

## Maternidad digital: influencia de las redes sociales en la percepción maternal

Digital motherhood: influence of social media on maternal perception

Sánchez Legorreta Deheni, Flores Calva Marcela Marlen<sup>b</sup>

---

### Abstract:

The use of social media has transformed both access to and the types of information that people consume, including the ways in which different roles -such as motherhood-, are experienced. Within these digital spaces, mothers share diverse aspects related to parenting and child-rearing practices with other mothers. Therefore, the objective of this study was to analyze the influence of social media on the perception of motherhood among Mexican mothers. A quantitative, cross-sectional, exploratory-correlational design was employed with a total sample of 218 mothers recruited through non-probabilistic snowball sampling. An online Likert-type questionnaire was administered, aimed at evaluating the following of motherhood-related accounts, parenting recommendations, social comparison, and perceived maternal pressure. The results revealed significant correlations between following motherhood-related accounts and the application of parenting advice ( $r = .404, p < .01$ ), as well as between social comparison and perceived maternal pressure ( $r = .483, p < .01$ ). Likewise, it was observed that the consumption of motherhood-related content on social media was associated with changes in parental decisions making. These findings suggest that social media function as spaces for the socialization of parenting practices, however it can also generate processes of social comparison that influence maternal self-perception. Therefore, digital motherhood represents an emerging phenomenon that requires further research from perspectives.

### Keywords:

*digital motherhood, social media, social comparison, parenting, maternal identity.*

---

### Resumen:

El uso de redes sociales ha transformado tanto el acceso como el tipo de información que se consume, incluyendo el cómo se viven diversos roles, como la maternidad. En este espacio digital se comparten diversos aspectos que se relacionan con la crianza y las prácticas parentales con otras madres. Por lo anterior el objetivo de este estudio se centró en analizar la influencia de las redes sociales en la percepción de la maternidad en madres mexicanas. Se empleó un diseño cuantitativo transversal exploratorio correlacional, con una muestra total de 218 madres encuestadas por muestreo no probabilístico de bola de nieve; aplicando un cuestionario en línea tipo Likert el cual estaba orientados en evaluar el uso de redes sociales, seguimiento de cuentas de maternidad, recomendaciones de crianza, comparación social y presión maternidad percibida. Los resultados evidencian correlaciones significativas entre el seguimiento de cuentas de maternidad y la aplicación de consejos de crianza ( $r = .404, p < .01$ ), así como entre la comparación social y la presión materna percibida ( $r = .483, p < .01$ ). De igual manera, se observó que el consumo de contenidos sobre maternidad en redes sociales se asocia con cambios en decisiones parentales. Estos hallazgos sugieren que las redes sociales funcionan como espacios de socialización de prácticas de crianza, pero también pueden generar procesos de comparación social que influyen en la autopercepción materna. Por lo que la maternidad digital constituye un fenómeno emergente que requiere mayor investigación desde diferentes enfoques.

### Palabras Clave:

*maternidad digital, redes sociales, comparación social, crianza, identidad materna.*

---

<sup>a</sup> Sanchez Legorreta Deheni, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela preparatoria No. 3 | Hidalgo | México, <https://orcid.org/0000-0001-8034-1224> Email: [deheni\\_sanchez@uaeh.edu.mx](mailto:deheni_sanchez@uaeh.edu.mx)

<sup>b</sup> Flores Calva Marcela Marlen ,BACHILLERATO GENERAL DEL ESTADO DE MEXICO, SEP,Estado de México | México, <https://orcid.org/0009-0008-5828-6271.psic.marcelafc@gmail.com>

Fecha de recepción: 16/03/2026, Fecha de aceptación: 06/04/2026, Fecha de publicación: 05/07/2026

## Introducción

Las redes sociales de la era digital han transformado los espacios de interacción social, influyendo en ámbitos como el trabajo, la educación, la comunicación interpersonal y la construcción de identidades. Estas plataformas han modificado la manera en que las personas acceden, seleccionan y procesan la información, generando nuevas formas de interacción social mediadas por tecnologías digitales (Lupton, 2016).

