amigas en las redes sociales (M, FG6)”. Muy pocas chicas adolescentes (n=3 de 121) manifestaron haber emitido piropos a personas desconocidas a través de las redes sociales, pero señalaron que son personas famosas: “yo le envío piropos a chicos famosos que me parecen muy guapo y le digo ‘¡Qué guapo eres!’ (M, FG5)”.

3.1.2.1. *Tipología de los piropos online emitidos por las chicas en las redes sociales*

En el análisis de contenido se ha identificado que 25 chicas (n=25 de 121) emitieron piropos de contenido sexual sobre el cuerpo sexuado, o una parte concreta del cuerpo, de la persona receptora: “muchas veces a mis amigos les digo ‘Qué pibón’ (M, FG9)”, “le digo: ‘qué cuerpo’ (M, FG19)”. También hemos identificado que las chicas participantes emitieron comentarios sobre la belleza física de la persona receptora: “si algún amigo sube una historia al Instagram le pongo ‘guapo’ (M, FG5)”, seguidos de comentarios relativos a relaciones sexuales: “le digo: ‘te como la boca o nos vemos mañana en la cama,’ o cosas así... (M, FG3)”.

3.2. Piropos online recibidos por el colectivo adolescente en las redes sociales

3.2.1. Piropos online que reciben las chicas a través de las redes sociales

Casi la totalidad de las chicas participantes (n=96 de 121), afirmaron recibir piropos a través de las redes sociales: “yo recibo muchísimos piropos por redes sociales (M, FG3)”. Señalando la plataforma Instagram y la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp como las redes sociales a través de las que reciben con más frecuencia piropos: “Sí, recibimos piropos en redes sociales como Instagram o WhatsApp (M, FG6)”.

3.2.1.1. De quién reciben los piropos online las chicas en las redes sociales

Dos tercios de las participantes (n=74) han señalado de quién reciben piropos *online*. Más de la mitad de estas chicas (n=43) han afirmado recibir piropos de personas conocidas, algunas de ellas (n=12) aclararon que los reciben de sus amistades, especialmente de sus amigos chicos: “a mí los piropos que recibo por redes sociales son todos, o suelen serlo, de personas que conozco y con las que me llevo bien, es decir chicos que me siguen y yo también los sigo, es decir solo conocidos (M, FG3)”, “los piropos que más recibimos por redes sociales son más de amigos (M, FG6)

Aun así, una parte significativa de las chicas adolescentes, algo menos de un tercio de ellas (n=31), han señalado que también han recibido piropos *online* de personas desconocidas “yo he recibido piropos a mis publicaciones en redes sociales de chicos desconocidos (M, FG9)” “de chicos desconocidos o de cuentas hasta falsas que no conoces (M, FG12)”. Incluso algunas chicas relataron que habían recibido comentarios por privado “A ver, de desconocidos la mayoría y a parte no en una publicación que subes, a veces te hablan por privado (M, FG12)”.

3.2.1.2. Tipología de los piropos online que reciben las chicas a través de las Redes Sociales

Un tercio de las participantes (n=36) han señalado que reciben comentarios online de contenido sexual que aluden a su cuerpo sexuado: “comentarios sexuales en Instagram o Tik Tok sobre mi cuerpo recibo bastantes (M, FG14)”. Las participantes reconocen una amplia gama de comentarios sexualizantes, diferenciando entre comentarios recibidos sobre su cuerpo, sobre alguna parte concreta de su cuerpo: “me contestan a las historias de Instagram poniéndome ‘¡Qué tetas!’ o algo así (M, FG15)”, relativos a relaciones sexuales: “he publicado fotos en redes sociales en bikini y he recibido comentarios en los que me decían cosas como ‘Te daba por todos lados’ (M, FG11)”, “te dicen ‘estás buenísima, ¡te haría de todo!’ (M, FG5)”, o también reacciones multimedia al contenido que ellas publican previamente en redes sociales “a veces te responden con fueguitos y ya sabes a lo que se refieren o lo que quieren... (M, FG6)”, “recibes lo típico de fueguitos o el diablo cuando subo una historia a Instagram (M, FG15)”.

Las participantes manifestaron que también han recibido comentarios de contenido sexual multimedia no solicitado: “pero también recibimos fotos de alto contenido sexual...que no solicitaste (M, FG15)”. Incluso las chicas participantes han recibido peticiones sexuales no deseadas en las que les solicitan que publiquen en redes sociales fotos o vídeos en los que muestren su cuerpo o partes de su cuerpo sexuado: “Me tiene pasado que subo una historia con un chándal y una sudadera enorme y me responden ‘queremos ver tú cuerpo con un poco menos de ropa’ (M, FG14)”.

Además, algunas chicas participantes (n=10) expresaron haber recibido piropos relativos a la belleza, o también reacciones multimedia al contenido que ellas publican previamente en redes sociales: “recibes un comentario como ‘¡Qué guapo!’ O también un emoticono que hace referencia a tu belleza (M, FG9)”.

