

La Lactancia como Eje de la “Buena Maternidad”: Discursos y Tensiones en los Comentarios de Instamamis Españolas

Breastfeeding as the Cornerstone of ‘Good Motherhood’: Discourses and Tensions in the Comments of Spanish Instagram Mums

Mittzy Arciniega-Cáceres

Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació, Grupo JOVIS — España
mittzy.arciniega@upf.edu

Silvia Escobar Fuentes

Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació, Grupo JOVIS — España
silvia.escobar@upf.edu

Resumen

Este artículo analiza cómo se reproducen o negocian los ideales de “buena maternidad” en los discursos sobre lactancia en Instagram. Para ello se han examinado los comentarios de publicaciones de creadoras de contenido españolas que se autodefinen como prescriptoras de maternidad (instamamis). De este modo, se adoptó un diseño cualitativo exploratorio mediante análisis de contenido descriptivo y análisis temático reflexivo de 592 comentarios en 15 publicaciones. Así, los resultados muestran una fuerte promoción de la lactancia exclusiva, convertida en dispositivo simbólico y marcador de éxito maternal; identificando 4 ejes de análisis: normalización de la culpa y sacrificio, presiones sociales y contradicciones, soledad materna y participación paterna, y profesionalización de la maternidad. En síntesis, los comentarios configuran un espacio simbólico donde se negocian identidades, funcionando como comunidad de pares, consulta semiprofesional y mercado simbólico mediado por las instamamis.

Palabras clave

Lactancia
Maternidad
Maternidad intensiva
Instagram
Instamamis

Abstract

This article analyzes how the ideals of “good motherhood” are reproduced or negotiated in discourses about breastfeeding on Instagram. To do so, we have examined the comments on posts by Spanish content creators who define themselves as maternity prescribers (*mumfluencers*). Thus, an exploratory qualitative design was adopted, using descriptive content analysis and reflective thematic analysis of 592 comments on 15 posts. The results show a strong promotion of exclusive breastfeeding, which has become a symbolic device and a marker of maternal success, identifying 4 axes of analysis: normalization of guilt and sacrifice, social pressures and contradictions, maternal loneliness and paternal participation, and the professionalization of motherhood. In summary, the comments configure a symbolic space where identities are negotiated, functioning as a peer community, a semi-professional consultation, and a symbolic market mediated by *mumfluencers*.

Keywords

Breastfeeding
Motherhood
Intensive motherhood
Instagram
Instamoms

1. Introducción

El ideal de la “buena maternidad” en las sociedades occidentales está fuertemente normativizado, situando a la madre como el pilar central de la crianza. Dentro de este constructo, la lactancia materna se erige como un dispositivo simbólico clave, cargado de valores morales, médicos y sociales, que actúa como un indicador de éxito maternal y sacrificio. Este ideal se enmarca en la maternidad intensiva (Hays, 1996), que exige una entrega total e individualizada.

Sin embargo, este modelo entra en contradicción directa con las lógicas de la sociedad neoliberal, que demandan de las mujeres simultáneamente autonomía y una constante productividad, generando una tensión entre las expectativas sociales y las realidades que enfrentan. Estas contradicciones, además, resultan aún más complejas si se tiene en cuenta la ausencia de diversidad de realidades desde donde, en términos generales, se construye la “buena maternidad”: mujeres blancas, de clase media y de familias heteronormativas (Arciniega, 2019).

En ese contexto, las plataformas digitales, y de manera destacada Instagram, se han convertido en espacios centrales para la difusión y resignificación de los discursos sobre maternidad. Así, las denominadas

instamamis¹ construyen relatos que combinan vivencias personales, legitimidad experta y dinámicas de autopromoción (Abidin, 2017; San Cornelio, 2021); mientras que los comentarios de su audiencia adquieren un papel activo y fundamental al funcionar como espacios de interacción donde se negocian significados, se generan apoyos y se refuerzan o cuestionan normas culturales vinculadas a la crianza (Tiidenberg & Baym, 2017; Vizcaíno-Laorga et al., 2019).

De este modo, este artículo tiene como objetivo analizar cómo se reproducen o negocian los ideales de “buena maternidad” en los discursos sobre lactancia en Instagram a través del análisis de los comentarios de publicaciones de creadoras de contenido que se autodefinen como prescriptoras de maternidad y/o lactancia. Para ello, se diseñó un estudio cualitativo exploratorio basado en la observación no participante y el análisis de 592 comentarios recogidos en 15 publicaciones de cinco cuentas seleccionadas. El corpus se examinó en dos fases complementarias: un análisis de contenido descriptivo y un análisis temático reflexivo (Braun & Clarke, 2006).

Los resultados muestran, por un lado, la persistencia de discursos que promueven la lactancia exclusiva como única opción legítima y moralmente válida, invisibilizando otras realidades. Por otro lado, se observa que la audiencia, si bien busca apoyo, también se encuentra en un espacio de juicio social y sus discursos revelan tensiones, especialmente en los 4 ejes de análisis identificados: normalización de la culpa y el sacrificio, las presiones sociales y contradicciones, la soledad materna frente a la limitada participación paterna y la creciente profesionalización de la maternidad en clave de mercado simbólico.

De esta forma, el trabajo confirma la vigencia de discursos asociados a la maternidad intensiva, donde la lactancia materna se erige como marcador de “buena maternidad”, aunque en tensión con narrativas que buscan flexibilizar o cuestionar este ideal. La audiencia se muestra como un actor activo que reproduce, negocia y, a veces, resiste estos mandatos, configurando un espacio simbólico en el que la maternidad se interpreta y disputa colectivamente. En dicho espacio conviven dinámicas de apoyo y socialización con mecanismos de regulación social y juicios, mientras que las instamamis operan como mediadoras culturales que articulan simultáneamente lo íntimo, lo profesional y lo comercial.

1 El término “instamami” hace referencia a madres que tienen presencia activa en Instagram — y en ocasiones en otras redes sociales — publicando de manera regular contenido relacionado con experiencia maternal. Su actividad puede ir desde compartir experiencias personales hasta presentarse como prescriptoras de crianza o colaborar con marcas.

2. La lactancia como eje de “buena maternidad”

Simone de Beauvoir fue una de las primeras autoras feministas en señalar la maternidad como una atadura, subrayando que los significados del cuerpo materno son culturales más que biológicos (Saletti, 2008). Adrienne Rich (1976), por su parte, distinguió entre la “institución de la maternidad” y la “experiencia materna”, mostrando cómo la primera se configura como un dispositivo patriarcal que regula y controla las vidas de las mujeres.

Los estudios feministas y sociológicos posteriores han profundizado en esta perspectiva, señalando que los significados de la maternidad están mediados por instituciones sociales, ideologías culturales y narrativas mediáticas. A través de estos marcos se difunde el mito de la madre “natural”: una figura presentada como esencialmente abnegada y plenamente realizada en el cuidado (Hall, 1998; Woodward, 2003).

En este sentido, la lactancia materna se configura como un elemento central en la construcción del ideal de “buena maternidad”. Más allá de sus determinantes biológicos, se trata de una práctica cargada de significados culturales y normativos que contribuyen a definir expectativas sobre el comportamiento materno. Desde una perspectiva histórica, Badinter (1981) mostró cómo el amamantamiento ha sido resignificado: de ser una práctica delegada a nodrizas en la modernidad temprana, pasó a convertirse en símbolo de responsabilidad materna cargándose de connotaciones morales.

En la década de 1990, Sharon Hays (1996) acuñó el término maternidad intensiva para describir un modelo cultural que exige a las madres una dedicación total al bienestar de los hijos, invirtiendo tiempo, energía, conocimiento y recursos económicos. Aunque este ideal se presenta como natural, responde a procesos sociales y culturales específicos. En este marco, la lactancia se convierte en un marcador privilegiado de compromiso materno y, a menudo, en la “prueba máxima de amor”.

