



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Xochimilco



**Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco**

División de Ciencias Sociales y Humanidades

***Body Positive*: en busca de otra forma para
experimentar la gordura**

**Idónea Comunicación de Resultados para obtener el grado
de Maestra en Estudios de la Mujer**

Presenta: Gloria Soto Villarruel

Asesora: Dra. Elsa Muñiz García

Lectoras: Dra. Alejandra Díaz Zepeda

y Dra. Merarit Viera Alcazar

Ciudad de México, 18 de mayo de 2021

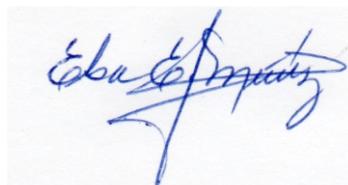
RESUMEN: La gordura es una corporalidad que ha sido abordada desde el desdén y la patologización. El *Body Positive* (BoPo) es un fenómeno cultural que ha tenido una fuerte presencia en *Instagram*, y posibilita un replanteamiento en la manera en que la gordura se enuncia y se representa. La presente investigación tuvo como objetivo identificar y analizar cómo las mujeres gordas se producen desde el movimiento *Body Positive*, un lugar otro que defino como « gordotopía », en alusión al concepto de heterotopía enunciado originalmente por Foucault. Esto fue posible gracias al análisis de los itinerarios corporales de tres mujeres gordas, el cual a su vez se entrecruzó con una mirada crítica en torno a la experiencia gorda ya que se consideraron los estudios críticos de la gordura como parte fundamental del análisis y la investigación. Se concluye pues que el *Body Positive* funciona como un dispositivo corporal, en donde las prácticas corporales y los discursos son capaces de encarnarse y producir otras sujetas gordas. Los diálogos, las fotografías y sobre todo el cambio en la experimentación de la gordura nos muestran que el *Body Positive* es para las mujeres gordas, más allá de una moda, una manera de reflexionar su propia corporalidad y pensarse como otro tipo de sujetas gordas en el mundo.

PALABRAS CLAVE: gordura, body positive, subjetividad, feminismo, estudios críticos de la gordura

SUMMARY: Fatness is a corporal experience that has been approached within disdain and through pathologization. Body Positive (BoPo) is a cultural phenomenon which has had a strong presence on Instagram, and enables another approach towards a different way to enunciate and represent. The main objective of this research was to identify and analyze how fat women are produced from within the Body Positive movement, another place that I define as « gordotopía » (fatopia), alluding to the concept of heterotopia originally enunciated by Foucault. This was possible thanks to the analysis of the body itineraries of three fat women, which were analyzed with a critical view around the experience of fatness, considering that Fat studies were a fundamental part of this analysis and research. It is therefore concluded that Body Positive functions as a corporal device, where corporal practices and discourses are capable of incarnating and producing other fat subjects. The dialogues, photographs and more importantly the exchange of experiences around fatness show us that Body Positive is, for fat women, rather than a fashion trend, a way of reflecting on their own corporality and to think of themselves as another type of fat person in the world.

KEYWORDS: fatness, body positive, subjectivity, feminism, fat studies.

Dra. Elsa Muñiz / Directora de la ICR



AGRADECIMIENTOS

A todas y cada una de las maestras que fueron parte de mi proceso formativo en la Maestría en Estudios de la Mujer, quienes me guiaron pacientemente a lo largo de toda mi investigación y me compartieron su amor y entusiasmo por el programa. En especial a las Doctoras Ana Lau y Eli Bartra, gracias por nutrir y encaminar esta investigación con cada una de sus clases, y a la Dra. Mónica Cejas, por animarme a reflexionar sobre la importancia política de mi propia existencia.

A mi asesora y directora de tesis, la Dra. Elsa Muñiz, quien estuvo presente desde el primer día de este viaje que fue la maestría. Gracias por reconocer la relevancia de la gordura como tema de investigación, por confiar en mi capacidad e impulsarme a hacer preguntas más profundas y complejas mediante el diálogo constante, comprometiéndose no solo con el proyecto, sino también con mi crecimiento personal.

A mi lectora, la Dra. Merarit Viera, quien con sus comentarios durante sus clases y asesorías me permitió anclar mis ideas y darme seguridad en el proceso de escritura. Gracias por su apoyo para llevar esta investigación a la realidad.

A la Dra. Alejandra Díaz, quien amablemente accedió a leer este trabajo y ha sido partícipe de su crecimiento y culminación. Ha sido un honor poder contar con su guía en la construcción de esta investigación.

