

Autoconcepto en madres: Un estudio cualitativo a través de la netnografía observacional.



Maternal self-concept: A qualitative study through observational netnography.

Fernanda Cortés Valadez

f.cortesvaladez@ugto.mx

Universidad de Guanajuato, México

ORCID: 0009-0007-6316-6146

Fredi Everardo Correa Romero

fe.correa@ugto.mx

Universidad de Guanajuato, México

ORCID: 0000-0002-5856-7232

ARTÍCULO

Recibido: 28 | 10 | 2025 • Aprobado: 16 | 02 | 2026

RESUMEN

La maternidad es un evento transformador que impacta la construcción de la identidad y en especial del autoconcepto de las mujeres. Actualmente la comparación con otras madres, especialmente en plataformas digitales, puede reforzar sentimientos de insuficiencia o fortalecer el autoconcepto cuando se encuentran comunidades de apoyo. En la presente investigación se explora cómo las experiencias compartidas en plataformas digitales contribuyen a la construcción del autoconcepto materno, desde un enfoque cualitativo y con un diseño descriptivo - fenomenológico, utilizando videos y comentarios en la red social TikTok como fuente de información. La muestra estuvo conformada por 7 videos y 7,098 comentarios, con 1,420 citas relevantes. El análisis de contenido se realizó con el software Atlas.ti®, identificando categorías clave a partir de un enfoque fenomenológico. Los hallazgos revelaron 9 categorías principales que estructuran el autoconcepto materno: identificación con experiencias de otras madres, cambios en el autoconcepto, agotamiento mental y físico, apoyo entre madres, opiniones sociales sobre la maternidad, necesidad de hablar sobre la maternidad, aceptación del cuerpo postparto, la maternidad como experiencia ambivalente y la percepción de ser una mejor versión de sí mismas. Estas categorías se articularon en 3 ejes temáticos: la maternidad como experiencia transformadora, la identificación y el apoyo social como elementos clave, y la

comparación social como un factor que influye en la autoimagen. Los resultados indican que la maternidad redefine la identidad de las mujeres y también puede generar sentimientos de culpa y agotamiento derivados de las expectativas sociales. Sin embargo, la existencia de redes de apoyo e intercambio de experiencias en espacios digitales favorecen una resignificación del autoconcepto materno, permitiendo una percepción de una mejor versión de sí mismas.

Palabras Clave: Autoconcepto Materno; Netnografía Observacional; Maternidad; Redes De Apoyo; Comparación Social.

ABSTRACT

Motherhood is a transformative event that significantly impacts identity construction, particularly women's self-concept. In contemporary contexts, comparisons with other mothers—especially on digital platforms—may reinforce feelings of inadequacy or, conversely, strengthen self-concept when supportive communities are encountered. This study explores how shared experiences on digital platforms contribute to the construction of maternal self-concept, employing a qualitative, descriptive-phenomenological design. Videos and comments from the social media platform TikTok served as the primary data source. The sample comprised seven videos and 7,098 comments, from which 1,420 relevant excerpts were identified. Content analysis was conducted using Atlas.ti®, with key categories emerging from a phenomenological approach. Findings revealed nine principal categories structuring maternal self-concept: identification with other mothers' experiences, changes in self-concept, mental and physical exhaustion, maternal support networks, societal opinions on motherhood, the need to discuss motherhood, postpartum body acceptance, motherhood as an ambivalent experience, and the perception of becoming a better version of oneself. These categories were organized into three thematic axes: motherhood as a transformative experience, identification and social support as key elements, and social comparison as a factor influencing self-image. Results indicate that motherhood redefines women's identity and may also generate feelings of guilt and exhaustion derived from social expectations. Nevertheless, the presence of support networks and the exchange of experiences in digital spaces foster a re-signification of maternal self-concept, enabling mothers to perceive themselves as improved versions of who they were before.

Keywords: Maternal Self-Concept; Observational Netnography; Motherhood; Support Networks; Social Comparison.

Culturalmente, el tener un hijo o hija cambia todos los aspectos del estilo de vida de una mujer contrario a la creencia generalizada de que el deseo y el cuidado materno es una habilidad innata de la mujer que se activa durante el embarazo. Dicha creencia se vive como una imposición social con efectos en la salud mental de la madre (Ávila, 2005).

Ver a la maternidad como un aspecto meramente biológico es quitarle peso a aspectos políticos, sociales y culturales que la construyen. Un ejemplo de la forma como la cultura moldea la concepción, y con ello sus efectos en la salud mental, de las madres lo podemos observar a partir de los cambios en que su concepción ha variado de acuerdo con el momento histórico que se atraviesa. Por ejemplo, en contextos anteriores al siglo XIX el cuidado de los niños era visto como indigno y no fue hasta que las infancias fueron consideradas un capital económico que fue valorado y fomentado el cuidado de estos. La evidencia muestra que es hasta el siglo XIX que se ve a la mujer como cuidadora de los que representan el futuro económico del estado (Hervás et al., 2011).

El rol de la mujer como cuidadora trajo consigo de forma implícita múltiples mandatos, reglas (escritas y no escritas) que la mujer debe seguir para ser valorada no sólo como madre, sino como mujer y sobre todo como persona. Es así como la maternidad es una construcción cultural necesaria para mantener el sistema patriarcal, ya que se ajusta a presiones sociales y por ende suele castigar de forma importante a las mujeres que no cumplen con las expectativas sociales, uno de dichos

efectos es la baja autoestima que las madres presentan en las sociedades modernas, donde cumplir las exigencias del rol de cuidadora se ha vuelto imposible (Hervás et al., 2011).

Actualmente podemos afirmar que la maternidad es un evento enormemente impactante y complejo para la mayoría de las mujeres que se convierten en madres, sean adolescentes o adultas, esto porque trae consigo una ardua transición en la vida de la persona que pasa del autocuidado a resolver nuevas demandas, retos y en general situaciones que no se habían vivido. En un sentido amplio, implica una modificación completa de la vida cotidiana con cambio de hábitos y desarrollo de nuevas habilidades y destrezas (Reyes et al., 2013). Ante esta gran cantidad de cambios, un aspecto de la salud mental que más se ve afectado, es el del autoconcepto, el cual es fundamental para el bienestar emocional de las personas.