3.2.2. Piropos online que reciben los chicos a través de las redes sociales

En el análisis de contenido se ha identificado que menos de 1/3 de los chicos manifestaron que recibieron piropos *online*: “Yo sí que recibo piropos por Redes Sociales (H, FG5)”, “A ver, recibir recibo alguno *online* (H, FG4)”.

De quien reciben los piropos los chicos en las redes sociales

23 (de 111) chicos señalaron haber recibido los piropos a través de las Redes Sociales de parte de personas conocidas, como por ejemplo por parte de amistades: “Solo me los emiten personas conocidas, porque a las desconocidas no las sigo (H, FG5)”, “Son gente que conozco y solo me pueden responder amigas o conocidas (H, FG10)”. No obstante, 8 chicos (de 111) también señalaron que habían recibido piropos *online* de chicas desconocidas: “he recibido comentarios de chicas desconocidas que me sigue, pero no conozco ni nada y me dice ‘Qué guapo’ y así (H, FG1)”, “Por Redes Sociales he recibido piropos de chicas desconocidas que me contestan a mis publicaciones (H, FG20)”.

3.2.2.1. Tipo de piropos online que reciben los chicos en las redes sociales

Muy pocos chicos (n=7) indicaron la tipología de los piropos que reciben a través de las Redes Sociales. Todos ellos aseguraron recibir comentarios relativos a su cuerpo sexuado: “pues piropos tipo ‘qué cachondo estás’ (H, FG4)” o también han recibido comentarios sobre la belleza “me han dicho que soy guapo (H, FG16)”.

Además, algunos de los chicos participantes han resaltado la influencia de las plataformas digitales para recibir piropos, ya que señalaron recibir los piropos sobre su aspecto físico mediante reacciones multimedia al contenido que ellos previamente habían publicado telemáticamente en sus redes sociales: “Te contestan a una historia de Instagram con una cara un fuego o como un piropo (H, FG5)”, “Pues darle a ‘me gusta’ a la historia de Instagram. Comentarios no, pero sí reacciones (H, FG4)”.

3.3. Sentimientos y reacciones a la recepción de piropos online en las redes sociales

3.3.1. Los sentimientos y reacciones de las chicas a la recepción de piropos online en las redes sociales

Las chicas participantes han señalado en muchas más ocasiones experimentan más sentimientos negativos que positivos al recibir los piropos a través de las redes sociales, destacando sentimientos como desagrado o malestar como la emoción más común.

En relación con los sentimientos negativos, un tercio de las chicas participantes (n=32) han expresado su desagrado al recibir piropos de manera *online*: “No me gusta recibir piropos *online* (M, FG3)”, “Por redes sociales, a mí, por ejemplo, es algo que me angustia un poco (M, FG6)”, “A mí me parece asqueroso (M, FG16)”. Algunas de las chicas adolescentes (n=15), apunta que sienten desagrado particularmente cuando los piropos *online* se centran en su cuerpo sexuado, se sienten objetivizadas y contribuye a su malestar emocional: “Por Instagram cuando empiezas a conocer a alguien y ya empieza con el rollo de ‘Qué buena estás’ y

así te sientan mal porque no lo conoces de nada y en vez de preguntar por tu vida ya te empiezan con ‘Qué buena estás,’ ‘Qué tetas tienes’ y eso te hace sentir fatal (M, FG19)” , “Porque nos toman por el físico, nos toman como un objeto, como algo que puedes soltarle un piropo o un comentario y que nos tiene que gustar (M, FG11)”.

Estas chicas destacan, en gran medida (n=13), su rechazo, especialmente si el emisor es un chico desconocido, generándoles incomodidad y molestia: “te hace sentir incómoda (M, FG9)”. Además, las chicas aluden también al sentimiento de culpa que les provocan este tipo de comentarios: “Y siempre piensas que la culpa es tuya, pero es que la culpa en ningún momento es tuya. Y no sé, también te hace sentir incómoda (M, FG4)”.

En cuanto a los sentimientos positivos que han experimentado las chicas adolescentes al recibir piropos en un contexto *online*, muy pocas de ellas (n=10) han afirmado sentir agrado al recibirlos. Sin embargo, 8 chicas han revelado que los piropos que les gusta recibir en las redes sociales son por parte de sus amistades, lo que sugiere que este tipo de comentarios influyen positivamente en su estado de ánimo “Muchas veces te sube la autoestima que personas que conoces te digan lo guapa que eres (M, FG6)”, “si una persona que conozco me dice piropos con respeto no me sientan mal (M, FG15)”, “Si me dicen piropos amigos, obviamente me encanta, pero si no, no (M, FG3)”.