Sin embargo, este ideal en el que la madre debe ser la principal responsable del desarrollo infantil, genera tensiones con los mandatos neoliberales que exigen autonomía, productividad y éxito profesional (Gill, 2007) y este choque produce dobles vínculos (Johnston & Swanson, 2003): las mujeres deben ser, a la vez, madres totalmente dedicadas y profesionales exitosas; lo que deriva en sentimientos de culpa.

Por ejemplo, en relación con la lactancia materna, los discursos biomédicos y organismos internacionales, como la Organización Mundial de la Salud, refuerzan la lactancia como estándar universal al recomendarla de manera exclusiva durante los 6 primeros meses de vida. Sin embargo, esta recomendación entra en conflicto con el

permiso de maternidad de 4 meses en España; así, según una nota de prensa emitida por el Consejo Nacional de Enfermería, en el 2024 en España el 98% de las futuras madres tenían en sus planes amamantar, sin embargo, el 40% abandonaron antes de los seis meses.

Por otra parte, si bien según el Art. 37.4 del Estatuto de los Trabajadores se otorga una hora diaria a madres lactantes hasta los 9 meses, la realidad es que los centros de trabajo, en general, no cuentan con espacios que faciliten la labor de extracción de leche ni consideran el propio ciclo de producción de leche que exige una estimulación regular para mantener una producción adecuada. En este sentido, como advierte Foucault (1978), esta normatividad se inscribe en la lógica de la biopolítica, donde los cuerpos de las mujeres son gobernados en función de objetivos poblacionales y de salud pública, invisibilizando sus condiciones materiales y emocionales.

En este contexto además se ignora que la maternidad no puede reducirse a un modelo homogéneo; autoras como Glenn (1994) y Collins (1994) han insistido en la necesidad de considerar la dimensión interseccional: las experiencias maternas difieren según clase, raza y origen étnico. El ideal de maternidad intensiva (y sus normas sociopolíticas) está ligado a mujeres blancas de clase media y no refleja las realidades de madres en contextos precarizados, migrantes o racializados. En este marco, el neoliberalismo ha reforzado la idea de la maternidad como proyecto individual y competitivo. Los discursos postfeministas promueven la noción de libre elección: cada mujer “decide” ser madre de determinada manera. Sin embargo, como señalan McRobbie (2009) y O’Reilly (2016), esta elección está profundamente condicionada por mandatos culturales y expectativas sociales.

La maternidad -y la lactancia como pilar de su construcción social- se convierte así en un terreno de autoexigencia constante, donde las mujeres deben demostrar su competencia como cuidadoras, sus conocimientos expertos y, al mismo tiempo, mantener un cuerpo atractivo y en buena forma. En este sentido, tal como afirma Wolf (2011) la cultura pro-lactancia instala un ideal moralizado: amamantar se convierte en marcador de buena maternidad, mientras no hacerlo implica una forma de fracaso moral.

Con todo ello, la teoría de la interseccionalidad (Crenshaw, 1989; Collins, 2015) ofrece un marco útil para comprender cómo los discursos sobre maternidad y lactancia en plataformas digitales no son neutros, sino que se construyen y circulan desde posiciones de privilegio o desventaja social.

2.1. Maternidad y medios

La maternidad ha sido mitologizada y mediada a través de la cultura popular (Kaplan, 2013; Woodward, 2003) y los medios de comunicación han desempeñado un papel central en la configuración de los imaginarios sociales de lo que significa ser madre. A lo largo del siglo XX, revistas, publicidad, cine y televisión han difundido imágenes contradictorias pero persistentes, que contribuyen a naturalizar determinados modelos de madre y a invisibilizar otros.

En la posguerra, los medios estadounidenses consolidaron la llamada “mística de la feminidad” (Friedan, 1963), promoviendo la idea de que la realización de la mujer se encontraba exclusivamente en el hogar y la maternidad. Esta representación contrastaba con la creciente participación femenina en el empleo y generaba sentimientos de vacío y frustración, a lo que Friedan denominó “el problema que no tiene nombre”. Décadas después, Faludi (1993) describió el *backlash* antifeminista de los ochenta y noventa, en el que los medios presentaban a las mujeres trabajadoras como infelices y a las feministas como fracasadas, reafirmando la maternidad como fuente legítima de plenitud.

Con el auge de Internet y de las redes sociales, especialmente Instagram, los imaginarios de la maternidad se trasladan a un espacio de visibilidad y negociación constante. Así, hashtags como #lactanciamañana permiten a miles de mujeres compartir experiencias, consejos y reflexiones, generando comunidades de apoyo donde los comentarios de las publicaciones funcionan como microespacios de regulación social que legitiman o cuestionan las prácticas maternas, mezclando juicios, advertencias y experiencias personales. Al mismo tiempo, permiten generar solidaridad y resistencia frente a las críticas, mostrando que las redes ofrecen tanto presión como agencia (Tiidenberg & Baym, 2017).

Investigaciones recientes muestran cómo estas figuras median la comparación social, la autoeficiencia parental y la internalización de ideales de maternidad, combinando visibilidad, monetización y narrativas de maternidad real (Beuckels & De Wolf, 2024; Ouvrein, 2022; Gibson et al., 2025). Asimismo, su actividad se vincula a la producción de discursos culturales sobre familia y crianza, visibilizando tensiones entre representación idealizada y experiencias cotidianas de las madres. En conjunto, la literatura sitúa a las *mumfluencers* no solo como consumidores de tendencias, sino como actores culturales que disputan y redefinen significados sobre la maternidad en la era digital.

De este modo, si bien potencian nuevas dinámicas en la representación de la maternidad, también reproducen las lógicas de la economía de la atención y del branding personal, donde la maternidad se convierte en un nicho de mercado y las imágenes cuidadosamente estéticas y los cuerpos en recuperación posparto, los hogares ordenados y las madres felices generan un ideal aspiracional que refuerza las exigencias de perfección.

Además, la lógica algorítmica amplifica determinados discursos en detrimento de otros. Duffy (2022) y Bishop (2019) han mostrado cómo las plataformas priorizan contenidos visualmente atractivos y emocionalmente intensos, lo que contribuye a consolidar ciertos modelos normativos de maternidad. En este sentido, Instagram funciona como un dispositivo ambivalente: espacio de visibilización y resistencia, pero también de disciplinamiento y vigilancia.

Diversos estudios han analizado los comentarios y debates generados en Instagram como una vía para comprender las dinámicas de interacción, las percepciones de la audiencia y la construcción de significados en torno a distintos temas. En este sentido, investigaciones previas han recurrido al análisis de comentarios en esta red social para explorar estas conversaciones digitales (Calderón-Sandoval, Villegas-Simón y Medina-Bravo, 2022; Cividanes-Álvarez y Martínez-Rolán, 2023; Sancho Belinchón, 2025). Con relación al tema que nos ocupa, el análisis de la audiencia a través de los comentarios, la particularidad de Instagram frente a los medios tradicionales radica en que no se limita a difundir representaciones unidireccionales de la maternidad, sino que propicia un ecosistema interactivo en el que los comentarios constituyen parte fundamental del mensaje.

Estos intercambios se convierten en verdaderos campos de batalla simbólicos, donde emergen alianzas y disputas. Por ejemplo, mientras algunas usuarias celebran la visibilización de la lactancia en público, otras critican su “excesiva exhibición”; mientras unas defienden la crianza con apego como forma de respeto hacia la infancia, otras la consideran un modelo excesivamente demandante e irrealizable. Estas tensiones evidencian la vigencia del fenómeno conocido como *mommy wars*, que se reconfigura en la esfera digital con mayor intensidad y visibilidad donde, desde una perspectiva interseccional, se identifican cómo factores como clase, capital cultural y roles profesionales median la forma en que las madres producen y consumen contenidos, así como las tensiones entre idealización y experiencias cotidianas de la maternidad.

Los algoritmos de Instagram, además, tienden a potenciar los contenidos que generan interacción, lo que favorece la viralización de

publicaciones con comentarios polémicos o confrontativos (Bishop, 2019; Duffy, 2022). De este modo, los debates no son solo espontáneos, sino también incentivados estructuralmente por la lógica de la plataforma, que privilegia la controversia como motor de visibilización.