El autoconcepto es la percepción y evaluación que una persona tiene de sí misma, construida a partir de las creencias que les permiten valorarse y que proviene de la interacción con su contexto social. Es fundamental porque forma parte de la base de la personalidad, por lo que influye en la conducta y el bienestar de los seres humanos.

De manera específica el autoconcepto en mujeres que son madres es un constructo dinámico que se ve profundamente influenciado por la experiencia de la maternidad, las exigencias del cuidado infantil y las expectativas sociales asociadas a este rol. Desde la psicología social, el autoconcepto materno se entiende como una representación interna de la identidad personal y social, moldeada por la interacción

con el entorno y los discursos culturales sobre la maternidad (Hays, 1996). El nacimiento de un hijo no solo supone una transformación en la estructura familiar, sino que también implica un proceso de reconstrucción identitaria en el que la mujer integra nuevas dimensiones de su autopercepción.

Para las madres un autoconcepto sólido es vital para gestionar las altas exigencias de la maternidad sin perder su elemento de bienestar. Un bajo autoconcepto se relaciona con problemas de depresión y una serie de emociones disfuncionales con su entorno, su familia, su hijo(a) y con ella misma (Baumeister, 1999).

Uno de los principales factores que impactan el autoconcepto materno es la internalización de las normas y expectativas sociales, donde la sociedad establece ideales sobre lo que significa ser una “buena madre”, lo que puede generar un sentido de competencia o insuficiencia en las mujeres que no se ajustan a estos estándares. Es importante notar que al suponer un concepto de “buena madre” se crea en automático la representación de “mala madre” desde el punto de vista social, y que es aquella que no cumple con las expectativas de la maternidad (Choi et al., 2005).

Por ejemplo, en un estudio cualitativo se encontró que antes de ser madres, las participantes se veían como mujeres con más libertades, pensando en sí mismas únicamente, con una percepción diferente de sus cuerpos y que ahora al ser madres su mejor cualidad es precisamente el rol materno que cumplen, tratando así también de encajar en el “ser una buena madre” (Duarte y Garzón, 2021).

Por otro lado, el concepto de maternidad intensiva describe la expectativa de que las madres deben estar completamente dedicadas al bienestar de sus hijos, sacrificando su tiempo y necesidades personales (Hays, 1996). Esta idealización de la maternidad puede generar un autoconcepto negativo si las mujeres perciben que no cumplen con estas expectativas inalcanzables.

Podemos decir que el tiempo que se ha experimentado la maternidad y las situaciones que pasan las madres son factores que influyen en la percepción que las mujeres tendrán de esta (Reyes et al., 2013). En ocasiones, las creencias sobre la maternidad refieren ideas en las que se resalta que la felicidad para las mujeres se alcanza desde el rol materno, difuminando la frontera entre el rol asociado a la maternidad y la identidad personal de las mujeres. Esto puede conducir a internalización de la representación asociada al embarazo y la maternidad, que crea una construcción previa que compite con la realidad (Morales-Carmona, 2014). Es así como la maternidad, al estar asociada al rol de ser mujer, afecta las percepciones individuales y la formación de la identidad (Obregón-Brocher et al., 2020).

El impacto del nacimiento de un hijo en el autoconcepto de las madres también está mediado por el apoyo social. La calidad de las relaciones con la pareja, la familia y la comunidad influye en el autoconcepto materno. Las mujeres que cuentan con redes de apoyo sólidas tienden a desarrollar un autoconcepto más positivo, mientras que aquellas que experimentan aislamiento social pueden enfrentarse a sentimientos de inseguridad e inadecuación (Negron et al., 2013).

Se ha encontrado que las mujeres que tienen más acompañamiento y más valoración positiva por parte de sus parejas y su familia, se sienten mejor con ellas mismas, y al referirse a sus cualidades y virtudes podían hablar con mayor fluidez y libertad sobre estas cualidades y por el contrario, las mujeres que se habían sentido más solas, más rechazadas y menos apoyadas por su familia o pareja tendían a tener más valoraciones negativas sobre ellas mismas y también sobre su aspecto físico y personal, adicional a esto también tendían a cuestionarse más sobre su rol materno y su rol como mujer en la sociedad (Duarte y Garzón, 2021).

Obregón-Brocher y otros (2020) en un estudio sobre diferentes creencias hacia la maternidad en mujeres encontraron que, a mayor desconfianza y baja seguridad en sí mismas, existe una mayor tendencia a percibir a la maternidad como un deber social. Es así como las expectativas de género influenciadas por los roles de género han puesto a las mujeres en una posición donde “el sentido del deber” en múltiples áreas (personal, de pareja, familiar, laboral y social) se incrementa al convertirse en madres.

Es así como los discursos sobre la maternidad han evolucionado con los cambios socioculturales y el auge de las redes sociales digitales. La comparación con otras madres, especialmente en plataformas digitales, puede reforzar sentimientos de insuficiencia o, por el contrario, fortalecer el autoconcepto cuando se encuentran comunidades de apoyo (Coyne et al., 2017).

En la Teoría de la Comparación Social de Festinger (1954) se sostiene que los individuos evalúan sus propias capacidades y atributos comparándolos con los de

otros. En este sentido, las redes sociales digitales han intensificado este proceso, ya que la exposición constante a estándares idealizados de éxito y apariencia puede distorsionar la autoimagen y generar insatisfacción personal (Vogel et al., 2014).

Se definen a las redes sociales digitales como un espacio en el cual los individuos interactúan con otros mediante el uso de internet. En estos medios se da el intercambio de información, y los grupos de personas que conforman una red pueden compartir intereses, opiniones, generar apoyo y ayuda, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia o sociabilizar (Ledesma y Contreras, 2020).