Y en lo referente a las reacciones de las chicas a los piropos recibidos en la esfera *online*, 37 chicas participantes han expresado que evitan la interacción con el emisor. Más de la mitad de estas estudiantes (n=22) indicaron reaccionar ignorando al chico emisor: “Lo típico de que te manda una solicitud o te habla por privado y ya ni respondes (M, FG14)”. Algunas de ellas (n=8) destacaron que reaccionaban borrando o bloqueando de sus redes sociales al emisor para establecer límites claros y prevenir situaciones incómodas futuras: “Yo por las redes sociales a veces prefiero borrarlos (M, FG12)”, “Lo que hago es bloquearlo, porque primero te echan un piropo, luego te responde a las historias como con caritas de enamorado, pero bueno yo los bloqueo y paso del tema (M, FG15)”.

Sin embargo, tan solo unas cuantas adolescentes (n=6) destacaron que habían reaccionado manifestándole su desagrado al emisor de los piropos *online*. Estas chicas reflejan su rechazo hacia comportamientos que las hacen sentir incómodas como recibir piropos *online*, contestando al emisor con una retroalimentación negativa “por redes sociales a veces les contesto negativamente para trasladarles mi desagrado (M, FG12)”, “si tengo confianza con la persona le digo ‘¡Eh! ¿Qué haces?’ y le echo la bronca (M, FG15)”, “Yo le dije ‘¡eres un gilipollas!’ (M, FG6)”.

3.3.2. Los sentimientos y reacciones de los chicos a la recepción de piropos online en las redes sociales

En el análisis de los discursos de los chicos participantes se ha identificado pocos chicos (n=13) que expresaran sus sentimientos en relación con recibir piropos *online*, gran parte de ellos admiten sentirse bien. No obstante, del total de los chicos participantes que señalaron sus sentimientos al recibir piropos online, la mayoría han afirmado experimentar sensaciones positivas al recibir piropos *online*, expresando su agrado, satisfacción e incluso orgullo: “Me sentí bien (H, FG1)”, “a mí me parece perfecto si una desconocida me dice piropos, de hecho, sigo hablando con ella. Si eres directo y tal, perfecto, yo acepto todo (H, FG8)”, “A ver, me gusta. Porque me enorgullece (H, FG20)”.

Sin embargo, algunos de los chicos adolescentes (n=6) no expresaron una respuesta emocional significativa, indicando haber experimentado sentimientos neutros al recibir piropos telemáticamente. Ninguno de los chicos participantes ha reportado

sentimientos negativos al recibir los piropos *online*, lo que indica una posible falta de vivencias negativas al respecto: “a mí me da igual recibir piropos *online* (H, FG25)”, “No soy de hacerle mucho caso tampoco, me da igual (H, FG4)”, “No les doy mucha importancia porque no ves a la persona y no sabe si lo dices en serio o no. A través de la pantalla no sabes (H, FG5)”.

Y en lo referente a las reacciones de los chicos a la recepción de los piropos *online*, 3 chicos participantes han expresado su reacción, y han manifestado que reaccionaban eliminando el piropo *online* o incluso el contenido sexual multimedia cuando les llegaba a sus dispositivos este tipo de contenido inapropiado, especialmente si cuentan con supervisión parental de sus dispositivos electrónicos: “Era de una chica que no conocía y borré la foto (H, FG16)”, “Yo primero la miraría y luego la borraría. Yo es que tengo el problema de que mi madre me mira el móvil (H, FG12)”.

4. Discusión

El objetivo de este estudio ha sido analizar los piropos *online* que emite y recibe el colectivo adolescente en la esfera digital, identificar los comportamientos de quien emite y recibe estos comentarios, comprender la finalidad de la emisión, y conocer los sentimientos y reacciones que les genera al colectivo adolescente que recibe piropos en la esfera virtual. Con el propósito de conocer cómo las personas jóvenes trasladan y perpetúan las dinámicas tradicionales de género de la esfera *offline* al espacio virtual.

Los resultados obtenidos permiten evidenciar que los piropos *online* constituyen una forma habitual y normalizada de interacción entre el colectivo adolescente en las redes sociales. Esta práctica, lejos de ser inofensiva o lúdica, reproduce dinámicas de objetivación sexual (Fredrickson y Roberts, 1997; Burnell et al., 2021; Paddock et al., 2025), refuerzan las jerarquías de género en las relaciones interpersonales y reproducen los estereotipos de género (Lameiras et al., 2018; Rodríguez-Castro et al., 2012, 2025). El colectivo adolescente participante en nuestro estudio señala que emite y recibe con frecuencia piropos *online* a través de las redes sociales, u otros medios digitales, identificándose a los chicos como los principales emisores de piropos *online*, y a las chicas como las receptoras de los comentarios objetivantes y sexualizantes sobre su aspecto físico y cuerpo sexuado.

