

## Revista Iberoamericana de Derecho, Cultura y Ambiente



Edición N°8 – Diciembre de 2025

Capítulo de Penal y Criminología

[www.aidca.org/revista](http://www.aidca.org/revista)

### **ENVIDIA COMO PREDICTOR DE VIOLENCIA HACIA MUJERES *INFLUENCERS*: ANÁLISIS PSICO-JURÍDICO Y FORENSE**

Por Deyanira Trinidad Álvarez Villajuana<sup>1</sup>

#### **Resumen**

La violencia digital dirigida hacia mujeres con alta visibilidad pública ha aumentado de manera significativa en los últimos años. Dentro de este fenómeno, la envidia emerge como un elemento emocional clave que, al interactuar con la arquitectura tecnológica de las plataformas digitales, puede detonar conductas hostiles que transitan desde el desprestigio simbólico hasta formas incipientes de

---

<sup>1</sup> Licenciada en Psicología egresada con honores de la Universidad Autónoma de Yucatán UADY (cédula: 5157846). Primer Lugar Nacional en el EGEL-PSI (CENEVAL). Perito en Psicología, en dos especialidades, registro en el Poder Judicial (RP649/2018, Yucatán y P. 0059-2020, Federal). Maestra en Psicología y Orientación Vocacional, ENSY (cédula: 09887047). Doctora en Ciencias de la Educación, Universidad Anáhuac Mayab (cédula 13898316). Próxima Licenciada en Derecho, UNAM, Doctora en Ciencias Forenses, Posdoctora en Derecho Penal y Criminología, Investigadora Criminal Privada, CESCIIJUC.

crímenes de odio digital. Este artículo analiza la envidia como un factor psicojurídico relevante en la comprensión de agresiones digitales dirigidas a mujeres influencers, distinguiéndolas de creadoras de contenido con menor influencia. A través de un examen interdisciplinario de la psicología social, la criminología digital y el derecho tecnológico, se argumenta que la envidia maligna puede convertirse en un predictor significativo de ataques colectivos, campañas de desprestigio, violencia simbólica y discursos discriminatorios que reflejan patrones de prejuicio hacia el éxito femenino. Asimismo, se plantean propuestas para integrar análisis periciales, protocolos jurídicos y mecanismos preventivos que permitan atender adecuadamente estas formas de violencia emergente.

### **Palabras clave:**

Envidia maligna; violencia digital; mujeres influencers; crimen de odio digital; narcisismo vulnerable; violencia simbólica; criminología digital; plataformas digitales; discurso hostil.

### **Introducción**

La envidia como fenómeno emotivo y social ha sido históricamente considerada un motor de conflicto interpersonal, pero su expresión contemporánea en entornos digitales ha adquirido una relevancia particular. En redes sociales, donde predominan la comparación constante (Festinger, 1954), la exposición pública (Megarry, 2014) y la economía de la atención (Wood & Baughman, 2016), las mujeres influencers se convierten en blancos privilegiados de agresiones simbólicas, psicológicas y reputacionales. Estudios recientes han mostrado que las mujeres sufren un volumen mayor de hostilidad digital que los hombres, especialmente cuando ejercen liderazgo o monetizan su imagen (Amnistía Internacional, 2018). El presente artículo examina, de manera breve pero significativa, cómo la envidia maligna, combinada con el anonimato estructural y la viralidad algorítmica, puede detonar formas específicas de violencia digital que, en

determinados contextos, pueden interpretarse como delitos motivados por prejuicio hacia la visibilidad y el éxito femenino. Desde una perspectiva psicojurídica, se argumenta la necesidad de reconocer esta motivación como un factor relevante en la evaluación de la intencionalidad y gravedad del daño causado en contextos digitales.

### **La expansión acelerada de las redes sociales ha configurado un ecosistema...**

La expansión acelerada de las redes sociales ha configurado un ecosistema donde la comparación constante, la competencia simbólica y la búsqueda de reconocimiento definen buena parte de la interacción humana (Bauman, 2013). En este entorno, las mujeres influencers, quienes son diferentes a las creadoras de contenido, pudiendo éstas últimas contar con influencia significativa o no, por su alta visibilidad, capacidad de persuasión y acceso privilegiado a la economía de la atención, se convierten en figuras que generan tanto admiración como rechazo, siendo particularmente vulnerables a formas de agresión simbólica, psicológica y jurídica que exceden la crítica legítima y escalan hacia manifestaciones potencialmente lesivas. Estudios previos muestran que las mujeres con presencia pública reciben niveles más altos de hostilidad que los hombres, especialmente cuando su trabajo involucra liderazgo, autonomía o monetización de su imagen (Amnistía Internacional, 2018). En este marco, la envidia emerge como una emoción social compleja, vinculada con la percepción de desventaja comparativa (Festinger, 1954), que adquiere relevancia criminológica cuando se transforma en envidia maligna, caracterizada por el deseo de perjudicar o deteriorar al sujeto envidiado (Smith & Kim, 2007), en este caso, a las mujeres. Quien suscribe propone que dicha emoción, cuando se canaliza a través de la arquitectura digital, puede funcionar como un predictor significativo de agresiones que, en determinados casos, cumplen con características propias de crímenes de odio digital.