2.2. Maternidad e Instagram en España

En el contexto español, el fenómeno de las denominadas instamamis constituye una expresión significativa de la reconfiguración digital de los discursos sobre maternidad. Algunas, como Verdelis, superan el millón de seguidores, y otras cuentas consolidadas, como @oh.mami-blue (626 mil seguidores en Instagram) o @bonbonreich (817K de seguidores en Instagram y 5 millones en TikTok) encabezan los rankings de influencers (Kolsquare, 2025).

Sus publicaciones, así como las interacciones que generan, actúan como dispositivos discursivos donde se negocian las tensiones entre la idealización y la crítica, la sororidad y el juicio social. Como apuntan Vizcaíno-Laorga, Catalina-García y López de Ayala (2019), estas dinámicas evidencian cómo la maternidad se constituye simultáneamente como ámbito de resistencia y de disciplinamiento, actualizando en clave digital los “dobles vínculos” descritos por Johnston y Swanson (2003).

En línea con lo descrito por estudios sobre maternidad digital y cultura participativa (Abidin, 2017; Pedersen & Lupton, 2018) en este ecosistema también emergen discursos alternativos que cuestionan los mandatos de la maternidad intensiva. A través de prácticas de auto-representación y narrativas de maternidad real, algunas creadoras visibilizan experiencias habitualmente ausentes en los imaginarios normativos como agotamiento, ambivalencias o dificultades de conciliación, contribuyendo a ampliar los marcos de representación de la experiencia materna en redes sociales. En el contexto español, perfiles como Madre Molona o Oh! Mami Blue ilustran cómo estas prácticas combinan humor, activismo cotidiano y divulgación para disputar los significados dominantes de la “buena madre”.

Un aspecto central en la consolidación de las instamamis es la progresiva profesionalización de la maternidad como nicho de mercado y espacio de autoridad simbólica. Estas creadoras no solo comparten experiencias personales, sino que, en muchos casos, se posicionan como prescriptoras de prácticas vinculadas a la crianza, la lactancia o la conciliación, combinando el testimonio íntimo con el rol de expertas accesibles. Tal como apunta San Cornelio (2021), esta

figura de la “madre-prosumidora” encarna una forma de capitalizar la experiencia materna, transformándola en fuente de legitimidad y de influencia social.

Según Ouvrein (2022), estas figuras generan vínculos con su audiencia proporcionándoles apoyo emocional, herramientas para la resolución de dudas y validación en sus inseguridades parentales. Este tipo de interacción empática fortalece su autoridad como figuras de influencia y consolida comunidades virtuales de madres que buscan guía.

Es el caso de las cuentas gestionadas por madres profesionales de la salud, psicología, etc., donde las creadoras digitales se presentan explícitamente como prescriptoras de prácticas de maternidad y crianza (y que constituyen el foco de estudio de este trabajo). Por ejemplo, la matrona Celia Padilla (@ohmama.matrona) combina su formación profesional con estrategias de divulgación, ofreciendo asesoramiento sanitario, talleres y publicaciones sobre maternidad y paternidad. De manera similar, la enfermera Teresa Martínez (@mamarylactar) comparte información y ofrece asesorías de lactancia, cursos y talleres.

Estas creadoras de contenido no solo transmiten conocimientos especializados, sino que articulan narrativas personales con estrategias de autopromoción que proyectan una figura materna polifacética, contribuyendo a reforzar un ideal aspiracional de “buena madre” bajo códigos de autenticidad, creatividad y resiliencia, que intensifica las exigencias tradicionales de sacrificio y entrega, ahora enmarcadas en la lógica de la economía digital. Así, el éxito de estas Instagramers se sostiene en tres pilares fundamentales: credibilidad como expertas, autenticidad en la comunicación y la generación de intimidad percibida con su audiencia (Agren, 2023).

De este modo, se podría decir que las instamamis operan como mediadoras culturales que orientan decisiones de consumo, estilos de crianza y formas de organización familiar. Así, no solo reproducen imaginarios normativos, sino que también se convierten en nodos de disputa simbólica en los que se reconfiguran los parámetros de lo que significa ser madre en el marco de la cultura algorítmica; lo que Vizcaíno-Laorga, Catalina-García y López de Ayala (2019) han descrito como un proceso de hibridación entre lo doméstico y lo comercial, en el que la maternidad se erige simultáneamente como experiencia íntima, discurso normativo y marca personal.

3. Metodología

Este estudio, de carácter exploratorio, tiene como objetivo principal identificar la persistencia de los discursos asociados a la maternidad intensiva en las conversaciones sobre lactancia materna que se desarrollan en los comentarios de publicaciones de Instagram de creadoras de contenido españolas. Para ello, se han examinado las interacciones entre la audiencia para comprender cómo se negocian los ideales de “buena maternidad”, y se ha analizado la presencia (o ausencia) de una perspectiva interseccional.

Cabe destacar que no se realizó un análisis sistemático de cada publicación de las cuentas seleccionadas, se llevó a cabo una lectura exploratoria de los contenidos con el objetivo de identificar los temas predominantes y orientar la selección de las publicaciones relevantes para el estudio. El análisis se centró en las interacciones de la audiencia, es decir, los comentarios generados en relación a los discursos sobre lactancia materna. Con este propósito, se han analizado un total de 592 comentarios de 15 publicaciones de 5 cuentas de Instagram.

3.1. Recogida de datos y criterios de selección de muestra

Para la selección de la muestra se recurrió a la observación no participante en entornos digitales, la cual nos permitió aproximarnos al objeto de estudio sin alterar el curso natural de los procesos de interacción. La observación se realizó en un periodo de dos meses (julio y agosto de 2025) de manera sistemática y a partir de 4 cuentas diferentes con el objetivo de identificar los resultados recurrentes, más allá del perfil de las cuentas de usuarios. De este modo, se identificaron aquellas publicaciones cuya dinámica de interacción promovía discusiones en torno a la práctica de la lactancia materna.

Con respecto al criterio de selección de las cuentas se han considerado únicamente perfiles de instamamis que abordan la maternidad en el contexto español y que se presentan explícitamente como prescriptoras en temas de crianza o, de manera específica, de lactancia materna. Este muestreo intencional se ha realizado a partir del total de resultados mostrados al realizar las búsquedas con las siguientes palabras claves (#) y nombres de usuarias (@): lactanciamaterna, lactanciamaternaexclusiva y lactanciamaterna. Con todo ello las cuentas que constituyen la muestra son: @ohmama.matrona, @yaizallinas.enf, @sleepbunny.club, @lactapp_lactancia y @mamarylactar.

Una vez seleccionadas las cuentas, se realizó la selección de las publicaciones de cada cuenta, se priorizaron las publicaciones que aborden el tema de la lactancia materna y cuyos comentarios generaron debate. Se aplicaron dos criterios de selección de manera simultánea: que cada publicación contara con al menos 30 comentarios y, además, con un mínimo de 700 “me gusta”. Así, quedan fuera de la muestra todas las publicaciones que, aunque aborden el tema, lo hagan desde un punto de vista funcional (manuales, recomendaciones, etc.). Tras los criterios expuestos, se seleccionaron un total de 15 publicaciones, 3 por cada perfil.