En esta línea, numerosos estudios han evidenciado que el uso intensivo y la exposición del colectivo adolescente a internet y las redes sociales se asocia con un incremento de experiencias de objetivación sexual, especialmente entre chicas preadolescentes, adolescentes y jóvenes universitarias (Butkowski et al., 2019; Fardouly et al., 2018; Lin et al., 2022; Manago et al., 2015; Tiggemann y Barbato, 2018; Lin et al., 2022; Rodgers y Melioli, 2016). En este sentido, el estudio de Burnell et al. (2021) muestra que un 85% del colectivo universitario, mayoritariamente las chicas, reciben frecuentemente comentarios objetivantes sobre su apariencia física y cuerpo sexuado a través de las redes sociales, especialmente a través de la red social Instagram. Las Redes Sociales, en este sentido, se configuran como espacios clave de ciber socialización, donde los piropos *online* se utilizan no solo como una forma de comunicación sino también como un reflejo de las dinámicas de poder y control masculino que prevalecen en el contexto *offline* (Smahel et al., 2020).

En los resultados del presente estudio también se identifica que los chicos emiten piropos *online* a chicas conocidas y desconocidas. Mientras que las chicas suelen emitir piropos *online* a chicos conocidos. Este resultado permite reflejar cómo las chicas se comunican en la esfera *online* con una mayor cautela, en comparación con los chicos, ya que son conscientes de los riesgos que corren como mujeres al interactuar con personas desconocidas en la esfera *online*. Tal y como manifiesta Rodgers y Melioli (2016), el anonimato y la desinhibición que ofrece las TIC favorece la aparición de situaciones de ciberacoso, especialmente

cuando la interacción *online* se relaciona con la apariencia física, siendo particularmente perniciosa para las jóvenes y mujeres. El ciberacoso es muy frecuente entre el colectivo adolescente, el 90% afirma conocer a alguien que ha sido víctima de ciberacoso por su apariencia física, y destacan las chicas como las principales víctimas (Rodgers y Melioli, 2016). En esta línea, el estudio de Berne et al. (2014) destacan que el colectivo adolescente tiende a normalizar las situaciones de ciberacoso, asumiendo que cualquier persona puede ser víctima de ciberacoso y que, por tanto, es algo para lo que deben estar preparadas las personas que interactúan en redes sociales.

En cuanto a la tipología de los piropos *online* emitidos, se encuentran diferencias claras entre ambos sexos. Los chicos emiten piropos *online* relativos a la belleza, la apariencia física y el cuerpo sexuado de las chicas, destacándose la apariencia física como el principal foco de atención para emitir piropos a través de las redes sociales, seguido de comentarios relativos a solicitudes para mantener relaciones sexuales. Mientras que las chicas emiten piropos *online* centrados en la belleza o el atractivo físico de los chicos. Estos resultados coinciden con estudios previos que evidencian que la objetivación y la sexualización sobre la apariencia física y cuerpo sexuado de las chicas en los espacios digitales es una práctica común y normalizada entre el colectivo adolescente (Burnell et al., 2021; Paddock et al., 2024, 2025). En este sentido, el estudio de Burnell et al. (2021) señala que un 60% de los chicos adolescentes reconocen emitir comentarios sexuales en redes sociales dirigidos a las publicaciones de fotos y vídeos que realizan las chicas resaltando partes concretas de su cuerpo sexuado o apariencia física. Esta práctica refuerza la idea de que el cuerpo femenino sigue siendo el principal objeto de evaluación y deseo en la cultura digital adolescente, perpetuando así las dinámicas de desigualdad y cosificación que caracterizan tanto el espacio *offline* como el *online*.

En relación con la tipología de los piropos *online* recibidos, en los resultados del estudio se ha identificado que la mayoría de las chicas adolescentes recibieron comentarios objetivantes centrados en su belleza, apariencia física y cuerpo sexuado, e incluso recibieron solicitudes no deseadas ni solicitadas para mantener relaciones sexuales. Estos comentarios los recibieron tanto de chicos conocidos como desconocidos. A diferencia de los chicos que recibieron piropos *online* relativos a su belleza y/o a su atractivo físico, mayoritariamente, por parte de personas conocidas. Resultados en línea con otros estudios cualitativos (Burnell et al., 2021; Paddock y Bell, 2021, 2024). Es importante destacar que los piropos *online* sobre la apariencia física y el cuerpo sexuado reflejan una tendencia preocupante de los comentarios objetivantes y sexualizados que reciben las chicas en la esfera virtual, ya que refleja la tendencia de reducir el valor de las chicas a su apariencia física y cuerpo sexuado. También es importante destacar que la recepción de *piropos online* puede intensificar la preocupación y la presión del colectivo adolescente para esforzarse y ajustarse a los estándares de belleza promovidos en las redes sociales (Kvardova et al., 2023; Saiphoo y Vahedi, 2019), por lo que se refuerza aún más los estándares de belleza. No obstante, este tipo de interacciones virtuales también cumplen otra función social, puesto que permiten al colectivo adolescente recopilar información sobre su aceptación y valoración social dentro del grupo de iguales (Chua y Chang, 2016). De este modo, la necesidad de recibir comentarios y “likes” se convierte así en un indicador de aprobación no solo estética, sino también social. En consecuencia, recibir más “likes” en imágenes objetivadas puede interpretarse como un refuerzo positivo, lo que incrementa la frecuencia con la que publican este tipo de contenido (Bell et al., 2019).