En este contexto, la maternidad ha adquirido una presencia dentro de diferentes plataformas digitales como Facebook, Instagram y TikTok; donde las madres comparten sus experiencias, consejos de crianza, prácticas educativas. Estos espacios permiten difundir diferentes discursos al tiempo que configuran representaciones sobre lo que significa "ser madre" en la actualidad, generando comunidades virtuales de apoyo y aprendizaje colectivo (Pedersen, et. al, 2018).

Investigaciones recientes han señalado que las redes sociales influyen en la construcción simbólica de la maternidad, dado que promueven espacios de apoyo, escenarios de comparación social entre las madres, así como una precisión normativa (Arreola, 2018; Hernández, 2020; García, 2025). Estos entornos donde se difunden modelos idealizados de maternidad pueden influir en la autopercepción materna, las prácticas de crianza y en la evaluación del desempeño parietal.

En el contexto latinoamericano, la maternidad es el eje identitario central en la vida de muchas mujeres, lo cual se encuentra asociado a expectativas culturales, roles morales y sociales que se encuentran profundamente arraigadas (Arcienega, et al, 2020); sin embargo, la expansión de la tecnología ha generado nuevas formas de experimentar y representar la maternidad, permitiendo que presente la llamada *Maternidad Digital*.

La maternidad digital puede entenderse como la experiencia de ejercer, representar, vivir y resignificar este rol en los entornos mediáticos digitales; donde la identidad materna no solo se configura desde lo privado y familiar, sino que también se ve expuesto en los espacios virtuales para la interacción pública (Lupton, 2016)

Si bien el interés por reconocer las implicaciones del uso de redes sociales en

diferentes roles, en el contexto mexicano la evidencia empírica cuantitativa es limitada respecto a la relación del uso de las redes sociales y la percepción de la maternidad.

Siendo el objetivo del presente estudio buscar contribuir a la comprensión de este fenómeno mediante el análisis de la influencia de las redes sociales en la percepción del rol materno en madres mexicanas.

## Marco teórico

### Construcción social de la maternidad

La maternidad ha sido conceptualizada como una construcción social más que como un atributo biológico y natural; considerando esta perspectiva, se debe señalar que las representaciones sobre la maternidad se configuran a partir de normas culturales, discursos sociales y estructuras de género que determinan las expectativas sociales sobre el rol materno (Faircloth, 2014; Hernández, 2020).

En Latinoamérica, la maternidad ha sido valorada de manera tradicional como un ideal dentro de la identidad femenina, vinculado a aspectos como el altruismo, sacrificio, así como la responsabilidad familiar. Estos elementos culturales continúan influyendo en discursos contemporáneos sobre lo que es "ser buena madre", aunque las experiencias reales de las mujeres pueden contrastar con dichos estándares hegemónicos (Arcienega et al. 2020).

Dentro del contexto digital actual, las redes sociales han permitido ampliar las interacciones sociales, caso de la maternidad, ha posibilitado la creación de comunidades virtuales donde se comparten experiencias, consejos y se construyen nuevas narrativas sobre este rol (Pedersen, 2018). Investigaciones con población latinoamericana han demostrado que estos espacios digitales pueden funcionar como redes de apoyo emocional y reconocimiento mutuo, así como escenarios de negociación contrahegemónica frente a expectativas tradicionales de género y crianza (Muñoz-Zapata et. al, 2020).

De igual manera, estudios descriptivos realizados en Brasil documentan que las narrativas personales de maternidad en redes sociales no solo visibilizan experiencias cotidianas de crianza, sino que también disputan valores culturales asociados a la maternidad tradicional, construyendo diálogos que pueden generar apoyos y conflictos simbólicos entre mujeres usuarias de dichas

redes (Figueiredo, 2020).

Si bien es cierto que las redes sociales poseen

aspectos positivos como proporcionar recursos de aprendizaje, entretenimiento y generar conexiones, así como, obtener información sobre crianza y salud con sus hijos. Mientras que el aspecto negativo que resalta más es la comparación social y sentimientos de incompetencia (Sams, 2025).

### **Identidad digital y maternidad**

La identidad digital hace referencia al cómo las personas negocian y proyectan sus identidades en los espacios virtuales; respecto a la maternidad, las plataformas sociales proporcionan herramientas para narrar, exhibir y validar de manera pública aspectos del día a día de una madre, generando narrativas que contribuyen a la construcción de la identidad materna (Lupton, 2016).