Finalmente, una vez seleccionadas las publicaciones, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de los comentarios. Se eligieron, hasta un máximo de 50 por publicación, aquellos primeros que expresaban una postura o generaron debate en torno a la lactancia materna. Se excluyeron los comentarios que contenían únicamente emojis, imágenes u otros elementos similares, así como aquellos con expresiones breves sin contenido relevante, como “me gusta tu post”, “ok”, etc. En total, se analizaron 592 comentarios. A continuación, en la Tabla 1 se detalla la muestra seleccionada:

Tabla 1.
Descripción de la muestra

Enlaces de cuentas	Autodenominación	Nº	Enlaces de las publicaciones	Palabras clave	Me gusta	Comentarios
@ohmama.matrona	Dra. Celia Padilla 🧑‍🚒 Acompañamiento integral a la m/paternidad (emprender)	1	Dar lactancia materna es un trabajo	Lactancia, cuerpo, trabajo	11.827	298
		2	Dar lactancia de fórmula NO es la opción fácil	Fórmula, alimentar, NO es fácil	9706	450
		3	Lactancia materna y alcohol	Leche materna, alcohol, lactancia, extracción	2293	77
@yaizallinas.enf	Yaiza Llinas Enfermera neonatal 🧑‍🚒 Acompañamiento a familias Asesora de lactancia 🧑‍🚒 Experta Universitaria en Lactancia Materna	4	¿Vas a visitar a un recién nacido (y a su madre)?	Respeto, visitas, familias	20.812	305
		5	Vuelvo al trabajo... ¿y la lactancia qué?	Trabajo, lactancia, planificación, banco leche	1597	38
		6	“Crisis” de lactancia	“Crisis”, lactancia, causa	7297	54

@sleepbunny.club	MAR Sueño infantil y Maternidad	7	El destete NOCTURNO y papá	Destete nocturno, papá, etapa	11,5 mil	235
	☺ Te enseñó a lograr que tu bebé duerma mejor y toda la noche 🌟	8	“Se te despierta MUCHO porque TOMA TETA”	Sueño, pecho, ciencia	2184	43
	♥ Sueño respetuoso y acompañado 👩👧👦 Certificada Twin mom	9	Mi bebé se despierta cada DOS HORAS a comer... ¡Y YA TIENE 8 MESES!	Tomas nocturnas, eliminar despertares, ciencia	3544	75
@lactapp_lactancia	La app de lactancia gratuita que resuelve todas tus dudas. 📍 Melciór de Palau 135, Barcelona	10	¿Podemos dejar de juzgar la decisión de las mujeres?	Lactancia mixta, mitos, críticas	1220	72
		11	“Hoy sacamos pecho por la mixta”	Lactancia mixta, pecho, información	847	43
		12	Qué responderías si... TE INVITAN A AMAMANTAR EN EL WC	Amamantar, WC, respuesta, público	2439	122
@mamarylactar	Teresa Martínez. Enfermera 📍📍📍 Experta Lactancia Materna 🌈 Consultas a domicilio MADRID 🏠 y Online 📺📱 📧 mamarylactar@gmail.com 📍📍 Nueva edición “TALLER DESTETE RESPETUOSO” 👩👧👦📧📱📺	13	Mito: 10 min cada pecho	Lactancia materna, demanda, abuela	2871	180
		14	Caso real: Un plan de destete peculiar	Destete, madre, marido, conflicto	423	181
		15	¿Beneficios lactancia?	Beneficio, reales, promoción	177	65

Fuente: elaboración propia

3.2. Análisis de datos

Para el análisis de los datos, se combinaron dos enfoques. En primer lugar, se utilizó un análisis de contenido descriptivo para obtener una visión general y sistemática de los mensajes, evaluando categorías como la autodenominación de las creadoras, las interacciones de la audiencia y el tipo de comentarios (a favor o en contra de la lactancia).

Este paso ayudó a comprender las dinámicas de las conversaciones y los temas más controvertidos. En segundo lugar, se realizó un análisis temático reflexivo (Braun y Clarke, 2006), combinando un enfoque deductivo (basado en la teoría de la maternidad intensiva) con un enfoque inductivo (donde las categorías emergieron de los propios datos). Además, se adoptó una perspectiva latente, orientada a interpretar no solo el contenido explícito de los mensajes, sino también los supuestos, valores e ideologías subyacentes que estructuran los discursos sobre maternidad y lactancia. Este enfoque permite inferir significados implícitos a partir del contexto social y cultural en el que se producen los mensajes, identificando las representaciones y marcos normativos que organizan las posiciones de las usuarias (Andréu, 2012).

3.3. Aspectos éticos

El estudio se basó en el análisis de contenidos procedentes de cuentas de Instagram de acceso público pertenecientes a influencers con presencia consolidada en la plataforma. Siguiendo las recomendaciones éticas para la investigación en internet, se analizaron únicamente materiales disponibles públicamente y no se recopilaban datos privados. Aunque las cuentas corresponden a figuras públicas, el análisis priorizó una interpretación agregada y contextualizada del contenido, evitando la reproducción de comentarios de seguidores o de información identificable de terceras personas, especialmente menores. La investigación se guió por las recomendaciones éticas para la investigación digital de la Comisión Institucional de Revisión Ética de Proyectos (Cirep, 2026) y de la Association of Internet Researchers.

4. Resultados

En el análisis de las publicaciones, se observa una fuerte promoción de la lactancia materna, mientras que la lactancia mixta solo se menciona en algunos casos y la lactancia artificial no se reconoce como una opción legítima. Por ejemplo, en un post titulado “Dar lactancia de fórmula NO es la opción fácil”, la fórmula se presenta solo como una alternativa forzada por problemas de salud; cabe resaltar que este posicionamiento proviene de la exploración de contenido de publicaciones realizadas por las creadoras de contenido; sin embargo, el conjunto de resultados que se presentan a continuación se desprenden específicamente de los comentarios de la audiencia.

Además, ciertos comentarios estigmatizan a las madres que eligen esta opción, tildándolas de “flojas” o “egoístas”: “Entiendo a las que no pueden amantar por otra razón que no sea por flojas y egoístas” (@ohmama.matrona, publicación 2). De este modo, los comentarios “a favor” defienden la lactancia materna, mientras que los “en contra” intentan visibilizar y legitimar otras formas de alimentación, principalmente la artificial. En conjunto, ya desde esta primera aproximación se observa que la posible crítica a los mandatos de la maternidad no se articula mayoritariamente en términos estructurales, sino como tensiones individuales o dilemas prácticos, lo que anticipa una tendencia limitada a la politización de estas experiencias.

El apartado de resultados se dividirá en dos grandes bloques, uno centrado en el análisis de contenido que permitió identificar los principales temas de interacción y otro, analítico temático-reflexivo, para indagar en los significados presentes en los comentarios analizados.

4.1. Resultados análisis del contenido

En la Tabla 2 se presentan los resultados obtenidos del análisis de contenido, donde se muestra el número de publicaciones analizadas de cada creadora de contenido, así como los comentarios seleccionados. En relación con estos últimos, se especifica cuántos se posicionan a favor del contenido promovido en las publicaciones y cuántos en contra. Asimismo, se incluyen las palabras clave identificadas en los comentarios.

Tabla 2.
Resultados del análisis de contenido

Cuenta Instagram	N.º Publicación	N.º Comentarios seleccionados	Palabras clave comentarios	Comentarios a favor	Comentarios en contra
@ohmama.matrona	1	50	Lactancia, sacrificio, esfuerzo, falta apoyo	39	11
	2	50	Sacrificio, demandante, juzgadas, comparación	47	3
	3	33	Dudas alimentación; 0,0%, no consumir alcohol	32	1
@yaizallinas.enf	4	50	Respeto, visitas, familias	38	12
	5	21	Separación, preocupación, estrés	20	1
	6	23	Reconforta, superación, dudas	22	1
@sleepbunny.club	7	50	Papá, dudas, descansar, miedos	48	2
	8	21	Teta, amamantar, sueño, desvelarse	18	3
	9	22	Agotador, peso, talla, lactancia	16	6
@lactapp_lactancia	10	39	Lactancia mixta éxito, falta de formación profesional, dejar de culpar a la madre	38	1
	11	43	Visibilización, duelo, miedo, problemas lactancia	20	0
	12	49	Irse bar, ignorancia, legalidad, lactancia, experiencias personales	49	0
@mamarylacta	13	50	Lactancia, demanda, cuestionamiento familiar	43	7
	14	50	Falta apoyo del padre, situación común, divorcio	50	0
	15	41	Sacrificio, regalo, vínculo, beneficios	41	0

Fuente: elaboración propia

4.2. Resultados del análisis temático reflexivo

4.2.1. Normalización de la culpa y sacrificio

Uno de los hallazgos más consistentes en los comentarios analizados es la centralidad de la culpa transformada en angustia en la experiencia de la lactancia. Numerosas mujeres relatan sentimientos de frustración cuando deben recurrir a la leche de fórmula debido a la imposibilidad de sostener la lactancia exclusiva ante el regreso laboral: “En septiembre me incorporo y ya llevo un mes sufriendo 🥲🥲 gracias por la información”, “Tengo permiso de sacarme leche hasta los 6 meses de mi bebé, no quisiera que mi producción baje” (@yaizallinas.enf, publicación 5), “Qué real, lactancia materna hasta 8 meses por incorporación al trabajo y decisión de necesitar más descanso. Os admiro, y os reconozco que sois unas jabatas” (@ohmama.matrona, publicación 1).