Los resultados del presente estudio permiten reflexionar sobre el papel de las redes sociales como agentes de socialización que refuerzan los estándares de belleza dominantes, especialmente en relación con la imagen corporal femenina. En la adolescencia, la apariencia física y el atractivo sexual se convierten en elementos clave para la obtención de estatus social dentro del grupo de iguales. Las chicas que son percibidas como atractivas, sensuales o eróticas tienden a ser aceptadas, mientras que aquellas que

no se ajustan a los cánones estéticos –como tener un cuerpo delgado o atlético— pueden ser objeto de rechazo o exclusión (Mayeux y Kleiser, 2020). Esta presión por encajar en los ideales de belleza promovidos en las redes sociales genera una preocupación constante por la imagen corporal (Calzo et al., 2012; Mayeux y Kleiser, 2020), que puede convertirse en un problema constante en su vida, y que continúa en la etapa adulta (Fredrickson y Roberts, 1997).

Diversos estudios han demostrado que las consecuencias de la frecuencia de los comentarios objetivantes en la esfera digital sobre la apariencia física y el cuerpo sexuado hacia las mujeres se relaciona con mayores niveles de autoobjetivación, vigilancia e insatisfacción corporal (Rodgers y Melioli, 2016; Wang et al., 2022). Además, tal y como manifiesta Paddock et al. (2025) este tipo de comentarios sexuales podrían contribuir a una sensación generalizada de que la apariencia física y el cuerpo sexuado es el atributo personal más importante particularmente para las chicas, lo que puede influir en la construcción de los roles de género femeninos y en que las niñas sientan la necesidad de adscribirse a las normas tradicionales de género al recibir cumplidos sobre su apariencia física y cuerpo sexuado, o mismo para recibirlos (Ward y Grower, 2020).

Otro resultado interesante de esta investigación es que el colectivo adolescente no considera los comentarios objetivantes como piropos *online*, y tampoco interpretan los “likes” y los emoticonos como formas de interacción de índole sexual objetivantes. Tal y como señala Bell et al. (2019) en las redes sociales existen diferentes interacciones que sirven para diferentes propósitos, y enviar o recibir “likes” a las publicaciones de contenido sexual en las redes sociales tiene el mismo significado que enviar o recibir comentarios objetivantes. Kaye et al. (2016) también han manifestado que los emoticonos sirven para matizar los comentarios sexuales, ya que atribuyen intensidad emocional al contenido de los mensajes. Con lo cual, es importante destacar que los comentarios sexuales sobre la apariencia física y el cuerpo sexuado en las redes sociales son constantes, ilimitados, pueden verse públicamente, repetidamente e incluso apoyarse con “likes” y/o emoticonos, lo que amplifica su impacto en el desarrollo psicosocial del colectivo adolescente (Burnell et al., 2021; Vendemia y DeAndrea, 2021).

También el foco de atención en este estudio se dirigió a conocer los sentimientos y reacciones que generan los piropos *online* en el colectivo adolescente. En lo relativo a los sentimientos, se muestra que los chicos solamente mostraron sentimientos positivos al recibir piropos *online*, expresando agrado y satisfacción. Mientras que la mayoría de las chicas mostraron sentimientos negativos a la recepción de los piropos *online*, expresando sentimientos de desagrado, incomodidad, malestar e incluso miedo. Estos resultados coinciden con el estudio cualitativo de Paddock et al. (2025) en el que muestra que las chicas suelen experimentar sentimientos negativos ante comentarios objetivantes sobre la apariencia física o cuerpo sexuado en las redes sociales. No obstante, también encontramos que 10 jóvenes adolescentes mostraron actitudes positivas cuando reciben piropos *online* por parte de jóvenes conocidos, pero no por parte de chicos u hombres desconocidos. En este sentido, Moya-Garófano et al. (2021) señalan en su estudio que incluso cuando los piropos son percibidos como positivos, pueden tener consecuencias perjudiciales a corto o medio plazo para las jóvenes y las mujeres, independientemente de que ellas los experimenten de una forma positiva, ya que este tipo de comentarios objetivantes refuerzan la vergüenza corporal, y fomentan conductas de autoobjetivación sexual, vigilancia y control sobre el cuerpo. En cuanto a las reacciones ante los *piropos online*, las adolescentes manifestaron comportamientos defensivos como rechazar, ignorar o bloquear al emisor en redes sociales. Sólo 6 jóvenes respondieron mostrando su desagrado al emisor de *piropos online*. Resultado en línea con el estudio de Pérez et al. (2024), en el que evidencian que las víctimas de ciberracismo suelen optar por eliminar o bloquear al agresor como principal estrategia de afrontamiento.