La red social TikTok, de origen chino, fue creada por la empresa ByteDance en 2016. En sus inicios tenía el nombre de Douyin, después, en 2017 ByteDance compró la red social de videos cortos Musical.ly, migrando los usuarios de esta aplicación a lo que ahora conocemos como TikTok (Espinoza-Beltrán et al., 2021). Esta plataforma se caracteriza por la creación de videos cortos, de entre 15 y 60 segundos regularmente, aunque desde 2024 se permiten subir videos de hasta 10 minutos para todos los usuarios (Shopify, 2025), lo que ha permitido una mayor libertad para expresarse sin estar limitado por el tiempo de duración del video. De acuerdo a la página de estadística Statista (2025), se estimaba que había 136, 1 millones de usuarios de TikTok en Latinoamérica en 2022, siendo para 2025 85.4 millones en México (Silverio, 2026). Se estima que la mayor concentración de usuarios está en los rangos de edad de 18 a 24 años con el 28.6% y de 25 a 34 años con el 41.7% de las personas en TikTok en México (Campuzano, 2025) de los cuales 43.6% son mujeres (Silverio, 2026).

Las opiniones sociales, que pueden venir desde la familia, la sociedad o las redes sociales digitales, llevan a las mujeres a compararse con otras, tanto en cómo debería verse su cuerpo como en la experiencia misma de materner. Aun cuando el convertirse en madre es un proceso personal guiado por circunstancias particulares de cada mujer, la vivencia de la maternidad puede compartir características para cada una de ellas.

En la actualidad, las redes sociales digitales forman parte de la vida cotidiana de las mujeres y se han consolidado como espacios centrales de interacción, expresión y construcción de significados. Plataformas como TikTok no solo funcionan como medios de entretenimiento, sino también como escenarios en los que las mujeres jóvenes madres comparten experiencias, narrativas y emociones relacionadas con la maternidad, estableciendo vínculos con otras mujeres que atraviesan situaciones similares.

Estas comunidades digitales permiten procesos de identificación, comparación social y apoyo mutuo, los cuales pueden desempeñar un papel relevante en la construcción del autoconcepto, el bienestar emocional de las madres y los significados en torno a la maternidad. En este sentido, la posibilidad de formar comunidad y recibir validación social en entornos digitales puede ser un factor protector frente a sentimientos de aislamiento, insuficiencia o sobrecarga emocional asociados a las exigencias del rol materno.

Las redes sociales digitales pueden ser usadas para analizar interacciones entre individuos, grupos u organizaciones (Ledesma y Contreras, 2020), ya que en

estas se forman comunidades virtuales, donde los lazos surgen de un interés común en alguna temática o práctica (Castaño, 2012). A partir de lo anterior, resulta pertinente analizar cómo se construye el autoconcepto de mujeres jóvenes madres en estos espacios digitales.

El presente estudio tiene el objetivo de analizar, desde un enfoque cualitativo interpretativo-comprensivo, la configuración del autoconcepto en mujeres madres a través de sus narrativas digitales en la red social TikTok, mediante el método de netnografía observacional, con el fin de profundizar en los sentidos subjetivos y retos identitarios que emergen en la experiencia de la maternidad contemporánea.

Método

La presente investigación se inscribe en un enfoque cualitativo de paradigma interpretativo-comprensivo. El diseño es de corte fenomenológico-descriptivo para identificar las categorías de significado asociadas a la experiencia vivida de la maternidad.

Se ha optado por la utilización de la Netnografía Observacional (también denominada no participante). De acuerdo con Kozinets (2020), la netnografía es un método de investigación social de corte cualitativo que se basa en la recolección y análisis de comunicaciones expresadas en comunidades digitales como fuente de datos para llegar a la comprensión de un fenómeno sociocultural. Al tratarse de una modalidad observacional, el investigador no interviene en la dinámica de la

comunidad, lo que garantiza la obtención de "datos naturales" o no reactivos, minimizando el sesgo de deseabilidad social (Costello et al., 2017).

La unidad de análisis para el presente estudio es el discurso digital sobre el autoconcepto materno, expresado en las narrativas audiovisuales (*scripts* de video) y las interacciones textuales (comentarios) de mujeres y madres jóvenes en la plataforma TikTok.

Participantes y Muestra. Se eligió una muestra intencional no probabilística de informantes clave a través de criterios: mujeres jóvenes identificadas como madres y creadoras de contenido en TikTok. Los criterios de inclusión fueron: a) discurso sobre la experiencia postparto o retos de la maternidad; b) edad entre 18 y 30 años (rango de edad que de acuerdo a las estadísticas son las que utilizan más el TikTok y que también cumplen con el periodo de edad conocido como juventud); c) tener al menos un hijo(a). La elección de la plataforma responde a la concentración demográfica de usuarias en este rango de edad en México, lo que facilita la identificación y expresión entre pares.

Instrumento. En este caso no hay guía de entrevista, pero sí criterios para la selección de los comentarios, los cuales fueron: a) relacionados a lo dicho en los videos; b) con contenido de palabras, no solo emoticones.

Procedimiento y Recolección de Datos. Se utilizó un muestreo intencional basado en la alimentación del algoritmo de TikTok con palabras clave sobre maternidad. De una selección inicial de 30 videos, se aplicó un filtro de calidad y relevancia, excluyendo materiales con duración menor a un minuto o con baja

densidad discursiva (menos de 100 comentarios o predominio de emoticones). El corpus final quedó integrado por 7 materiales audiovisuales (transcritos manualmente) y 7,098 comentarios. Para la recolección de los comentarios, se empleó una herramienta de extracción de datos de código abierto mediante interfaz de línea de comandos, lo que permitió obtener archivos estructurados en hojas de cálculo.

Análisis de Datos. El procesamiento se realizó mediante el software Atlas.ti®, empleando un Análisis de Contenido Cualitativo de corte fenomenológico. Este procedimiento permitió una codificación inductiva para la emergencia de categorías con sustento empírico, rescatando 1,420 citas relevantes por su densidad narrativa sobre la vivencia materna. El número total de códigos analizados fueron 9, de los cuales 5 fueron emergentes, articulados en 3 categorías.

Consideraciones Éticas. La investigación se clasifica como de bajo riesgo al emplear datos de fuentes públicas y de libre acceso, sin interacción directa con las usuarias. No obstante, se garantizó el anonimato y la confidencialidad mediante la omisión de nombres de usuario y la desvinculación de cualquier dato de identidad personal en el reporte de resultados, respetando la privacidad en el ecosistema digital.