Desde la teoría de la comparación social, cuando las personas tienen a evaluar sus propias experiencias en relación con otros individuos cuando son expuestas a representaciones idealizadas de otros medios sociales, dinámica que ha sido discutida en diversos estudios para examinar la influencia de estos medios digitales en la percepción del "yo", la competencia y la autosuficiencia parental (Festinger, 1954; Sams et al. 2025).

Diversos estudios han documentado las experiencias latinoamericanas prosumidoras de contenido digital (productoras y consumidores narrativas en redes), quienes reflejan cómo la incorporación activa en plataformas sociales modula la identidad materna; logrado identificar que la presencia digital de las madres puede favorecer la construcción de redes de apoyo social que compensan la falta de soporte presencial, sobre todo en contextos donde las estructuras familiares o comunitarias tradicionales están debilitadas (Muñoz et al., 2021).

De acuerdo con Arreola (2018) son las madres jóvenes quienes generan representaciones sociales de la maternidad, a partir de su actividad digital, articulando discursos, valores culturales y expectativas sociales en su vida diaria mediada por las tecnologías.

De alguna manera estas redes virtuales permiten compartir conocimientos, intercambiar consejos de crianza y generar sentido de pertenencia, lo que puede influir de manera positiva en la percepción del rol materno.

Por el contrario, la identidad digital está mediada por mecanismos de validación social (likes, seguidores, comentarios), que pueden

reforzar aspectos de comparación social y la internalización de estándares culturalmente normativos sobre cómo debe vivirse la maternidad, lo cual puede traducirse en sentimientos de insuficiencia o presión por adherirse a modelos idealizados de crianza, cuidados y estética (Bartholemew et al., 2019).

La maternidad digital, por consiguiente, es un fenómeno complejo que combina procesos de socialización, construcción identitaria, validación social y comparación simbólica en entornos mediáticos.

### **Metodología**

Para este estudio se eligió un enfoque cuantitativo, el cual permite medir la frecuencia, intensidad y relación entre variables (Hernández et al. 2018). Siendo el objetivo analizar la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de la maternidad en madres mexicanas.

El estudio tiene un alcance exploratorio, descriptivo y correlacional, y que busca aproximarse a un fenómeno emergente poco documentado dentro del contexto mexicano, a fin de identificar patrones de asociación entre variables sin establecer relaciones causales.

El diseño de investigación fue no experimental y transversal, debido a que las variables no fueron manipuladas obteniendo datos en un momento específico, febrero-marzo 2026.

### **Participantes**

La muestra estuvo conformada por 218 madres mexicanas mayores de 18 años, usuarias activas de al menos una red social digital. Las participantes residían en diferentes entidades del país, principalmente en la región del centro de México.

Se utilizó un muestreo no probabilístico por bola de nieve, técnica frecuente en estudios de carácter exploratorio cuando se cuenta con un marco muestral formal. El cuestionario fue distribuido mediante redes sociales y aplicación de mensajería digital, solicitando a las participantes compartir el enlace con otras madres que cumplieran los criterios de inclusión.

### **Instrumento**

Se aplicó un cuestionario en línea desarrollado

en Google Forms, compuesto por los siguientes elementos:

- Datos sociodemográficos (Edad, Estado, Grado de estudios, Estado civil)
- 36 reactivos en Escala tipo Likert (Totalmente de acuerdo- totalmente desacuerdo), organizados de la siguiente manera:
  - Uso de redes sociales
  - Consumo de contenido sobre maternidad
  - Influencia percibida
  - Comparación social
  - Percepción del rol materno
  - Presión social y expectativas
  - Impacto emocional
  - Apoyo emocional
  - Actitudes hacia la maternidad digital

El diseño del instrumento se fundamentó en la literatura reciente de maternidad digital, identidad parietal y redes sociales.

### Resultados

Los datos fueron analizados mediante el programa IBM SPSS Statistics versión 26 utilizando estadísticos descriptivos, pruebas de confiabilidad y correlaciones de Pearson.

### Confiabilidad del instrumento

Con el propósito de evaluar consistencia interna del instrumento utilizado para la investigación, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach para los reactivos que integraron la escala.