### **Envidia, afectividad social y su transformación en agresión digital**

La envidia ha sido conceptualizada como una emoción aversiva que surge

cuando una persona percibe que otro posee cualidades, bienes o reconocimiento que uno mismo considera deseables pero inalcanzables (Smith & Kim, 2007). La distinción entre envidia benigna y envidia maligna, lo cual rompe con el dicho común “no hay envidia de la buena”, resulta crucial para el análisis psicojurídico. Mientras la primera puede impulsar conductas de mejora personal, la segunda implica un componente destructivo orientado a disminuir al otro y restaurar simbólicamente un equilibrio emocional perdido. Desde la perspectiva psicoanalítica, Klein (1957) sostiene que la envidia maligna opera como un ataque simbólico a la fuente de satisfacción representada por el otro, especialmente cuando se percibe como excesivamente exitosa o privilegiada. Investigaciones neuropsicológicas confirman esta dimensión afectiva: la envidia intensa activa áreas cerebrales vinculadas al dolor social, como la corteza cingulada anterior (Takahashi et al., 2009), lo que aumenta la probabilidad de respuestas impulsivas y hostiles. En el entorno digital, esta emoción se intensifica por factores estructurales como el anonimato, la retroalimentación inmediata y la naturaleza competitiva de las redes sociales, donde la valía personal parece medirse mediante métricas visibles como seguidores, comentarios o alcance (Wood & Baughman, 2016). La psicología del anonimato describe este fenómeno como desinhibición online, donde disminuyen los frenos morales y se facilita la agresión, especialmente cuando se percibe que la víctima es una figura pública cuya exposición legítima, erróneamente, el ataque (Bandura, 2002). Esto es particularmente notorio en individuos con rasgos de narcisismo vulnerable, quienes experimentan el éxito ajeno como una amenaza personal que justifica subjetivamente su hostilidad (Pincus & Lukowitsky, 2010).



## **Violencia simbólica, desprestigio y dinámicas de ataque colectivo**

La violencia simbólica, entendida como la imposición de significados que degradan o deslegitiman al otro a través de prácticas discursivas (Bourdieu, 2000), adquiere nuevas formas en la esfera digital. Las mujeres influencers suelen enfrentar ataques que incluyen comentarios denigrantes destinados a socavar su legitimidad, rumores diseñados para afectar su reputación, manipulación o fragmentación de imágenes y videos para generar desprestigio, así como narrativas orientadas a cuestionar su mérito o autenticidad. Estas conductas, aunque individuales en apariencia, suelen escalar hacia dinámicas colectivas donde múltiples usuarios replican patrones de desprecio previamente introducidos, a través de perfiles falsos, anonimatos en grupos y/o perfiles restringidos, conformando lo que van Dijk (1993) denomina “comunidades de resentimiento”, que se dedican a “troleear” o esparcir odio “hate” en internet y sin dar nunca la cara nunca, es decir, escudándose en la cobardía y la impunidad para mentir sobre sus víctimas. Estas agrupaciones informales, refuerzan mutuamente el odio y normalizan su expresión. Dicho fenómeno no sólo aumenta el daño psicológico percibido, pues la víctima enfrenta ataques desde múltiples frentes, sino que profundiza la huella jurídica del comportamiento al realizarse desde la impunidad. La psicología de la criminología digital ha documentado que estas agresiones pueden evolucionar hacia prácticas más graves como acoso reiterado, amenazas, campañas de difamación, exposición no consentida de datos personales o estrategias de desprestigio profesional (Fuchs, 2014). La arquitectura algorítmica amplifica estos patrones al priorizar contenidos altamente reactivos, generando un circuito emocional que transforma la hostilidad en visibilidad y recompensa mediante interacción, reproduciendo así la agresión (Noble, 2018).

## **Hacia una comprensión psicojurídica del daño: discurso hostil y crimen de odio digital**

La distinción entre discurso de odio y crimen de odio resulta esencial para evaluar el potencial jurídico de estas conductas. Mientras el discurso de odio se refiere a expresiones hostiles que pueden estar protegidas bajo ciertos parámetros de libertad de expresión, el crimen de odio implica la comisión de un