Resultados

Para el análisis cualitativo de los datos, se utilizó el software Atlas.ti® que permite entre otras cosas un análisis de las palabras más utilizadas, las cuales se presentan a continuación:

"Identificada"); c) La Carga Mental y Física del Rol ("Cansancio", "Cuerpo", "Difícil", "Carga", "Mental").

En síntesis, podemos decir que la expresión y significación del autoconcepto no es solo una abstracción cognitiva, más bien, se encuentra ligada principalmente a la experiencia corporal y el agotamiento.

Posteriormente, se analizaron las experiencias expresadas a través de los comentarios y transcripciones de cada video, donde se comienza a hablar del cuerpo y los cambios que este ha sufrido, centrándose en gran medida en el aumento de peso que se mantiene después del embarazo, lo que supone una experiencia de sentirte en un cuerpo extraño.

Como códigos predefinidos se tenían 1) Identificación con los procesos que narran otras madres, 2) Cambios en el autoconcepto, 3) Agotamiento mental y físico derivado de la maternidad y 4) Necesidad de hablar más de lo que conlleva la maternidad. Es así como se encontraron inicialmente 14 códigos de los cuales se tomaron en cuenta 9 al considerarlos los más relevantes; la lista que se ha obtenido del análisis de contenido, incluyendo los 7 videos analizados, así como sus comentarios son los siguientes:

1. Identificación con los procesos que narran otras madres
2. Cambios en el autoconcepto
3. Agotamiento mental y físico derivado de la maternidad
4. Apoyo entre madres
5. Opiniones sociales en torno a las madres y la maternidad

6. Necesidad de hablar más sobre lo que conlleva la maternidad
7. Aceptación del cuerpo después de convertirse en madres
8. Convertirse en madre como una experiencia agradable más no la maternidad
9. Mejor versión de sí mismas

Observamos 3 ejes articulados relacionados con los 9 códigos, que son:

- a. **Experiencia transformadora:** la vivencia de la maternidad narrada como un fenómeno dual donde aún cuando es un proceso difícil se termina por tener una transformación personal que lleva a una mayor satisfacción personal.
- b. **Identificación y apoyo:** la importancia del apoyo social demostrada con la necesidad de hablar con otros similares de lo que se está viviendo en busca de validación que puede llevar a formar una red de apoyo tanto emocional como social.
- c. **Comparación social:** cambios que suceden tanto física como emocionalmente que pueden llevar a las mujeres a no sentirse identificadas con su versión de no madre, potenciado por las opiniones y la exposición sociales de cómo debería verse o ser una madre, que lleva a comparaciones y a su vez a culpa por no cumplir con las expectativas sociales.

A continuación, se presentan ejemplos de comentarios que conformaron las categorías:

Tabla 1.

Principales códigos del análisis de contenido

| Códigos | Ejemplos |
|--|--|
| Identificación con los procesos que narran otras madres | <p>”Te entiendo tanto! Justo estoy pasando por eso en estos momentos”</p> <p>“Nadie lo entiende solo nosotras que pasamos por todo esto”</p> <p>“Gracias por tus palabras, por subir este video”</p> |
| Cambios en el autoconcepto | <p>“Cuando nace un bebé siento que muere una mujer y nace una mamá, y está cañón ser otra vez tú.”</p> <p>“no volvemos a ser las mismas tu tiempo y tu vida ya no te pertenecen del todo”</p> <p>“Ya crecerá... y volverás a ser tu”</p> |
| Agotamiento mental y físico derivado de la maternidad | <p>”muero de amor pero también de cansancio”</p> <p>“En realidad estoy cansada no amargada 😊”</p> <p>“Llevo un año solo existiendo, mi cerebro gira en torno a mi bebé 😊”</p> <p>“Si ser mamá se resume a dos palabras: miedo y culpa”</p> |
| Apoyo entre madres | <p>”pensé que era la única en esta situación.. pero veo que somos muchas:(. Hagámonos amigas las que nos sintamos así💕”</p> <p>“eres una gran mamá”</p> |
| Opiniones sociales en torno a las madres y la maternidad | <p>”Hermana, la gente no comprende eso, solo hasta que lo viven”</p> <p>“Las comparaciones y el señalamiento como mamá viene desde la familia, cercanos y sobre todo redes”</p> <p>“🙄 te quejas pero eso querías”</p> |

Necesidad de hablar “es necesario hacerlo saber, no somos las mujeres de más sobre lo que antes, ahora hablamos □”

conlleva la maternidad “Amooo que hables de esto, eres la voz de muchas”
 “Están tan acostumbrados a ver, romantizar la maternidad en redes sociales, que cuando alguien viene a decirles, de que, güey, neta, es una putiza, me pasa esto, esto y esto y me duele esto y esto, la gente se super ataca de que se está quejando”

Aceptación del cuerpo ”ahora me cuesta mucho verme al espejo sin sentirme después de convertirse mal”

en madres “Aquí todas las que estamos tratando de reconstruir nuestro cuerpo □ igual amo mi nuevo cuerpo porque dio vida a mis tres hijos”

“Yo ahorita estoy aprendiendo a querer mi cuerpo post parto, y si vuelve mi cuerpo de antes que padre y si vuelve diferente pues también lo voy a aprender a querer”

Convertirse en madre ”Amo a mi hijo, pero no viviría de nuevo eso jamás”
 como una experiencia “es lo mejor que me ha pasado, pero desde que mis agradable más no la hijos nacieron mi vida es les pertenece □”
 maternidad

Mejor versión de sí ”vuelves a ser la misma, pero muchísimo mejor”
 mismas “nuestra vida ahora es mucho mejor de lo que era antes”

Nota: El desarrollo de estas definiciones cumple con los criterios de la Netnografía Observacional, donde la interpretación surge de la inmersión en los datos secundarios (comentarios) para comprender los "sentidos subjetivos". Al respecto, la literatura contemporánea subraya la importancia de este enfoque: "El análisis de contenido

cualitativo en entornos digitales permite que las categorías emerjan orgánicamente, evitando que el sesgo del investigador oscurezca las realidades a menudo invisibilizadas en las narrativas de la maternidad" (Bengtsson, 2016; Kozinets, 2020).