Tabla 1. Consistencia interna

Estadístico	Valor
Número de ítems	36
Alfa de Cronbach	.854
Alfa estandarizado	.839
Número de participantes	218

El valor obtenido ( $\alpha = .854$ ) indica una adecuada consistencia interna del instrumento, superando el umbral recomendado de 0.70 para instrumentos de investigación social. Esto sugiere que los reactivos presentan una adecuada coherencia para evaluar los constructos asociados con el consumo de

contenido de maternidad en redes sociales, la comparación social, la percepción del rol materno y el impacto emocional.

### Análisis Descriptivo de la muestra

#### Estado de residencia

Tabla 2. Distribución por estado de residencia

	Frecuencia	Porcentaje
Hidalgo	127	58.3
Edo Mex	59	27.1
CDMX	12	5.5
Veracruz	5	2.3
Tabasco	5	2.3
Querétaro	1	.5
Jalisco	6	2.8
Morelos	1	.5
Guerrero	1	.5
Baja California sur	1	.5
Total	218	100.0

Los resultados indican que la mayor participación reside en Hidalgo con un 59.3%, seguido del Estado de México con un 27.1%, lo que evidencia una mayor representación de la región central del país. No obstante, también se registró participación de madres provenientes de otras entidades, lo que aporta cierta diversidad geográfica a la investigación.

#### Edad

Tabla 3. Distribución la muestra por edad

	Frecuencia	Porcentaje
18-25	10	4.6
26-35	56	25.7
36-46	128	58.7
más de 46	24	11.0
Total	218	100.0

La mayoría de las participantes se encuentra en

el rango de 36-46 años (58.7%), seguido por el grupo de 26-35 años (25.7%), lo que sugiere que la muestra se compone de madres adultas en etapa activa de crianza.

**Nivel educativo**

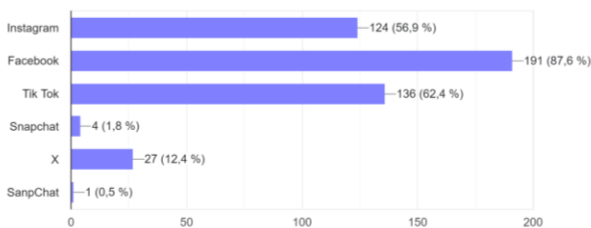
Tabla 4. Nivel educativo de las participantes

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	.5
Secundaria	18	8.3
Bachillerato	50	22.9
Licenciatura	104	47.7
Posgrado	45	20.6
Total	218	100.0

La mayoría de las participantes cuenta con estudios de licenciatura (47.7%), seguido de posgrado (20.6%) y bachillerato (22.9%).

**Redes sociales**

Gráfica 1 Las redes sociales más utilizadas



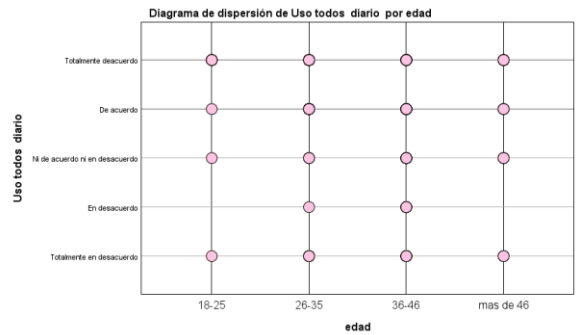
La red social con mayor uso es Facebook con un 87.6% de frecuencia, seguido de TikTok e Instagram, que se encuentran por encima del 50%.

**Análisis de correlaciones.**

Se realizaron correlaciones de Pearson para examinar las relaciones entre variables relacionadas con el uso de redes sociales, el consumo de contenido sobre maternidad y la percepción del rol materno.

Se identificó una correlación negativa significativa entre la edad y el uso de redes sociales ( $r=-.261$ ,  $p<001$ ), indicando que las madres más jóvenes reportan mayor uso de redes sociales.

Gráfica 2- Uso de Rede y edad



**Tabla 5. Correlación entre el seguimiento de cuentas y prácticas de crianza**

Seguimiento de cuentas	Consumo	Seguimiento de recomendaciones	Consejos de crianza
	.483	.423	.404
	$p< .001$	$p< .001$	$p< .001$

Estos resultados sugieren que el contenido relacionado con la maternidad en redes sociales se incorpora en las decisiones parentales.