Por su parte, otras madres asumen el sacrificio de horas sin dormir, dolor físico, etc., aún en contra de su propia voluntad, por miedo a ser “malas madres”: “Lo pasé tan mal y me sentí tan culpable con la lactancia de mi primera hija (por miedo a ser peor madre si no la daba exclusiva) que al final lo hice, sufriendo muchísimo” (@lactapp_lactancia, publicación 11) o “Cuánta culpa y dolor mueve este tema, tanto a las que no se nos valora el trabajo como a las que no lo hacen de esta forma” (@ohmama.matrona, publicación 1).

Al mismo tiempo, el sacrificio se resignifica como fuente de gratificación emocional: “Dar el pecho es lo más gratificante y sacrificado de la maternidad. Por momentos querrás tirar la toalla, pero esos ojitos que te pone, saber que ante cualquier llanto desconsolado estás tu...” (@mamarylactar, publicación 15) o “Así llevamos 2 años y casi 4 meses. A veces agotada... pero de momento la felicidad compensa” (@ohmama.matrona, publicación 1). De este modo, se admite la dureza de la experiencia, pero se legitima el sufrimiento como marca de autenticidad materna.

Aunque el “mandato de la lactancia” rara vez se politiza y, en general, se presenta como una cuestión que debe resolverse en el ámbito privado, el espacio de comentarios también permite la aparición de algunas voces críticas o disonantes respecto a los discursos promovidos por las creadoras de contenido: “Siempre leo post de la lactancia natural y artificial q pasa q no@es un trabajo igual???... xq tb es a demanda Y tb es cada 3 horas somos menos madres por dar biberones????” o “Los de fórmula tienen horarios, se los toman solos, se los preparan ellos...” (@ohmama.matrona, publicación 1). Por su parte, aunque también en

minoría algunas madres se alejan de la romantización del sacrificio y aluden a situaciones como la falta de sueño, el cansancio: “le dí teta a mi hijo por 2 años en las que se despertaba 7 veces por noche y yo dormía muy mal al punto de que me dio depresión y renuncié a mi trabajo remunerado.” (@sleepbunny.club, publicación 8). Estas voces disidentes introducen fisuras en el discurso dominante, pero lo hacen sin consolidar un marco de crítica colectiva o politizada, lo que refuerza la idea de que la plataforma favorece formas de expresión emocional e individualizada por encima de articulaciones estructurales.

De este modo, emergen tensiones entre un discurso hegemónico que asocia amamantar con la excelencia maternal (Wolf, 2011) y prácticas más flexibles que buscan aliviar la autoexigencia o ser críticas con el contexto sociopolítico en el que se enmarca la práctica de la lactancia. En este sentido, los comentarios reflejan lo que Foucault (1978) conceptualizó como biopolítica.

4.2.2. Presiones sociales y contradicciones

Otro eje destacado es la presión ejercida por el entorno social, que refuerza y vigila el cumplimiento de los mandatos de la “buena maternidad”. En los comentarios emergen testimonios sobre pediatras que cuestionan las decisiones maternas, familiares que ponen en duda el abandono o prolongación de la lactancia y juicios explícitos sobre prácticas consideradas inadecuadas: “...en mi entorno no se ven bien lo de dar el pecho pasados los 6 meses y la gente se mete en todo en general... da igual lo que hagas que te van a criticar así que haz lo que quieras” (@ohmama.matrona, publicación 2) o “Las mamás dudamos mucho y el entorno a veces no acompaña, no hablar de los juicios de ojos ajenos..” (@yaizallinas.enf, publicación 6).

Este escenario evidencia la vigencia de lo que Rich (1976) denominó la institución de la maternidad, entendida como dispositivo patriarcal que prescribe prácticas como el amamantamiento y sanciona a quienes se desvían de ellas: “Cuando me fui a trabajar con mi bebé de menos de 5 meses, dejé la lactancia materna exclusiva, la reacción de la pediatra fue: ¿Por qué has hecho eso son consultarme? Sabes la cantidad de enfermedades que le puedes provocar a tu bebé como diabetes, varios tipos de cáncer” o “Lo más gracioso es que MUCHAS veces, es por culpa de la falta de formación de los profesionales, que muchas madres acaban con mixta o artificial, pero entonces, no pasa nada. Si eres tú la que decides, entonces lo estás haciendo fatal” (@lactapp_lactancia, publicación 10).

Las mujeres enfrentan, así, el “doble vínculo” (Johnston y Swanson, 2003) y la falta de políticas de conciliación refuerza esta contradicción: “Que triste tener que hacer malabares para que tu hijo pueda seguir bebiendo de tu leche... En vez de liar todo esto, deberían de aumentar hasta mínimo 6 meses el permiso por maternidad y aumentar mínimo 3 meses más por lactancia, pero claro, este tema no le interesa al gobierno...” (@yaizallinas.enf, publicación 5) o “Creo que esto es un debate que va mucho más allá de la lactancia en sí. Esto es un debate de falta de conciliación” (@lactapp_lactancia, publicación 10). En este eje se observa una mayor aproximación a la crítica estructural, ya que algunos comentarios conectan las dificultades de la lactancia con la falta de políticas públicas de conciliación, desplazando parcialmente la responsabilidad del ámbito individual al institucional.

Sin embargo, más allá de las presiones externas que se comparten, la propia audiencia actúa como extensión de ese control social y los comentarios funcionan como un dispositivo de regulación mutua donde las usuarias reproducen, intensifican o cuestionan el mandato intensivo: “Tengo 50 años, dos hijos, y leer esto realmente me preocupa, nunca leí tanta estupidez junta”. - respecto a la restricción de visitas -, @yaizallinas.enf, publicación 4) o “Pues si chica, estas modernidades -sobre la lactancia- no se quien las entiende pero los bebés no. Y no soy abuela, tengo 3 hijos y no mayores” (@mamaeylactar, publicación 13).

Además, este control simbólico se ejerce de manera desigual. Las críticas o juicios recaen sobre prácticas que, en muchos casos, dependen de condiciones estructurales como la disponibilidad de tiempo, el tipo de empleo o el acceso a recursos. La ausencia de reconocimiento explícito de esas desigualdades convierte en responsabilidad individual lo que en realidad son limitaciones estructurales.

4.2.3. Soledad materna y participación paterna

La experiencia de soledad aparece como un eje transversal en los relatos, y se vincula de manera directa con la participación (o ausencia) de los otros progenitores, con la falta de referentes con los que las madres se sientan cómodas, no juzgadas, y con la ausencia de tribu, ante una vivencia de la maternidad cada vez más individualista. Sin embargo, en este eje no se identifica una tendencia clara a la crítica estructural, la soledad se expresa como vivencia emocional individual, sin ser reinterpretada de forma sistemática como resultado de transformaciones sociales más amplias, como la desarticulación de redes comunitarias o la precarización de los cuidados.