A mis compañeras y amigas de la maestría, quienes fueron la parte más gozosa de este proceso. Gracias por hacer de cada día una experiencia alegre e

inolvidable, por la comida y la bebida compartida, las bendiciones y los apapachos. Fue un placer compartir el salón de clases con ustedes.

A las profesoras que me han guiado durante mi trayectoria académica y han compartido su conocimiento conmigo, dándome la confianza y herramientas necesarias para animarme a ser investigadora y llegar al lugar en el que estoy ahora. A la Dra. Samantha Zaragoza, por siempre insistir en reconocer y escribir mi voz; a la Mtra. Yolanda Pineda y la Dra. Mariana Berlanga, por enseñarme las bases para pensar y cuestionar mi realidad inmediata; a la Dra. Andrea García, por ver en mí el potencial para comenzar este camino.

A mis amigas Silvia, Renata, Sally, Greta, Alitze, Flor, Rosalba, Luisa y Paulina. Gracias por cobijarme en su corazón, por nunca dejarme caer y por compartir su vida conmigo.

A todas las mujeres que han compartido conmigo su amor, su conocimiento, su paciencia y sus experiencias e hicieron posible que sea la mujer que soy ahora.

A Hana, por atreverse a tomarme de la mano y juntas explorar otras galaxias. Gracias por regalarme un campo de flores.

A mi familia, porque no hay mayor bendición que saberme querida y protegida por ustedes.

A mi madre, Gloria, por estar siempre a mi lado y apoyarme en todo momento; y a mi hermana, Alejandra, por ser mi mayor confidente y mi mejor amiga. Gracias por tanto amor. Sin ustedes, nada.

A todas las mujeres gordas. Si nos organizamos, otros mundos son posibles.

*A mí,
por atreverme a tocar la herida
y transformarla mediante la palabra.*

Introducción	1
Capítulo 1. <i>Body Positive</i>: una guía para problematizar la gordura	12
1.1 Breve introducción a los Estudios críticos sobre la gordura	13
1.2 La Mística de la Delgadez	17
1.3 Representación gorda	20
1.4 El <i>Body Positive</i> (<i>BoPo</i>) como fenómeno cultural	23
1.4.1. El contenido digital de los blogs <i>Body Positive</i>	29
1.4.2 La mercantilización del <i>Body Positive</i>	32
1.4.3 El <i>Body Positive</i> y los efectos en la salud	34
Capítulo 2. Trayectorias gordas	37
2.1 <i>Body Positive</i> en México	38
2.2 Itinerarios corporales para explorar la gordura	40
2.3 Antes del <i>Body Positive</i> : experiencias de violencia y sobriedad	42
2.4 <i>Body Positive</i> e <i>Instagram</i> : un lugar de reflexión	46
2.5 Del estigma a la reapropiación	50
Capítulo 3. El dispositivo corporal del <i>Body Positive</i>	61
3.1 <i>Body Positive</i> y la gordotopía	62
3.2 Prácticas corporales en el <i>Body Positive</i>	66
3.3 Las mujeres <i>Body Positive</i> : reflexiones corporales desde la belleza	74
3.4 Las posibilidades políticas	83
Conclusiones	86
Epílogo	94
Referencias bibliográficas	95
Apéndice	106
I. Guía de entrevista	106

INTRODUCCIÓN

La gordura, definida como un exceso de carne o grasa en el cuerpo¹, es una característica física que marca la vida de aquellas personas que la encarnan. La gordura es una diversidad corporal que ha sido estudiada desde múltiples áreas, pero más allá de ello, es un relato íntimo. Yo soy una mujer gorda y es por ello que la gordura me interesa más allá que la acepción clínica clásica de obesidad.

Los relatos en torno a la gordura se han enfocado reiteradamente en su patologización, señalando los cuerpos gordos como enfermos, desagradables e inmorales. La gordura se plantea como una condición corporal que puede y debe modificarse, y el sujeto gordo es concebido como un sujeto en vías de ser delgado. Vivirse gorda es vivir en un cuestionamiento corporal constante, ¿mi cuerpo está bien o debería cambiarlo, reducirlo, transformarlo? Pero la primera pregunta que debemos plantear es: ¿qué es una persona gorda?

De acuerdo con Magdalena Piñeyro (2021), una persona gorda se puede entender por

aquella persona que sufre la opresión de la sociedad porque ésta la considera gorda. Es decir, es la persona que no consigue empleo por gorda, que sufre bullying, violencia médica, infrarrepresentación, cultural, etc. Hay gordura, y grados de exclusión. Pero gorda no es un sentimiento. Y aunque a todas se nos machaque para ser delgadas, algunas ya estamos del otro lado. Algunas ya somos lo que otras temen ser.