De acuerdo con el análisis de los testimonios, el proceso de construcción identitaria en la maternidad inicia, frecuentemente, con una identificación con los procesos que narran otras madres. Esta categoría se define como el reconocimiento de una vivencia compartida que genera un vínculo de entendimiento mutuo entre las usuarias; se manifiesta a través del alivio y la gratitud que experimentan las mujeres al descubrir que otras atraviesan situaciones similares. A partir de este espejo digital se detecta una reflexión sobre los cambios en el autoconcepto. Dicha categoría representa la percepción de una metamorfosis identitaria radical tras el evento del parto, donde las participantes describen una sensación de "muerte" del yo previo para dar paso al nacimiento de una identidad materna que depende del cuidado del infante, generando una tensión constante entre la persona que eran y la "nueva" versión en la que se han transformado.

Dicha transición identitaria se refleja a través del agotamiento mental y físico derivado de la maternidad, estado que se define como una saturación cognitiva y fatiga corporal extrema donde la existencia de la madre se ve absorbida por las demandas del infante. Esta categoría incluye sentimientos recurrentes de miedo y culpa, así como la percepción de que son las únicas responsables del proceso de crianza. Como respuesta necesaria ante tal desgaste, emerge de manera natural el apoyo entre madres, categoría que agrupa las acciones de brindar y recibir validación

emocional, consuelo y aliento en el ecosistema digital. Este soporte funciona como un mecanismo de catarsis, permitiendo que las usuarias se reconozcan como parte de una comunidad.

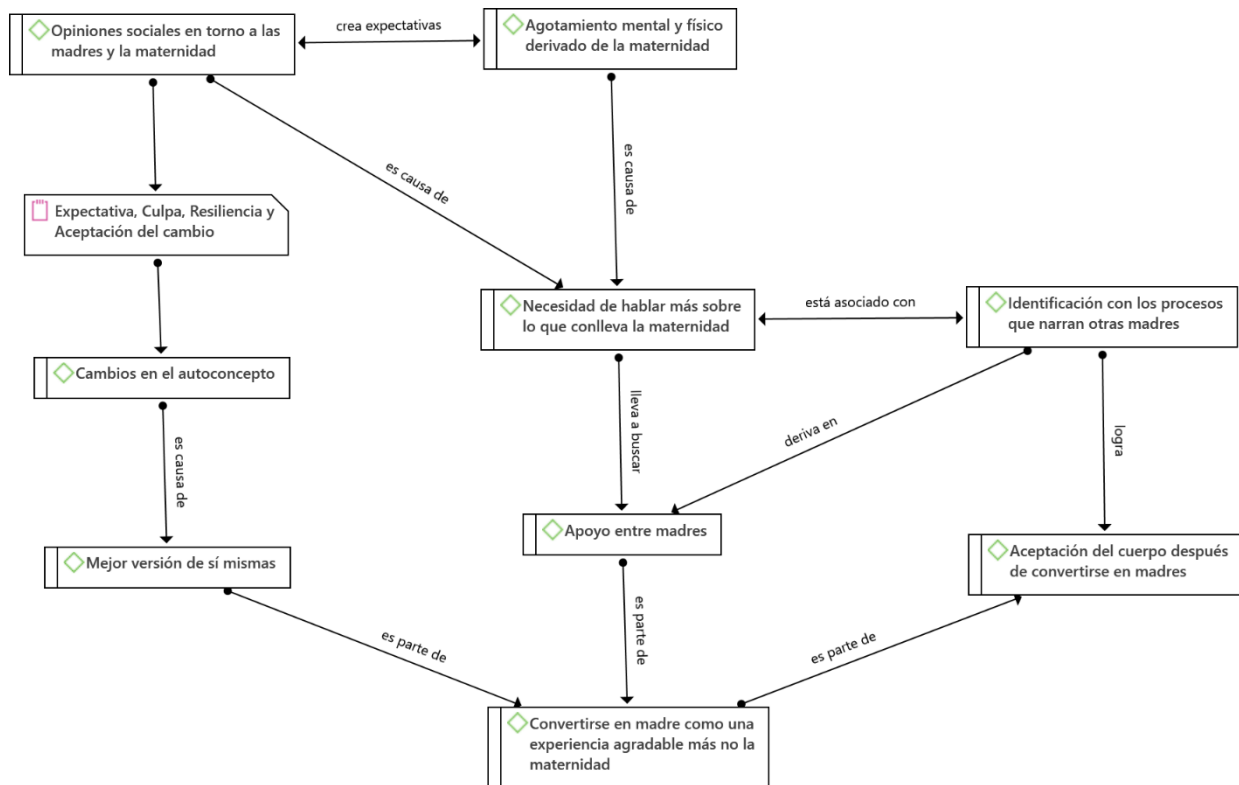
Por otro lado, existe una constante tensión por las opiniones sociales en torno a las madres y la maternidad, resultado de la recepción de juicios, señalamientos y expectativas externas provenientes tanto del núcleo familiar como del entorno digital, caracterizándose por la crítica hacia la expresión del malestar materno bajo la premisa social de que la maternidad, al ser una elección, anula la posibilidad de manifestar insatisfacción. Ante este escenario de silenciamiento, las usuarias manifiestan una necesidad de hablar más sobre lo que conlleva la maternidad, categoría que representa un reclamo colectivo por romper la visión históricamente romantizada de la crianza en los medios sociales.

La categoría emergente de aceptación del cuerpo después de convertirse en madres, definida como el proceso ambivalente de reconciliación con la imagen física post-parto, incluye testimonios que oscilan entre la dificultad de reconocerse frente al espejo y el esfuerzo consciente por valorar el cuerpo como el vehículo que permitió la vida, intentando reconstruir el afecto personal a pesar de los cambios estéticos permanentes. Es dentro de este marco de honestidad donde se llega a reconocer el convertirse en madre como una experiencia agradable más no la maternidad, estableciendo una distinción clara entre el afecto profundo hacia los hijos y el rechazo a la carga sistémica y emocional del rol de cuidadora. Lo anterior refleja que, aunque

el vínculo con el infante es valorado positivamente, las exigencias en las que se ejerce el rol son percibidas como extenuantes.