Así lo manifiestan algunas madres en sus comentarios: “Me sentí

sola y poco respetada, además tuve que sostener emociones de los demás cuando puse límites: eres mala persona, eres desagradecida, ereseres....eres....." (@yaizallinas.enf, publicación 4) o "Me he sentido muy sola y sin apenas información de cómo hacerlo -problema lactancia-" (@lactapp_lactancia, publicación 11). De este modo, las madres se perciben aisladas en la crianza por falta de apoyo del entorno y, en muchos casos, incluso del otro progenitor.

Si bien algunos comentarios visibilizan la participación activa de los padres en procesos como el destete nocturno, la figura paterna aparece representada principalmente como "apoyo" y no como corresponsable pleno: "La pediatra nos dijo que el padre podía "ayudar" de otras maneras... — animando a seguir LME —" (@lactapp_lactancia, publicación 11) o "Papá fue quién me ayudó en esta etapa y fue todo un éxito!" (@sleepbunny.club, publicación 7). Este ejemplo ilustra esta asimetría: el padre coopera, pero la madre sigue siendo indispensable. Esta ausencia o poco protagonismo se justifican aludiendo a la incompetencia por motivos biológico de la maternidad que hace que la función de madre sea irremplazable e imposible de asumir por el padre, por lo menos en ciertos aspectos: "las noches por mucho que el padre esté la teta es solo la que funciona, como eso mil cosas más" (@ohma-ma.matrona, publicación 1). Además, emergen algunos comentarios que, aunque sin politizar el problema, aluden a barreras sistémicas: "papá empieza a cansarse porque debe madrugar a trabajar, ahora no sé qué hacer, estamos impacientes los tres" (@sleepbunny.club, publicación 7). La representación del padre como "ayuda" más que como corresponsable refuerza esta lógica individualizante, en la que la organización del cuidado se resuelve en el ámbito privado, sin cuestionar de forma explícita las estructuras de género que la sostienen.

A ello se suman, en algunos casos, las presiones del otro progenitor para que la madre cumpla su "rol como pareja", culpabilizando la lactancia de los conflictos que emergen "mi pareja culpa a la lactancia de todo.. dormimos separados desde los dos meses de vida de mi bebé" (@mamarylactar, publicación 14). Estas tensiones evidencian lo señalado por Glenn (1994) y Collins (1994): la responsabilidad principal de la crianza sigue atribuida culturalmente a las mujeres, mientras que la figura paterna se interpreta como colaborador ocasional, no corresponsable.

Además, cabe matizar que la representación de la soledad materna en estos comentarios se articula mayoritariamente desde un modelo familiar heteronormativo. Otras configuraciones familiares —madres solas, familias reconstituidas, parejas del mismo sexo— no aparecen en los relatos, lo que invisibiliza otras realidades. De los 592 comentarios analizados, únicamente 2 hacen referencia a otras formas

de familia, sin respuesta ni debate posterior): “Y cómo puedo hacer un destete nocturno si no hay padre ni nadie q m ayude ???” o “Y si no hay papa?” (@sleepbunny.club, publicación 7).

4.2.4. Profesionalización de la maternidad

El análisis de los comentarios en publicaciones de Instagram de madres prescriptoras revela un fenómeno de creciente profesionalización de la maternidad, relacionado con lo señalado por Abidin (2017) sobre la figura de la *mumfluencer*, cuya autoridad se sostiene en la combinación de autenticidad y capital experiencial, y se inserta en dinámicas más amplias de la economía de la atención y el trabajo afectivo digital (Duffy & Hund, 2015; Gill & Orgad, 2018).

En este sentido, tampoco se observa una crítica estructural consolidada, aunque algunas usuarias señalan limitaciones materiales como tiempo y recursos, estas no se traducen en una problematización del modelo de mercado que sustenta esta profesionalización. Por el contrario, la figura de la madre-experta es mayoritariamente legitimada, lo que sugiere una internalización de las lógicas neoliberales de auto-optimización y responsabilidad individual en el ámbito de la crianza.

Los comentarios muestran que muchas seguidoras buscan en estas cuentas instrucciones claras y validación emocional, aspectos que históricamente se atribuían a profesionales referentes dentro del sistema sanitario formal o redes familiares tradicionales, por ejemplo: “Una pregunta. El mío (8m) cuando veo q empieza q lo coge, lo suelta, y así le quito. Estaría mal?” (@mamarylactar, publicación 13).

La función de estas prescriptoras no se limita a la transmisión de información técnica, sino que incluye el reaseguramiento afectivo: “Gracias por esto; algunas nos sentimos juzgadas desde el minuto uno, intentando hacer algo que no habíamos hecho nunca con cero ayuda y empatía, con comentarios constantes... 🙄” (@ohmama.matrona, publicación 1). Este ejemplo evidencia como las seguidoras buscan un acompañamiento emocional que legitime sus prácticas.

La profesionalización también se manifiesta en la percepción de estas madres como proveedoras de servicios especializados. En el post Vuelvo al trabajo, la autora sugiere explícitamente la posibilidad de contratar “una asesoría con una experta en lactancia”, es decir, con ella y varias seguidoras aceptan este rol al pedir consejos prácticos sobre conservación de la leche, uso de biberones o tiempos de destete: “He de decir que gracias al privilegio de haber podido pedir ayuda a mi asesora de lactancia, me siento muchos días como una diosa...” (@lactapp_lactancia,

publicación 11) o “La clave -para LM-: estimulación del pecho con sacaleches y una buena profesional asesora de lactancia” (@mamarylactar, publicación 15). De este modo, la narrativa maternal se inserta en lógicas de emprendimiento digital y de monetización, donde la maternidad se convierte en un recurso laboral y de marca personal.

No obstante, los comentarios también ponen en evidencia las tensiones entre el ideal de una comunidad horizontal de madres y la creciente asimetría entre influencer y seguidoras. Mientras el testimonio de la experiencia sigue siendo central, la reiterada búsqueda de validación experta sugiere que las creadoras de contenido han logrado construir un estatus diferenciado, cercano al de una autoridad profesional en temas vinculados a la crianza. Al mismo tiempo, la exaltación de la audiencia de madres del discurso profesionalizador, individualiza su experiencia maternal e invalida en muchos casos saberes tradicionales o la transmisión generacional: “Y no te olvides lo de la abuela de “es que solo te usa de chupete”; “Estas modernidades dice. Y digo yo estas antigüedades!!” o “Modernidades desde hace 25 años” (@mamarylactar, publicación 13).

Sin embargo, este modelo de maternidad profesionalizada y autosuficiente es inaccesible para muchas mujeres que carecen de tiempo, recursos o capital cultural para cumplir con sus exigencias: “El problema es que para tener suministro de leche materna es necesario amamantar por la noche, y hacer una jornada de mínimo ocho horas sin dormir y rindiendo es complicado” (@yaizallinas.enf, publicación 5). En este contexto, la figura de la madre-experta en Instagram tiende a homogeneizar las experiencias y a reforzar estándares hegemónicos de crianza e invisibilizar la diversidad de modelos de crianza.

Estos hallazgos permiten proponer una contribución específica del estudio, en tanto la profesionalización de la maternidad en Instagram no solo responde a tendencias macro (economía de la atención, neoliberalismo), sino que se ve intensificada por las *affordances* de la plataforma, que favorecen la construcción de autoridad a través de la cercanía emocional, la visibilidad constante y la interacción directa. Así, el análisis muestra que la maternidad digital contemporánea se configura en la intersección entre lógicas estructurales (mercantilización del cuidado) y lógicas de plataforma (algoritmización de la visibilidad y performatividad de la autenticidad).