¹ Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.aed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

La patologización de la gordura y su desplazamiento por la palabra *obesidad* en el habla cotidiana refuerza el cuerpo gordo como un símbolo de fracaso y enfermedad; colocando en el otro extremo al cuerpo delgado como sinónimo de salud y éxito. Con esto, la gordura es transformada no sólo en la antítesis de la salud y el bienestar, sino que además se elimina la posibilidad de una persona gorda, es decir, un sujeto gordo.

El *activismo gordo* ha cuestionado la vivencia a profundidad de lo que implica ser una persona gorda, considerando todos los elementos que configuran dicha experiencia. En este sentido, el activismo gordo ha analizado la gordura como una posición política (Murray, 2008) que nos permite replantear la percepción predominante de *obesidad* del discurso biomédico, universal, ahistórica y transcultural (Herndon, 2005) y las significaciones atribuidas a la misma desde la moral (Throsby, 2007). La experiencia personal derivada de vivir en un cuerpo gordo y la carga de significados que este tiene la sitúan como una experiencia particular. Estudiarla es un reclamo en un interés por deshacer la noción misma de “normalidad” (Kyrölä & Harjunen, 2017).

La *experiencia gorda* es el conocimiento específico situado y localizado al que se puede tener acceso al vivir un cuerpo gordo fundamental para la comprensión de la gordura, dado que ser una persona gorda configura una manera distinta de transitar el mundo (Harjunen, 2009). Dado que no existe una medida universal que constituya lo que es y no es gordo, lo gordo existe entonces en un contexto y una experiencia: la gente gorda sabe lo que es, y es reconocida como gorda por los demás (Cooper, 2012, p. 218). Es por ello que para abordar la gordura se debe de contextualizar los límites de dichos cuerpos bajo condiciones

culturales específicas, mismas que moldearán sus experiencias particulares al respecto. Uno de los fenómenos más recientes con respecto a la vivencia de la gordura ha sido el movimiento *Body Positive*.

En 1996, la escritora y productora Connie Sobczak y la psicoterapeuta Elizabeth Scott fundan la organización *Body Positive* en Estados Unidos. Sobczak había luchado personalmente con un trastorno alimentario y Scott estaba especializada en tratarlos, por lo que juntas construyeron un modelo de prevención basado en la investigación para promover una imagen corporal positiva y el cuidado personal. Su objetivo es enseñar a las personas cómo reconectarse con la sabiduría innata de su cuerpo para que puedan tener un autocuidado más equilibrado, alegre y una relación con todo su ser que esté guiada por el amor, el perdón y el humor (Body Positive, 2020). La apertura de espacios para hablar sobre nuestras relaciones con nuestros cuerpos y las inseguridades con las que podemos lidiar permitió conversaciones en torno a otras corporalidades, particularmente la gorda.

El movimiento moderno *Body Positive* tiene raíces profundas en el movimiento de aceptación y liberación de la gordura. Como un movimiento social derivado del activismo gordo, tiene como objetivo central la aceptación corporal "para comprender que la vida de una persona gorda es tan válida como la de cualquiera" (Moreno, 2018: 115). La confrontación de los ideales de belleza fue alentando a través de la circulación de imágenes corporales que abogaban por la visibilidad de cuerpos que no se ajustaran a las normas de belleza convencionales (Sastre, 2016). Esto es, a través de diversas fotografías de mujeres gordas que se

mostrarán de manera pública, enfrentando la invisibilización de las personas gordas por parte de los medios. Dichas imágenes han tenido un lugar específico de distribución en las redes sociales, siendo *Instagram* una de las más populares debido a que esta red social tiene como objetivo la distribución de fotos y videos de los usuarios a manera de galería fotográfica personal. Gracias a esta característica, *Instagram* ha servido como plataforma para la popularización y globalización del *Body Positive* a través de la publicación de fotografías acompañadas por la etiqueta digital o *hashtag* *#bodypositive*.

El *Body Positive* se enfoca, pues, en la visibilización de cuerpos no normativos, específicamente los gordos, y en la construcción de una mejor autoestima y una imagen corporal positiva.

La presencia del *Body Positive* en Instagram ha permitido que mujeres gordas se familiaricen y se adscriban a este. A través de las *selfies*, fotos, videos, anécdotas y comentarios, estas mujeres muestran en línea otras representaciones en torno a lo que significa ser gorda para ellas. Su popularización en el contexto digital en nuestro país ha sido posible gracias al marco de referencia de ciudad globalizada y capitalista, la cual se caracteriza por el creciente uso de *Internet*, y en específico las redes sociales virtuales, como un medio para socializar (Tolentino, 2016:9).