Figura 2.

Relación entre categorías relacionadas con la maternidad



Finalmente, el proceso de reintegración identitaria puede culminar en la percepción de ser una mejor versión de sí mismas. Esta categoría se define como una narrativa de crecimiento y evolución positiva del *self* tras la transición a la maternidad, describiendo un proceso de retorno a la identidad propia, pero desde una

posición de mayor fortaleza y con una perspectiva de vida que se percibe como más satisfactoria que la anterior al proceso materno.

Si bien muchas de las categorías encontradas tienen una connotación negativa que es importante visibilizar, también destaca la aceptación y la evaluación positiva de la maternidad. Esta controversia cognitiva es uno de los aspectos más destacados de los resultados.

Discusión.

En el embarazo, generalmente, la mujer se crea un imaginario a través de la información social recibida de cómo vivirá el hecho de ser madre (Abajo-Llama et al., 2016), lo que lleva a un proceso de comparación con otras maternidades, estas comparaciones generarán expectativas, y si estas no son cumplidas hará que las mujeres sientan culpa por no cumplir con el rol o con lo que los otros esperan de ellas. Esta culpa derivará en agotamiento mental y físico y viceversa, entrando en un bucle de culpas y comparaciones.

Como menciona De Figueiredo Souza (2020), la maternidad intensiva supone una gran inversión de recursos y energía, lo que puede llevar a un estado de aislamiento al no poder equilibrar entre las demandas del mundo fuera del rol materno. La autora menciona que aquello que las madres de hoy llaman culpa puede ser interpretado como una frustración respecto a sus fallas e incompetencias; ya que la nueva forma de opresión para el funcionamiento social parece tomar forma en

generar deseos socialmente contruidos, como el de ser una madre maleable, presente y multitareas.

Las experiencias compartidas por medio de los comentarios de los vídeos analizados mostraban una ambivalencia, donde amaban la experiencia de ser madres, más rechazaban aquello que las hacía sentir como personas distintas, tal como el cansancio y la nueva versión de ellas centrada en sus hijos, en sincronía con lo reportado por De Figueiredo Souza (2020) que habla de paradojas maternas, que son contradicciones descritas como una mezcla de felicidades, tristezas y culpas, donde aunque sea exigente y desgastante ser madre dentro de un sistema patriarcal, también reconocen en la maternidad una experiencia social y personal sumamente gratificante. La identificación con experiencias mostradas en redes sociales digitales como TikTok percibidas como similares, puede repercutir positivamente en el cambio en el autoconcepto, ya que, aunque algunas mujeres reportan no sentirse como ellas mismas, otras aseguran que ahora son una mejor versión donde, si bien el proceso de maternar es complicado, el amor a sus hijos les hace querer evolucionar.

Las redes sociales digitales pueden ser usadas para expresar vivencias diarias y abrir debates políticos, como en Brasil donde surgió el movimiento #MaternidadeReal, que busca reflejar, en los medios sociales, la maternidad de manera abierta y realista, sin ocultar sentimientos distintos al amor y la satisfacción. Dicho movimiento busca desnaturalizar la maternidad y sus aspectos opresores deconstruyendo discursos que minimizan los sufrimientos maternos (De Figueiredo Souza, 2020). Lo que no se nombra no existe, y podemos interpretar la formación de

diálogos digitales entre usuarias nacido de la voz de mujeres con más alcance mediático (creadoras de contenido) más allá de la catarsis, también como un acto de liberación de las opresiones mediadas por los mandatos de los roles adquiridos con la situación de ser madre, donde evidenciar las demandas físicas y emociones que conlleva el criar a los hijos representa la no idealización de la tarea.

La difusión de videos experienciales de la maternidad en redes sociales digitales puede funcionar como un moldeador del autoconcepto materno al participar como medio de identidad social y de identificación con otros grupos y las experiencias y significados compartidos, como Orthon-Johnson (2017), que menciona que los blogs de madres pueden proporcionar consuelo, apoyo y capital social, ya que estos lugares pueden ser vistos como un medio cultural a través del cual las identidades y papeles de la maternidad se reconstruyen social y digitalmente. Aunque, este mismo autor concluye que estos lugares digitales también pueden restringir, ya que pueden convertirse en un espacio de condena y juicio público (Orthon-Johnson, 2017).

En este sentido, el autoconcepto estaría en este entorno digital específico influenciado entonces tanto por el apoyo percibido por otras madres, donde las palabras de aliento empoderan a las mujeres a percibirse como capaces, alimentándose de la retroalimentación que consiguen de otras mujeres; como por las idealizaciones creadas por la comparación con otras maternidades mostradas como hegemónicas en las diferentes redes sociales digitales.

Si bien hay una serie de causas sociales que contribuyen a la representación de la buena y la mala madre, la carga emocional de cumplir con las expectativas y

una dificultad por aceptar el nuevo cuerpo, esto no limita a las mujeres a disfrutar su maternidad y la nueva etapa que están viviendo. El uso de ciertos foros en las redes sociales digitales abre una oportunidad de formar nuevos grupos y redes de apoyo no solo para compartir como es la experiencia de la crianza sino también para ser amigas de mujeres que están pasando por lo mismo y comprenden que no son quejas, solo están cansadas y desean alguien con quien hablar.

Una red de apoyo es indispensable para lograr una identificación con un grupo y así evitar el aislamiento, como menciona Rodríguez (2024) el acceso a información y experiencias compartidas puede ser particularmente enriquecedor durante los períodos posteriores al nacimiento y en la primera infancia, mayormente para las madres con redes de apoyo que no satisface sus necesidades de información o apoyo. Dentro de los cambios derivados de la maternidad se mencionan las transformaciones corporales asociadas con el embarazo, que si bien es motivo de preocupación termina por pasar a otro plano al ser considerado como un cambio momentáneo, esto coincide con los resultados de una investigación donde se analizan *memes* de Facebook de un grupo de madres, donde los cambios en el cuerpo son vistos como momentáneos e “insignificantes”, ya que el cuerpo luego de un tiempo vuelve a su estado habitual (Contreras y Zamudio, 2021). Esto empata con lo dicho por Badinter (1980) sobre que el amor maternal no es innato sino un comportamiento histórico y social que varía según épocas y costumbres de los grupos humanos.