5. Discusión y conclusiones

En primer lugar, es importante subrayar la ausencia de una mirada interseccional en el discurso mediático *mainstream*. Esto no implica

que nuestro análisis carezca de dicha perspectiva; por el contrario, precisamente al situar la interseccionalidad en el centro, evidenciamos que la muestra —predominantemente blanca, clase media, etc.— no responde a un criterio de selección intencional, sino a su sobre-representación en las plataformas digitales, lo que pone de manifiesto que estos discursos se producen, en su mayoría, desde una mirada no interseccional. En este sentido, resulta imprescindible destacar que las prescriptoras estudiadas se presentan como mujeres blancas de clase media con familias heteronormativas y muchas de las autoras de comentarios reproducen también una perspectiva de clase reflejada en los consumos, hábitos y estilos de crianza. Este doble sesgo invisibiliza maternidades atravesadas por desigualdades de clase, etnia o precariedad, y excluye además la diversidad de géneros y configuraciones familiares: madres solas, parejas del mismo sexo, familias reconstituidas o pluriparentales. Como advierten Carter, Stone y Cox (2023), estos abordajes homogeneizadores pueden resultar estigmatizantes, al imponer estándares inaccesibles y reforzar desigualdades estructurales.

Por otra parte, el análisis de los comentarios confirma, aunque bajo formas híbridas y contradictorias, los hallazgos de otros estudios (Abidin, 2017; Arciniega, 2019; Tiidenberg & Baym, 2017; Ouvrein, 2022; Visa 2014) sobre la persistencia en los entornos digitales de los discursos asociados a la maternidad intensiva (Hays, 1996). La lactancia se erige como marcador simbólico de la “buena maternidad”, pero los debates muestran cómo las audiencias negocian y resignifican este ideal, oscilando entre la reproducción de los mandatos culturales y la aparición de grietas que los cuestionan. Sin embargo, una de las aportaciones más relevantes de este estudio es mostrar que dichas grietas no se traducen, en términos generales, en una crítica estructural articulada. Por el contrario, la mayoría de las tensiones identificadas se formulan como dilemas individuales, emociones o experiencias personales, lo que sugiere un proceso de individualización del conflicto que dificulta su politización. Este hallazgo permite matizar la literatura previa sobre resistencia en entornos digitales, al evidenciar que la mera presencia de discursos alternativos no implica necesariamente la construcción de marcos críticos colectivos.

En este sentido, la audiencia emerge como un actor central y activo. Los comentarios no solo reproducen narrativas dominantes que asocian amamantar con sacrificio, autenticidad y amor incondicional, sino que también ponen en evidencia las tensiones que genera este modelo. Esta fractura entre lo normativo y lo estructural alimenta sentimientos de culpa y fracaso, imponiendo un doble mandato de

dedicación absoluta e independencia profesional (Gill, 2007). En este sentido, el estudio contribuye a comprender cómo esta individualización no es únicamente un rasgo cultural, sino también un efecto de las propias lógicas de la plataforma. Instagram favorece la circulación de narrativas emocionalizadas, breves y centradas en la experiencia personal, lo que limita la emergencia de discursos abstractos o estructurales. Así, la plataforma no solo actúa como espacio donde se expresan las tensiones de la maternidad contemporánea, sino como un entorno que moldea activamente la forma en que estas tensiones se interpretan y comunican.

En relación con el rol de las prescriptoras, la hibridación de lo íntimo y lo comercial sitúa la maternidad en la lógica de la economía de la atención (Duffy & Hund, 2015), transformándola en recurso simbólico y laboral. Las madres creadoras no sólo comparten experiencias, sino que performan una identidad híbrida entre madre y profesional, reconfigurando los límites entre cuidado, afecto y trabajo remunerado. Los vínculos que generan con la audiencia (Ouvrein, 2022) ofrecen apoyo y validación, pero también instauran nuevas formas de disciplina y evaluación de las prácticas maternas, intensificando la autoexigencia y reforzando la idea neoliberal de la maternidad como proyecto individual (McRobbie, 2009; O'Reilly, 2016). A partir de estos resultados, este trabajo propone entender la maternidad digital no solo como un fenómeno cultural, sino como una práctica “plataformizada”, en la que las normas, valores y expectativas sobre el cuidado se co-construyen en la intersección entre discursos sociales y arquitecturas tecnológicas. En este marco, la figura de la madre-experta no emerge únicamente como respuesta a una demanda social de orientación, sino también como producto de un ecosistema que premia la visibilidad, la autoridad emocional y la capacidad de generar interacción. En este marco, los comentarios funcionan simultáneamente como espacios de apoyo y socialización y como escenarios de competencia simbólica, donde las madres reafirman su condición de “buena madre” no sólo en relación con el contenido de la publicación, sino también en comparación con lo que otras usuarias narran que hacen o dejan de hacer.

De manera más amplia, los hallazgos permiten proponer una contribución teórica que conecta los estudios sobre maternidad con los estudios de plataformas. En concreto, el análisis evidencia que los discursos sobre lactancia y “buena maternidad” en Instagram no pueden entenderse únicamente como reproducción de ideologías preexistentes (como la maternidad intensiva), sino como configuraciones híbridas en las que intervienen simultáneamente: (1) tendencias contextuales contemporáneas, como la individualización neoliberal del cuidado y la

crisis de los sistemas de conciliación; y (2) características específicas de la plataforma, como la algoritmización de la visibilidad, la centralidad de la emocionalidad y la lógica de la interacción constante.

En este sentido, el estudio no solo confirma la vigencia de los discursos de maternidad intensiva, sino que muestra cómo estos se actualizan en un entorno digital que combina apoyo, vigilancia y mercado. Así, la maternidad en Instagram emerge como un campo de negociación atravesado por tensiones entre agencia y normatividad, pero también como un espacio donde las condiciones estructurales tienden a diluirse en relatos individualizados, reforzando la necesidad de seguir investigando las posibilidades y límites de la crítica en entornos mediados por plataformas.

Financiación Funding

La publicación es parte de la ayuda JDC2023-052085-I, financiado por MCIU/AEI/10.13039/501100011033 y por el FSE+.

Conflicto de Intereses Conflict of Interest

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

Contribuciones de los autores Authors Contributions

Mitzzy Arciniega-Cáceres: Conceptualización; Metodología; Análisis de datos; Redacción; Revisión crítica del contenido. Silvia Escobar Fuentes: Análisis de datos; Redacción; Visualización; Revisión crítica del contenido.

Declaración de Disponibilidad de Datos Data Availability Statement

Los datos personales de las autoras de comentarios que respaldan los resultados, discusión y conclusiones de este artículo no pueden hacerse públicos porque no se respetaría el anonimato. No obstante, se han dejado los enlaces donde se pueden acceder a los comentarios de las publicaciones empleadas.