Con todo, los resultados de este estudio reflejan que el colectivo adolescente utiliza las redes sociales como una herramienta clave para la comunicación, el inicio y consolidación de las relaciones interpersonales, así como para la construcción de su identidad, y, particularmente en la expresión de su sexualidad a través de la imagen corporal (Boyd, 2014). Es importante destacar que las redes sociales desempeñan un papel relevante en la perpetuación de las dinámicas de discriminación sexual y comportamientos de violencia sexual hacia las chicas y mujeres. Además, los resultados del estudio también permiten dar un paso más y reflexionar sobre una situación preocupante en la que el colectivo adolescente utiliza las redes sociales para compartir sus propias imágenes y vídeos e interactuar socialmente a través de comentarios objetivantes e hipersexualizantes, especialmente hacia las chicas. De este modo, la emisión y recepción de piropos *online* no solamente son una continuidad de las experiencias que se reflejan en el contexto *offline*, sino que también son comportamientos que pueden suceder con más frecuencia y con más dureza en el contexto virtual, debido a las características y funcionalidades del formato de las plataformas digitales.

5. Conclusión

El presente estudio ha permitido reflejar cómo las experiencias de objetivación sexual a través de los piropos *online* (comentarios sexuales sobre la apariencia física y el cuerpo sexual) entre el colectivo adolescente constituye una forma sutil, pero persistente, de objetivación sexual hacia las chicas, que traslada, refuerza y perpetua los estereotipos de género, las dinámicas de poder y las desigualdades en los contextos *offline* (Rodríguez-Castro et al., 2025) al mundo virtual. Además, es importante destacar que las redes sociales no solo replican, sino que también pueden amplificar estos comportamientos objetivantes hacia las chicas, provocando que se normalicen comportamientos de (ciber)acoso sexual. De forma que, urge promover e implementar, a través de la educación afectivo sexual, intervenciones psicosocioeducativas centradas en la alfabetización digital con perspectiva de género, que permita al colectivo adolescente identificar, transformar y erradicar las experiencias de objetivación sexual, tanto la esfera *offline* como *online* (Rodríguez-Castro et al., 2021b). Con la finalidad de construir sociedades analógicas y digitales igualitarias y libres de objetivización sexual hacia las chicas y mujeres.

6. Contribuciones específicas de cada autora:

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Rosana Martínez Román y Yolanda Rodríguez Castro
Metodología	Rosana Martínez Román y Yolanda Rodríguez Castro
Recogida y análisis de datos	Rosana Martínez Román, Alba Adá Lameiras y Yolanda Rodríguez Castro
Discusión y conclusiones	Rosana Martínez Román, Alba Adá Lameiras y Yolanda Rodríguez Castro
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Rosana Martínez Román, Alba Adá Lameiras y Yolanda Rodríguez Castro

7. Conflictos de interés

Las autoras declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación con la publicación de este artículo.

8. Financiación y agradecimientos

El Gobierno de España (Ministerio de Ciencia e Innovación) apoyó este trabajo en la convocatoria de 2019 (referencia PID2019-109613RB-I00).

Este artículo ha sido traducido por Nuria Magro Jiménez, a quien agradecemos su trabajo.

9. Referencias bibliográficas

- Bailey, S. K., Schroeder, B. L., Whitmer, D. E., & Sims, V. K. (2016). Perceptions of mobile instant messaging apps are comparable to texting for young adults in the United States. In *Proceedings of the human factors and ergonomics society annual meeting* (pp. 1235-1239). Sage Publications.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Akal.
- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 16-32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>
- Bell, B. T., Cassarly, J. A., & Dunbar, L. (2019). Selfie-objectification: Self-objectification and positive feedback ("likes") are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body image*, 26, 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005>
- Bell, B. T., Talbot, C. V., & Deighton-Smith, N. (2024). Following up on #fitspiration: A comparative content analysis and thematic analysis of social media content aiming to inspire fitness from 2014 and 2021. *Psychology of Popular Media*, 13(4), 666-676. <https://doi.org/10.1037/ppm0000523>
- Berne S., Frisén A., Kling J. (2014). Appearance-related cyberbullying: A qualitative investigation of characteristics, content, reasons, and effects. *Body Image*, 11(4), 527-533. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.08.006>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Burnell, K., George, M. J., Kurup, A. R., & Underwood, M. K. (2021). "Ur a freakin goddess!": Examining appearance commentary on Instagram. *Psychology of Popular Media*, 10(4), 422. <https://doi.org/10.1037/ppm0000341>
- Burnette C. B., Kwitowski M. A., & Mazzeo S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media": A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114-125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. R. (2019). Body surveillance on Instagram: Examining the role of selfie feedback investment in young adult women's body image concerns. *Sex Roles*, 81, 385-397. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0993-6>