El concepto de maternidad a lo largo de la historia aparece como un conjunto de creencias y significados en permanente evolución, influidos por factores culturales

y sociales, que han ido apoyándose en ideas en torno a la mujer, a la procreación y a la crianza, como vertientes que se encuentran y entrecruzan en la interpretación de este concepto. Aquí sería importante señalar lo que menciona sobre la distinción de la institución de la maternidad como experiencia que puede ser creativa, placentera y liberadora, en contraste con la maternidad que es más bien una institución coercitiva y controladora (Rich, 2019, como se citó en Hernandez, 2025).

En la actualidad constatamos una multiplicidad de cambios, donde roles y patrones relacionales tradicionales sufren importantes transformaciones y surgen nuevas alternativas de definición de sí mismo. Así, el “ser” madre, pareja, profesional, o cualquier otra categoría social depende de las relaciones que cada uno construye en sí mismo, basadas en los elementos de su entorno social, histórico y cultural. En un proceso de diálogo entre la cultura colectiva y la construcción de la cultura de cada persona, el desarrollo es determinado en la medida en que siempre es guiado por algún conjunto de elementos que lo organiza en alguna dirección.

Conclusiones

Las mujeres que han tenido hijos pasan por cambios psicológicos y físicos que afectan su autoconcepto por factores como la culpa, las expectativas y las comparaciones, todo potenciado por el cansancio. Sin embargo, a estos efectos negativos se suman una percepción positiva de la maternidad, lo cual habla de lo complejo, diverso y hasta disonante que es la experiencia.

Además de dar voz a las madres, la Netnografía observacional permite observar testimonios espontáneos, libres y ajenos al sesgo del investigador cuando realiza una entrevista. Aun así, es difícil estimar hasta qué punto las interacciones en este entorno son un reflejo congruente entre la cultura digital y la cultura del mundo real y que tanto se editan las verdaderas opiniones por el panóptico que incluyen las redes sociales digitales.

Dentro de las limitaciones de este estudio podemos encontrar que se obtuvieron las citas de comentarios vinculados a los videos, pero muchos de ellos, eran comentarios de otros comentarios y suelen ser breves, lo cual dificulta la profundización en la subjetividad. Se sugiere retomar los puntos encontrados a través de la recolección de datos con informantes claves, con ayuda de la entrevista o grupos focales (Kamberelis y Dimitriadis, 2011).

Entre los temas a profundizar que se asoman en la presente investigación se encuentran las opiniones sociales y cómo éstas violentan el derecho a la maternidad, en especial en personas de bajos recursos. Se sugiere contemplar factores de desigualdades sistemáticas de distintos factores sociales. Dentro de este eje se sugiere repetir el estudio con creadoras de contenido de estratos económicos y sociales bajos y comparar las vivencias maternas reportadas.

Valdría la pena ahondar en la interseccionalidad como factor mediador para que las madres decidan expresar sus vivencias libremente en espacios digitales, ya que convertirse en madre viene de la mano de muchas obligaciones que no necesariamente la mujer está dispuesta a asumir. Aun así, se espera un

“comportamiento de madre” y cualquier cosa que no sea esto esperado puede ser objeto de censura, represión y asco, aunque cambia en cómo se manifiestan de acuerdo con la condición que la mujer evaluada ocupa. Es así como, por ejemplo, madres de estratos sociales y económicos más bajos serían evaluadas bajo una lupa más intensa que aquellas en una posición social más favorable, además de que las experiencias, preocupaciones y percepción de sí mismas será expresado de manera distinta al entrar en juego múltiples circunstancias que se enlazan en la experiencia de ser mujer y madre.

Otra línea de investigación sugiere explorar la formación de grupos como una respuesta resiliente de enfrentar el proceso de la maternidad, así como el efecto de la expresión de la vivencia con ayuda de las redes sociales que, si bien tiene varias desventajas, tiene la facilidad de la comunicación inmediata y sin importar la distancia entre las personas.

Finalmente se sugiere que futuras investigaciones profundicen en las narrativas individuales mediante entrevistas para complementar los hallazgos.

Referencias

- Abajo-Llama, S., Bermant, C., Cuadrada-Majó, C., Galaman, C. y Soto-Bermant, L. (2016). Ser madre hoy: abordaje multidisciplinar de la maternidad desde una perspectiva de género. En *MUSAS. Revista de Investigación en Mujer, Salud y Sociedad*, 1(2), 20-34. <https://doi.org/10.1344/musas2016.voll.num2.8>
- Ávila, G. (2005). Mujeres frente a los espejos de la maternidad: Las que eligen no ser madres. En *Desacatos*, 17, 107-126.
- Badinter, E. (1980). ¿Existe el amor maternal? Barcelona: Paidós-Pomaire.
- Baumeister, R. F. (1999). *The self in social psychology*. Psychology Press.
- Campuzano, M. A. (2025, 1 septiembre). El rango de edad de las personas que usan TikTok en México y para qué usan la red social. En *Adn Noticias*. <https://www.adn40.mx/es-tendencia/2025-09-01/rango-edad-las-personas-que-usan-tiktok-en-mexico-y-que-hacen-en-la-plataforma>
- Caro Castaño, L. (2012). Identidad mosaico: La encarnación del yo en las redes sociales digitales. En *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 91, 59-68.
- Choi, P., Henshaw, C., Baker, S. y Tree, J. (2005). Supermum, superwife, supereverything: Performing femininity in the transition to motherhood. En *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 23(2), 167-180. <https://doi.org/10.1080/02646830500129487>