De igual manera, el seguimiento de recomendaciones mostró una correlación fuerte con la aplicación de consejos de crianza ( $r = .659$ ,  $p< .001$ ) lo cual evidencia la influencia potencial de los contenidos digitales en las prácticas de crianza.

Así mismo, se encontraron correlaciones positivas con el seguimiento de cuentas de maternidad con un mayor grado de escolaridad ( $r = .174$ ,  $p = .010$ ) y con el uso de redes como parte de la rutina diaria ( $r = .151$ ,  $p=0.25$ ).

**Tabla 6 Correlaciones por índice de comparación**

	índice consumo	índice impacto	índice apoyo	índice mater digital	índice influencia
índice comparación	.189**	.737**	.372***	.366**	.308***

Respecto a la comparación social entre madres mostraron asociaciones significativas con

diversos indicadores de impacto psicológico, como el apoyo. Estos resultados sugieren que la exposición a contenido de maternidad puede generar procesos de comparación social que impactan en el rol materno.

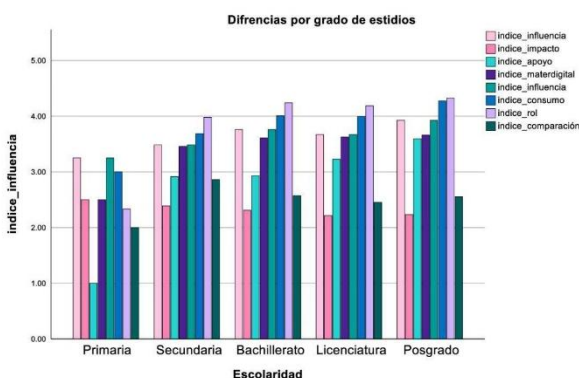
Respecto al impacto y la percepción de maternidad digital se mostraron correlaciones moderadas sobre todo en la aplicación de consejos, cambio de decisiones y la comparación social

Impacto emocional	Aplicación de consejos	Cambio de decisiones	Comparación social
	.304	.256	.527
	p< .001	p< .001	p< .001

Estos resultados sugieren que la exposición de contenido sobre maternidad puede generar cambios en cómo se ejecuta la paternidad.

Se encontraron correlaciones positivas sobre la influencia de las redes sociales en la comparación social, presión percibida, impacto emocional y redes de apoyo.

Índice Influencia	Comparación social	Presión percibida	Impacto emocional	Redes de apoyo
	.446	.354	.490	.481



Estos hallazgos sugieren que la maternidad digital constituye un fenómeno relacional que involucra prácticas de consumo, comparación social, apoyo percibido e impacto emocional.

Respecto a la relación que existe entre el grado de estudios y los índices evaluados, es posible relacionar que aquellas madres que poseen un nivel de estudios más alto encuentran en la red apoyó, influencia, así como un sentido de pertenencia a la maternidad digital.

Por otro lado, el consumo y la percepción del rol como madres no poseen una relación fuerte con el grado académico.

Estos resultados pueden sugerir que las madres con un mayor nivel de estudios poseen mayores recursos cognitivos para no internalizar la presión social mediatizada por las redes sociales.

### Discusión

Los resultados del presente estudio permiten identificar que el uso de redes sociales juega un papel importante en la forma en que las madres construyen, viven y evalúan su experiencia de crianza; de manera particular se encontró que el seguimiento de cuentas relacionadas con maternidad se asocia de manera significativa con el uso de recomendaciones de crianza y con los cambios de decisiones parentales.

Los hallazgos coinciden con investigaciones que señalan que las redes sociales se han convertido en espacios donde circulan normas culturales sobre la maternidad y la crianza, influyendo en las prácticas parentales contemporáneas (Pedersen & Lupton, 2018).

Asimismo, los resultados muestran que la comparación social entre madres en entornos digitales se relaciona con mayores niveles de presión materna percibida. Este fenómeno ha sido ampliamente documentado en estudios sobre maternidad digital, identificando que las representaciones idealizadas de la maternidad en plataformas como Instagram o Facebook pueden generar sentimientos de insuficiencia o autoevaluación negativa entre las madres (Lupton, 2016; Bartholomew et al., 2019).