- Calzo J. P., Sonnevile K. R., Haines J., Blood E. A., Field A. E., Austin S. B. (2012). The development of associations among body mass index, body dissatisfaction, and weight and shape concern in adolescent boys and girls. *Journal of Adolescent Health*, 51(5), 517-523. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.02.021>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Data Reportal. (2025). *Digital 2025: Top social platforms in 2025*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-top-social-platforms>
- Eurostat. (2025). *Young people - digital world*. Statistics Explained. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?oldid=675610>
- Fallon, E. A., Harris, B. S., & Johnson, P. (2014). Prevalence of body dissatisfaction among a united stated adults sample. *Eating Behaviours*, 15(1), 151-158. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2013.11.00>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20, 1380-1395. <https://doi.org/10.1177/14614448176944>
- Farquhar, J. C., & Wasylkiw, L. (2007). Media images of men: Trends and consequences of body conceptualization. *Psychology of Men & Masculinity*, 8, 145-160. <https://doi.org/10.1037/1524-9220.8.3.145.99>
- Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, 78, 311-324. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0796-1>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experience and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Frisén, A., & Berne, S. (2020). Swedish adolescents' experiences of cybervictimization and body-related concerns. *Scandinavian Journal of Psychology*, 61(1), 68-76. <https://doi.org/10.1111/sjop.12561>
- Gervais, S. J., Bernard, P., Kelin, O., & Allen, J. (2013). Toward a unified theory of objectification and dehumanization. In S. J. Gervais (Ed.), *Objectification and (de)humanization. 60th Nebraska symposium on motivation* (pp. 1-24). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6959-9_1
- Heflick, N. A., & Goldenberg, J. L. (2014). Seeing eye to body: The literal objectification of women. *Current Directions in Psychological Science*, 23(3), 225-229. <https://doi.org/10.1177/096372141414531599>
- Horner, S. D. (2000). Using focus group methods with middle school children. *Research in Nursing & Health*, 23(6), 510-517. [https://doi.org/10.1002/1098-240X\(200012\)](https://doi.org/10.1002/1098-240X(200012))
- IAB Spain. (2025). *Estudio de Redes Sociales 2025*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2025/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2025). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. <https://www.ine.es>
- Kaye, L. K., Wall, H. J., & Malone, S. A. (2016). "Turn that frown upside-down": A contextual account of emoticon usage on different virtual platforms. *Computers in Human Behavior*, 60, 463-467. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.088>

- Kozee, H. B., Tylka, T. L., Augustus-Horvarth, C. L., & Denchik, A. (2007). Development and psychometric evaluation of the Interpersonal Sexual objectification Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31, 176-189. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00351.x>
- Kvardova, N., Machackova, H., & Gulec, H. (2023). 'I wish my body looked like theirs!': How positive appearance comments on social media impact adolescents' body dissatisfaction. *Body Image*, 47, 101630. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101630>
- Lameiras, M., Fiske, S. T., Fernández, A. G., & Lopez, J. F. (2018). Objectifying Women's Bodies is Acceptable from an Intimate Perpetrator, at Least for Female Sexists. *Sex Roles*, 79(3), 190-205. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0862-8>
- Lameiras, M., Rodríguez-Castro, Y., Martínez-Román, R., & Adá, A. (2024). Rethinking the objectification of women: the Spanish version of the Objectification and Enjoyment of Sexualization Scale (OESS). *Current Psychology*, 43(40), 31358-31371. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06718-7>
- Lin, S., Li, L., & Jiang, L. (2022). Online interpersonal sexual objectification experiences and teenage girls' self-objectification: the role of broad conceptualization of beauty. *Behavioral Sciences*, 12(7), 210. <https://doi.org/10.3390/bs12070210>
- Manago, A. M., Ward, M. L., Lemm, K. M., Reed, L., & Seabrook, R. (2015). Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles*, 72, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0441-1>
- Mayeux, L., & Kleiser, M. (2020). A gender prototypicality theory of adolescent peer popularity. *Adolescent Research Review*, 5(3), 295-306. <https://doi.org/10.1007/s40894-019-00123-z>
- Moya-Garófano, A., Moya, M., Megías, J. L., & Rodríguez-Bailón, R. (2022). Ambivalent sexism and women's reactions to stranger harassment: The case of piropos in Spain. *Psychology of Women Quarterly*, 46(4), 454-467. <https://doi.org/10.1177/03616843221115339>
- Moya-Garófano, A., Rodríguez-Bailón, R., Moya, M., & Megías, J. L. (2021). Stranger harassment ("Piropo") and women's self-objectification: The role of anger, happiness, and empowerment. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(5-6), 2306-2326. <https://doi.org/10.1177/0886260518760258>
- Mustafa, S., & Akram, M. (2022). Self-Consciousness, Self-Objectification, and Social Anxiety as Predictors of Photo Editing Behavior among Emerging Adults. *Human Behavior and Emerging Technologies*, (1), 6609752. <https://doi.org/10.1155/2022/6609752>
- Nesi J., Choukas-Bradley S., & Prinstein M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1 -A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267-294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
- O'Neill, B. & Dopona, V. (2025). *The Better Internet for Kids Policy Monitor Report 2025*. European Schoolnet, prepared for the European Commission. <https://better-internet-for-kids.europa.eu/en/knowledge-hub/policy-monitor>
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). (2024). *Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes*. <https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Impacto-del-uso-de-Internet-y-redes-sociales-salud-mental-jovenes-adolescentes>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2024). *Teens, screens and mental health: New WHO report sheds light on adolescents' digital lives*. <https://www.who.int/europe/news/item/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>