Referencias References

- Abidin, C. (2017). #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. *Digital Media + Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117707191>
- Agren, Y. (2023). Branded childhood: Infants as digital capital on Instagram. *Childhood*, 30(1), 9-23. <https://doi.org/10.1177/09075682221129367>
- Andreu, J. (2012). La descodificación de la agenda: Un modelo analítico para el conocimiento manifiesto y latente de la agenda pública. *Intangible Capital*, 8(3), 520-547. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.380>
- Arciniega, M. (2019). *La construcción de la maternidad en los discursos de los blogs de madres. Motivaciones, preferencias y percepciones de las lectoras* [Tesis Doctoral]. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- Badinter, E. (1981). ¿Existe el instinto maternal? Paidós.
- Beuckels, E., & De Wolf, R. (2024). Social media influencers as new agents on parenthood? A systematic literature review of parent influencer research and a future research agenda. *Information, Communication & Society*, 28(4), 744-762. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2334913>
- Bishop, S. (2019). Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. *New Media & Society*, 21(11-12), 2589-2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Calderón-Sandonval, O., Villegas-Simón, I. & Medina-Bravo, P. (2024). Debating Sexual Consent in the Teen Series *The Hockey Girls*: Reactions of Instagram Audiences. *Sex Education*, 24(4), 531-545. <https://doi.org/10.1080/014681811.2023.2222671>
- Carter, S. K., Stone, A., & Cox, J. M. (2023). About Research: Intersectionality in Breastfeeding Research. *Journal of Human Lactation*, 39(2), 202-205. <https://doi.org/10.1177/08903344231156446>
- Cirep. (2026). *Institutional Committe for Ethical Review of Projects*. <https://www.upf.edu/web/cirep>
- Civdanes-Álvarez, A., & Martínez-Rolán, X. (2023). El discurso de odio en Instagram: un análisis de las mujeres famosas en España. *Journal of Digital Media and Interaction*, 6(14), 84-102. <https://doi.org/10.34624/jdmi.v6i14.32029>
- Collins, P. H. (1994). Shifting the center: race, class, and feminist theorizing about motherhood. En E. N. Glenn, G. Chang, & L. Forcey (Eds.), *Mothering ideology, experience, and agency* (pp. 56-74). Routledge.
- Collins, P. H. (2015). Intersectionality's Definitional Dilemmas. *Annual Review of Sociology*, 41, 1-20. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073014-112142>
- Consejo General de Colegios Oficiales de Enfermería de España. (2024). *Una de cada dos mujeres abandona la lactancia materna antes de los seis meses, una preocupación creciente entre matronas debido a la desinformación*. <https://www.consejogeneralenfermeria.org/actualidad-y-prensa/sala-de-prensa/notas-prensa/send/20-notas-de-prensa/3040-una-de-cada-dos-mujeres-abandona-la-lactancia-materna-antes-de-los-seis-meses-una-preocupacion-creciente-entre-matronas-debido-a-la-desinformacion>
- Crenshaw, K. W. (1989). Démarginaliser l'intersection de la race et du sexe: une critique féministe noire de la doctrine antidiscriminatoire, des théories féministes et des politiques antiracistes. *University of Chicago Legal Forum*, (1), 139-167.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2015). "Havind it All" on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604337>
- Duffy, B. E. (2022). Platforms, Promotional Labor, and the Politics of Influencer (In)Visibility: Advertising Confronts Gender Colloquium. *Advertising & Society Quarterly*, 23(4). <https://dx.doi.org/10.1353/asr.2022.0034>
- Faludi, S. (1993). *Backlash: The undeclared war against women*. Vintage.
- Foucault, M. (1978). *History of Sexuality: An Introduction* (R. Hurley, Trans.). Random House. (Original work published 1976)
- Friedan, B. (1963). *La Mística de la Feminidad*. Norton.

- Gibson, G., Liddelow, C., Burke, K. J., & Lee, M. F. (2025). Exploring the influence of social media "Mumfluencers" on postpartum body image. *Journal of Health Psychology, 30*(14), 4268–4283. <https://doi.org/10.1177/13591053251381895>
- Gill, R. (2007). Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility. *European Journal of Cultural Studies, 10*(2), 147–166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R., & Orgad, S. (2018). The shifting terrain of sex and power: From the 'sexualization of culture' to #MeToo. *Sexualities, 21*(8), 1313–1324. <https://doi.org/10.1177/1363460718794647>
- Glenn, E. N. (1994). Social construction of mothering: A thematic overview. En E. N. Glenn, G. Chang, & L. R. Forcey (Eds.), *Mothering* (pp.1–29). Routledge.
- Hall, S. (1998). Introduction: Who needs "identity"? En S. Hall, & P. Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1–17). Sage.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Otero, J. A. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal México, 3*(5), 1–15. https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/108
- Johnston, D. D., & Swanson, D. H. (2003). Undermining Mothers: A Content Analysis of the Representation of Mothers in Magazines. *Mass Communication and Society, 6*(3), 243–265. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0603_2
- Kaplan, E. A. (2013). *Motherhood and Representation: The mother in Popular Culture and Melodrama*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315001999>
- Kolsquare. (2024, 27 de noviembre). Top 10 madres influencers en España: inspiración y autenticidad en las redes sociales. *Kolsquare*. <https://www.kolsquare.com/es/top-influencers/top-10-madres-influencers-en-espana-inspiracion-y-autenticidad-en-las-redes-sociales>
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Sage Publications.
- Moreno, M., & Mira, A. (2004). Maternidades y madres: un enfoque historiográfico. En S. Caporale (Coord.), *Discursos teóricos en torno a la(s) maternidad(es): una visión integradora* (pp. 19–61). Entinema.
- O'Reilly, A. (2016). *Matricentric Feminism: Theory, Activism, Practice*. Demeter Press.
- Ouvrein, G. (2022). Mommy influencers: Helpful or harmful? The relationship between exposure to mommy influencers and perceived parental self-efficacy among mothers and primigravida. *New Media & Society, 26*(4), 2295–2314. <https://doi.org/10.1177/14614448221086296>
- Pedersen, S., & Lupton, D. (2018). 'What are you feeling right now?' communities of maternal feeling on Mumsnet. *Emotion Space and Society, 26*, 57–63. <http://dx.doi.org/10.1016/j.emospa.2016.05.001>
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística, 3*(1), 1–42. https://www.researchgate.net/publication/267797356_Epistemologia_metodologia_y_tecnicas_del_analisis_de_contenido
- Rich, A. (1976). *Of woman born: motherhood as experience and institution*. Bantam Books.
- Saletti, L. (2008). Propuestas teóricas feministas en relación al concepto de maternidad. *Revista de Estudios de Género y Teoría Feminista Clepsydra, 7*, 169–183. <https://www.ull.es/revistas/index.php/clepsydra/article/view/2442>
- San Cornelio, G. (2021). Bad mothers, good mothers and professional mothers: a study on narratives on maternity in Spanish Instagram spaces. *Observatorio, 15*(2), 120–138. <https://doi.org/10.15847/obsOBS15220211780>
- Sánchez, N. (2016). La experiencia de la maternidad en mujeres feministas. *Nómaditas, 44*), 255–267. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75502016000100015
- Sancho Belinchón, C. (2025). La divulgación de contenidos de salud en Instagram: análisis de influencers especializados. *European Public & Social Innovation Review, 10*, 1–16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1334>
- Tiidenberg, K., & Baym, N. K. (2017). Learn It, Buy It, Work It: Intensive Pregnancy on Instagram. *Social Media + Society, 3*(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305116685108>

- Visa, M., & Crespo, C. (2014). *Madres en red. Del lavadero a la blogosfera*. Clave Intelectual.
- Vizcaino-Laorga, R., Catalina-García, B., & López de Ayala-López, M. C. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 554–572. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>
- Wolf, J. B. (2011). *Is Breast Best? Taking on the Breastfeeding Experts and the New High Stakes of Motherhood*. NYU Press. Kindle Edition.
- Woodward, K. (2003). Representations of Motherhood. In S. Earle, & G. Letherby (Eds.), *Gender, Identity & Reproduction: social perspectives* (pp. 18–32). Palgrave.
-

Notas Biográficas Biographical Notes

Mitty Arciniega-Cáceres es periodista, doctora en comunicación por la Universidad Pompeu Fabra y profesora lectora del Departamento de Comunicación de la misma universidad. Sus líneas de investigación abordan la intersección de juventud y género, la educación mediática y la educomunicación. Coordina el Grupo de Investigación JOVIS-UPF sobre juventud, infancias y sociedad.

ORCID ID 0000-0003-3720-048X | **Scopus ID** 58638581400

Morada Carrer de Roc Boronat, 138, Sant Martí, 08018 Barcelona, España.

Silvia Escobar Fuentes es Trabajadora Social con un Máster en Investigación e Intervención Social y Comunitaria. Doctorada por la Universidad de Málaga. Actualmente es investigadora Juan de la Cierva en la Universitat Pompeu Fabra. Sus líneas de investigación giran alrededor de juventud, subculturas musicales y feminismos. Grupos de investigación: JOVIS y ETNOMEDIA-CD.

ORCID ID 0000-0002-3615-5480 | **Scopus ID** 57226104380

Morada Carrer de Roc Boronat, 138, Sant Martí, 08018 Barcelona, España.

Cómo Citar How to Cite

Arciniega-Cáceres, M., & Escobar Fuentes, S. (2026). La Lactancia como Eje de la “Buena Maternidad”: Discursos y Tensiones en los Comentarios de Instamamis Españolas. *Media & Journalism*, 26(48), Article e4807. https://doi.org/10.14195/2183-5462_48_7