- Consejo Nacional de Población. (2025, 10 enero). *Disminuye la población infantil*. [Comunicado de prensa] Gobierno de México. <https://www.gob.mx/conapo/articulos/disminuye-la-poblacion-infantil>
- Contreras, K., & Zamudio, M. (2021). Representaciones sociales acerca del embarazo y la maternidad: análisis de memes de Facebook. En *Revista Colombiana de Sociología*, 44(2), 61-93. <https://doi.org/10.15446/res.v44n2.87791>
- Costello, L., Dhar, M. P., & Wiedemann, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Ethical Challenges. En *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- Coyne, S. M., McDaniel, B. T., Stockdale, L. y Fraser, A. M. (2017). Mommy blogs and the changing face of motherhood. En *Journal of Family Issues*, 38(17), 2437-2460.
- De Figueiredo Souza, A. L. (2020). Maternidad en las redes sociales de internet. Vivencias maternas brasileñas compartidas en red. En *Comunicación y Medios*, (41)54. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2020.54499>
- Duarte, I. y Garzón, L. (2021). *Maternidad y lactancia exclusiva: narrativas sobre la satisfacción sexual, el autoconcepto y la construcción de la identidad* [Tesis de licenciatura]. Universidad Santo Tomás. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11634/43918>
- Espinoza-Beltrán, I., Pérez-Pérez, F., Suequito-Chimbo, E., Arévalo-Sarmiento, J., & Tenesaca-Quituisaca, S. (2021). TikTok en la comunicación. En *TikTok: más*

- allá de la hipermedialidad* (1.^a ed., pp. 15-32). Editorial Abya-Yala.
<https://doi.org/10.7476/9789978106815>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. En *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. Yale University Press.
- Hernández, G. E. G. (2025). La resignificación de la maternidad en las redes sociales: Narrativas e interacciones en un perfil de TikTok. En *Espacios y prácticas de exclusión y resistencia en tiempos neoliberales: de lo local a lo digital* (pp. 157-188). <https://doi.org/10.52501/cc.333.06>
- Hervás, M. J. C., Serrano, R. R., Taveró, I. L., Rodríguez, A. A., Morillo Martín, M. del S y Chillón-Martínez, R. (2011). La deconstrucción del instinto maternal: una revisión histórica. Ponencia presentada en el Congreso Universitario Nacional de Investigación en Género (3.^a ed., Sevilla, España) <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4507860><https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4507860>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024, 7 mayo). *Estadísticos a propósito del Día de la Madre (Datos nacionales)* [Comunicado de prensa]. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_10M_ayo24.pdf
- Kamberelis, G. y Dimitriadis, G. (2011). Focus groups. En N.K. Denzin y Y.S. Lincoln (Eds). *The sage handbook of qualitative research*. (pp. 545-561). Sage.

- Katz-Wise, S. L., Priess, H. A. y Hyde, J. S. (2010). Gender-role attitudes and behavior across the transition to parenthood. En *Developmental Psychology*, 46(1), 18-28. <https://doi.org/10.1037/a0017820>
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/netnography/book249206>
- Leahy-Warren, P., McCarthy, G. y Corcoran, P. (2012). First-time mothers: Social support, maternal parental self-efficacy and postnatal depression. En *Journal of Clinical Nursing*, 21(3-4), 388-397. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2011.03701.x>
- Ledesma, K. N. F., Díaz, R. R. G., & Contreras, E. E. L. (2020). Estrategia alternativa para la resolución de conflictos en las redes sociales digitales. En *CiiD Journal*, 1(1), 103-113.
- Morales-Carmona, F. (2014). Representación mental de embarazo y mujer en adolescentes y adultas embarazadas y su relación con el autoconcepto. En *Eurythmie*, 1(1), 50-56. Recuperado de https://biblioteca.justosierra.net/?page_id=7376
- Moreno-Gutiérrez, J., & Ramírez-García, A. (2021). Metodologías cualitativas en el estudio de las redes sociales: De la etnografía a la netnografía. En *Revista Científica de Comunicación*, 15(2), 45-62. <https://doi.org/10.21134/rpc.v15i2.2341>

- Negron, R., Martin, A., Almog, M., Balbierz, A. y Howell, E. A. (2013). Social support during the postpartum period: Mothers' views on needs, expectations, and mobilization of support. En *Maternal and Child Health Journal*, 17(4), 616-623. <https://doi.org/10.1007/s10995-012-1037-4>
- Obregón-Brocher, N., Armenta-Hurtarte, C., Arari-Zayat, D. y Ortiz-Izquierdo Herington, R. (2020). Maternidad cuestionada. En *Revista de Psicología*, 19(1), 104-119. <https://doi.org/10.24215/2422572Xe047>
- Orton-Johnson, K. (2017). Mummy Blogs and Representations of Motherhood: “Bad Mummies” and Their Readers. En *Social Media + Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117707186>
- Reyes Castillo, A. C., Rivera Valerdi, A. Y. y Galicia Moyeda, I. X. (2013). Relación entre el autoconcepto y la percepción de la crianza en madres adolescentes y adultas. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 15(2), 45-73.
- Rodríguez, T. R. (2024). Maternity and social networks. En *Enfermería Cuidándote*, 7. <https://doi.org/10.51326/ec.7.9498900>
- Shopify en español. (2025, 30 agosto). Consejos sobre la duración de los vídeos de TikTok (2025). En *Shopify*. <https://www.shopify.com/es/blog/duracion-videos-tiktok>
- Silverio, M. (2026, 5 enero). *Estadísticas y usuarios activos de TikTok (2026)*. Primeweb. <https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas#TikTokenMexico>

- Slotta, D. (2025, 17 diciembre). *Número de usuarios de TikTok en América Latina de 2019 a 2025 (en millones)*. Statista. [https://www-statista-com.translate.google/? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es& x tr pto=wa& x tr hist=true#topicOverview](https://www-statista-com.translate.google.com.translate.google/? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es& x tr pto=wa& x tr hist=true#topicOverview)
- Tajfel, H. y Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.
- UNICEF México. (2018, abril). *La agenda de la infancia y la adolescencia 2019-2024*. Unicef Para Cada Niño. <https://www.unicef.org/mexico/informes/la-agenda-de-la-infancia-y-la-adolescencia-2019-2024>
- Verea, C. P. (2004). “Malas madres”: la construcción social de la maternidad. En *Debate feminista*, 30, 12-34. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2004.30.1046>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. y Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. En *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. En *Psychological Bulletin*, 106(2), 231-248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>