- Paddock, D. L., & Bell, B. T. (2024). "It's better saying I look fat instead of saying you look fat": A Qualitative Study of UK Adolescents' Understanding of Appearance-Related Interactions on Social Media. *Journal of Adolescent Research*, 39(2), 243-271. <https://doi.org/10.1177/07435584211034875>
- Paddock, D. L., Bell, B. T., & Cassarly, J. (2025). "OMG you look amazing": A systematic examination of the text-based interactions surrounding UK adolescent girls' self-images on Instagram. *Body Image*, 52, 101839. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101839>
- Pérez, I., Rodés Paragarino, V., & Gutiérrez San Miguel, B. (2024). Reacciones y acciones de mujeres jóvenes ante la violencia machista en Instagram. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 38, 61-79. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a1996>
- Rideout, V., & Fox, S. (2018). *Digital health practices, social media use, and mental well-being among teens and young adults in the US*. <https://www.hopelab.org/reports/pdf/a-national-survey-by-hopelab-and-well-being-trust-2018.pdf>
- Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, 1, 95-119. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6>
- Rodríguez-Castro, Y., Alonso, P., Martínez, R., & Adá, A. (2021b). "NI N NI FF", Programa coeducativo de prevención de (ciber) acoso sexual. Aranzadi Thomson Reuters.
- Rodríguez-Castro, Y., Lameiras, M., Carrera, M.V., & Magalhães, M. J. (2012). Estereotipos de género y la imagen de la mujer en los mass media. In *Comunicación y justicia en violencia de género* (pp. 37-67). Tirant lo Blanch.
- Rodríguez-Castro, Y., Martínez, R., Alonso, P., Adá, A., & Carrera, M. V. (2021a). Intimate partner cyberstalking, sexim, pornography and sexting in adolescents: new challenges for sex education. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 2181. <https://doi.org/10.3390/ijerph18042181>
- Rodríguez-Castro, Y., Martínez-Román, R., & Lameiras-Fernández, M. (2025). The Dark Side of Boys' Compliments to Girls: Exploring Their Relationship with Sexism and Cyberviolence Towards Intimate Partners. *Behavioral Sciences*, 15(5), 572. <https://doi.org/10.3390/bs15050572>
- Rousseau, A., & Eggermont, S. (2017). Television and preadolescents' objectified dating script: Consequences for self-and interpersonal objectification. *Mass Communication and Society*, 22, 71-93. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1341533>
- Ruiz-Olabuenaga, J. I. R. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto.
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Salomon, I., & Brown, C. S. (2019). The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *The Journal of Early Adolescence*, 39(4), 539-560. <https://doi.org/10.1177/0272431618770809>
- San-Martin, D. (2014). Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104-122.
- Save the Children. (2024). *Derechos #SinConexión: Informe sobre infancia y adolescencia en el entorno digital*. <https://www.savethechildren.es/notasprensa/nuevo-informe-casi-9-de-cada-10-adolescentes-se-conectan-varias-veces-al-dia-internet-o>

Smahel D., Machackova H., Mascheroni G., Dedkova L., Staksrud E., Ólafsson K., Livingstone S., Hasebrink U. (2020). *EU kids online 2020: Survey results from 19 countries*. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communicationssets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-2020-10Feb2020.pdf>

Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). "You look great!": The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women's body image. *Body Image*, 27, 61-66. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009>

Tiggemann, M., & Slater, A. (2015). The role of self-objectification in the mental health of early adolescent girls: Predictors and consequences. *Journal of Pediatric Psychology*, 40, 1-8. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsv021>.

UNICEF. (2022). *Impacto de la tecnología en la adolescencia: Relaciones, riesgos y oportunidades*. <https://www.unicef.es/publicacion/impacto-de-la-tecnologia-en-la-adolescencia>

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>

Vendemia, M. A., & DeAndrea, D. C. (2021). The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women's selfies shared on social media. *Body Image*, 37, 74-83. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.011>

Wang, Y., Fardouly, J., Vartanian, L. R., Wang, X., & Lei, L. (2022). Body talk on social networking sites and cosmetic surgery consideration among Chinese young adults: A serial mediation model based on objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 46(1), 99-110. <https://doi.org/10.1177/03616843211026273>

Ward, L. M., & Grower, P. (2020). Media and the development of gender role stereotypes. *Annual Review of Developmental Psychology*, 2(1), 177-199. <https://doi.org/10.1146/annurev-devpsych-051120-010630>

Ward, L. M., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). The impact of men's magazines on adolescent boys' objectification and courtship beliefs. *Journal of Adolescence*, 39, 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2014.12.004>

Weitzman, E. A. (2000). Software and qualitative research. *Handbook of Qualitative Research*, 2, 803-820.