delito motivado por prejuicio hacia características de la víctima (Citron, 2014). La pregunta central de este análisis es si la envidia maligna dirigida hacia mujeres influyentes puede constituir un motivo agravante basado en prejuicio. Si bien la envidia no es un criterio jurídico clásico, los análisis de discurso muestran que muchos ataques contra mujeres con visibilidad pública se fundamentan en sesgos sobre su moral, mérito, características físicas o psicológicas, profesionalismo y/o forma de vida (van Dijk, 1993). Cuando la agresión se dirige de forma reiterada a deshumanizar, desacreditar o humillar a una mujer por el hecho de poseer éxito, visibilidad o recursos simbólicos, metiéndose inclusive con su familia, realizando fotomontajes con mensajes denigrantes para difundirlos en la comunidad con la finalidad de lograr su desprestigio a incitar al odio, la conducta adquiere rasgos que pueden considerarse psicopáticos, discriminatorios y motivados por aversión hacia su posición social, lo cual puede perfilarse como una forma emergente de violencia y prejuicio digital hacia el éxito femenino, tomando situaciones o características aisladas para justificar la agresión. En el caso mexicano, la Ley Olimpia ha sido un hito en el reconocimiento de la violencia digital, pero aún existen vacíos respecto a la identificación de agravantes basadas en motivaciones psicosociales complejas, la responsabilidad de plataformas y la generación de criterios probatorios que permitan identificar motivaciones emocionales en la génesis del daño (Citron, 2014).

### **Algunas propuestas desde la psicología jurídica-forense y el derecho digital**

Desde una perspectiva interdisciplinaria, se propone la incorporación de análisis psicosociales y lingüísticos que permitan identificar patrones de discurso hostil impulsados por la psicopatía, la sociopatía y el narcisismo maligno, de forma específica de la envidia que estos perfiles antisociales poseen como base, especialmente en casos donde exista reiteración, escalamiento y afectación emocional o reputacional crónica en contra de las víctimas de este “terrorismo psicológico y social”, que ha inducido y lo sigue haciendo, al suicidio a millones de personas, en especial, a niñas, adolescentes y mujeres. La utilización de peritajes en psicología jurídica, sociología digital y análisis del discurso puede generar herramientas objetivas para evaluar la motivación lesiva y su impacto.



Además, quien suscribe recomienda fortalecer el deber de cuidado de las plataformas mediante protocolos que identifiquen dinámicas de ataque colectivo, manipulación de contenido y campañas de desprestigio basadas en violencia digital, que no revictimicen, sino que al detectar con inteligencia artificial ataques hacia alguna persona en la red, de inmediato, pueda actuarse en su defensa. La tecnología ya existe, solo hay que enfocarla de una manera más precisa a los casos concretos, e ir la mejorando a cada paso, pues también ocurre que las víctimas que por hartazgo deciden defenderse en redes, son tildadas como conflictivas, cuando solo decidieron no callar, alzar la voz, ante situaciones genuinamente negativas en su contra. Por su parte, sería ideal que los operadores jurídicos tuvieran informes pertinentes en materia de psicología forense especializada en criminología digital, afectividad social y análisis de interacciones en línea, con el fin de evaluar adecuadamente la intencionalidad y el daño a las víctimas, sobre todo en los ámbitos emocional y social, sin dejar a un lado, el moral y el económico.

## **Conclusiones**

En síntesis, la envidia maligna constituye un factor psicológico relevante para el surgimiento de violencia digital dirigida a mujeres con alta visibilidad pública. Su articulación con la arquitectura emocional y algorítmica de las plataformas convierte esta emoción en un catalizador de conductas hostiles que pueden escalar desde la violencia simbólica hasta posibles crímenes de odio digital. Comprender esta dinámica desde un enfoque psicojurídico permite resignificar estas agresiones no como conflictos triviales de redes sociales, sino como fenómenos complejos que afectan derechos fundamentales y requieren respuestas jurídicas, preventivas y educativas más robustas. Reconocer el papel de la envidia en estas dinámicas no implica moralizar, sino identificar un riesgo emocional que, en interacción con los entornos digitales, puede transformarse en daño real que amerita análisis especializado y estrategias claras de protección.

## **Referencias**



Amnistía Internacional. (2018). *Toxic Twitter: A toxic place for women*.

<https://www.amnesty.org/en/documents/act30/8070/2018/en/>

Bandura, A. (2002). Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Moral Education*, 31(2), 101–119.

Bauman, Z. (2013). *Vida líquida*. Fondo de Cultura Económica. Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.

Citron, D. K. (2014). *Hate crimes in cyberspace*. Harvard University Press.

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139–167.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage.

Klein, M. (1957). *Envy and gratitude*. Tavistock.

Lagarde, M. (1990). *Los cautiverios de las mujeres*. UNAM.

Megarry, J. (2014). Online incivility or sexual harassment? *Women's Studies International Forum*, 47, 46–55.

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression*. NYU Press.

Pincus, A. L., & Lukowitsky, M. R. (2010). Pathological narcissism. *Annual Review of Clinical Psychology*, 6, 421–446.

Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 133(1), 46–64. Takahashi, H., et al. (2009). Neural correlates of envy. *Science*, 323(5916), 937–939.

van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283.

Wood, M. J., & Baughman, L. (2016). Glee and meanness online. *Computers in Human Behavior*, 60, 32–41.