Lo cual coincide con lo mencionado por Arcienega (2020) quien señala que las redes sociales funcionan como espacios donde se negocian expectativas sociales sobre la maternidad, lo que puede reforzar modelos

Por lo que las redes sociales funcionan tanto como espacios de apoyo y escenarios de evaluación social, donde las madres comparten sus experiencias narrativas predominantes difundidas en las plataformas digitales.

El consumo de contenido sobre maternidad y la aplicación de recomendaciones de crianza, sigue dentro de la investigación que las redes sociales pueden funcionar como fuentes informales de aprendizaje parietal, lo cual coincide con las investigaciones de Lupton (2016) donde se señala que las madres recurren a estas plataformas para obtener información sobre salud infantil, desarrollo y prácticas educativas.

Sin embargo, la circulación de modelos de crianza idealizados en las redes sociales puede reforzar discursos normativos sobre lo que significa ser “buena madre”, generando mayores niveles de autoexigencia (Faricloth, 2014).

Cabe resaltar que dentro del contexto latinoamericano, donde la maternidad continúa siendo un componente central de la identidad femenina, la interacción entre las expectativas culturales tradicionales y los nuevos discursos digitales puede producir tensiones en la identidad materna (Arciniega et al., 2020).

Los resultados del trabajo de investigación aportan evidencia empírica sobre la maternidad digital en el contexto mexicano, evidenciando la influencia que poseen las redes sociales en las prácticas de crianza como en la percepción materna.

## Conclusiones

Los resultados expuestos permiten concluir que las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de las madres participantes, particularmente entre aquellas entre los 25 y 36 años.

El consumo de contenido de maternidad en plataformas digitales se asocia con la adopción de recomendaciones de crianza y con cambios en decisiones parentales. De igual manera, la exposición a este tipo de contenido puede generar procesos de comparación social que influyen en la percepción del rol materno.

Es importante señalar que las redes sociales también pueden funcionar como espacios de apoyo emocional y de intercambio de experiencias entre madres, esto evidencia su potencial para la construcción de redes de acompañamiento digital.

Por lo anterior se puede comprender que la maternidad digital es un fenómeno social complejo, mediado por plataformas digitales en el que convergen dinámicas de información, validación social y construcción identitaria.

Para futuras investigaciones se recomienda:

- Desarrollar estudios longitudinales que permitan analizar la evolución de la maternidad digital en el tiempo.
- Emplear muestras probabilísticas que permitan una mayor generalización de resultados
- Uso de metodologías mixtas que permitan comprender las narrativas y experiencias subjetivas de las madres en entornos digitales.

## Referencias

- [1] Arciniega, G., & González, M. (2020). Representaciones sociales de la maternidad en contextos latinoamericanos contemporáneos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 18(2), 45–60.
- [2] Arreola Hernández, D. E. (2018). *Maternidad juvenil en la era de las redes sociales virtuales: narrativas de tres madres jóvenes prosumidoras* (Tesis, UNAM).
- [3] Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C., & Sullivan, J. M. (2019). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 68(2), 249–263. <https://doi.org/10.1111/fare.12354>
- [4] Faircloth, C. (2014). *Intensive mothering and the cultural politics of parenting*. Routledge.
- [5] Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- [6] Figueiredo Souza, A. L. de. (2020). *Maternidad en las redes sociales de internet: vivencias maternas compartidas en red*. Comunicación y Medios.
- [7] García Hernández, G. E. (2025). *La resignificación de la maternidad en las redes sociales: narrativas e interacciones en un perfil de TikTok*.
- [8] Hernández González, J. (2020). *La construcción social de la maternidad en México y las mujeres que deciden no procrear*. FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género.
- [9] Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- [10] Lupton, D. (2016). *The quantified self and digital health: Mobile media and the digital maternal*. Routledge.
- [11] Muñoz Zapata, D. E., & Ariza Sosa, G. R. (2021). *Maternidades contemporáneas y redes sociales virtuales: “No era la única que estaba pasando por eso”*. Trabajo Social, 23(1).
- [12] Muñoz-Zapata, D.-E., & Ariza-Sosa, G.-R. (2023). *Maternidades contrahegemónicas: búsquedas y tensiones a partir de las redes sociales digitales*. Saber, Ciencia y Libertad, 18(1), 215-244
- [13] Pedersen, S., & Lupton, D. (2018). What are you feeling right now? Communities of maternal feeling on Facebook. *Emotion, Space and Society*, 26, 57–63.