En México, el 82.7% de la población de seis años o más se declaró usuaria de *Internet*, 22% de los cibernautas mexicanos tienen menos de 35 años y el 51% de los usuarios totales son mujeres. La consulta a través del *smartphone* (teléfono móvil con acceso a la Web a través de una red 3G o WiFi, reproducción de

archivos MP3 o de video y con cámara integrada) es la más popular, con una preferencia del 92% de la población y destinando el 82% de su uso a las redes sociales (Asociación de Internet, 2019).

Hasta febrero del 2016 *Instagram*, red social creada por Kevin Systrom y Mike Krieger que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos y lanzada en octubre de 2010, tenía un total de 10,580,000 usuarios en México. De estos usuarios, 5,889,000 son mujeres, lo que equivale al 56% de los usuarios totales; el rango de edad más alto es de 18 a 24 años, el cual representa 45% de la población, además de tener un total de 2,283,000 usuarios en la Ciudad de México (Regalado, 2016).

Internet como tecnología responde a una invención para conducir diversos espacios sociales y de la vida humana, por lo que se considera que tiene una cibercultura, definida a su vez como una metacultura al ser un producto de la misma (Flores, 2011). El paso de las mujeres por la cibercultura como productoras de contenido hace posible un cuestionamiento y reformulación de sus propias ideas e imágenes así como de la cultura (Arriaga, 2004:13). Esta reformulación desde las propias actoras es fundamental dentro del análisis feminista ya que posibilita la articulación de las relaciones del sujeto femenino con la representación, el significado y la visión y al hacerlo, definir los términos de otro marco de referencia (De Lauretis, 1992:111). Además, esto responde a la necesidad de poseer una imagen positiva de nosotras mismas y, aún más importante, un modelo en el cual podamos reconocernos, y en este caso específico, reconocernos como mujeres gordas.

Poniéndolo en términos de producción de cultura, plataformas como *Instagram* han servido para situar a las mujeres no sólo como consumidoras, sino también como productoras de imágenes. Estas imágenes han tenido un lugar específico de distribución en las redes sociales, siendo *Instagram* una de las más populares, ya que su plataforma se centra en la distribución de fotos y videos de los usuarios a manera de galería fotográfica y blog personal. Gracias a esta característica, Instagram ha servido como plataforma inicial de diversos discursos relacionados con el cuerpo como el *Body Positive*. La relevancia que tiene el surgimiento de estas etiquetas o movimientos digitales en el contexto mexicano es que, gracias al flujo y facilidad de acceso de información en *Internet*, estas se han popularizado también en nuestro contexto haciendo partícipes a las jóvenes gordas mexicanas.

Con base en lo anterior planteo la **pregunta central** de mi investigación, la cual es: ¿Cómo se producen las mujeres gordas dentro del *Body Positive*?

En tanto que mis **preguntas secundarias** son las siguientes:

1. ¿Cómo se han configurado los discursos en torno a la gordura, a partir de la investigación académica y retomando los estudios críticos de la gordura?
2. ¿Cómo son las experiencias de las mujeres gordas al ser parte del movimiento *Body Positive*?
3. ¿Cómo se constituye el *Body Positive* como un dispositivo corporal que produce sujetas gordas?

Propongo entonces como **objetivo central**: Identificar y analizar cómo se producen las mujeres gordas dentro del *Body Positive*.

En tanto que mis tres **objetivos secundarios** son:

1. Identificar y analizar los discursos en torno a la gordura, a partir de la investigación académica y retomando los estudios críticos de la gordura.
2. Analizar las experiencias de las mujeres gordas al ser parte del movimiento del *Body Positive*.
3. Identificar y analizar cómo se constituye el *Body Positive* como un dispositivo corporal que produce sujetas gordas.

Para ello, abordo las experiencias de tres mujeres gordas que están inmersas en el *Body Positive* y en conjunto, hacemos un recorrido sobre las implicaciones que tiene la gordura en sus vidas y la forma en que el *Body Positive* impacta en la relación con sus cuerpos. Profundizar en el abordaje del individuo y la subjetividad, revisar los niveles y circuitos que se establecen a partir de las interrelaciones con otros niveles de experiencia, y colocar el cuerpo gordo como objeto central de la investigación, requiere de un análisis corporal que me permita observar la interacción corporal reflexiva de estas mujeres gordas. Es por ello que para realizar esta investigación retomo la metodología de Mari Luz Esteban (2013) denominada *itinerarios corporales*.

El itinerario corporal sirve para mostrar las vidas y cuerpos como procesos absolutamente dinámicos, abiertos y en continua transformación y, por tanto, singulares, contradictorios e inacabados; lo que interesa es subrayar la interrelación, la tensión entre acción social entendida como corporal, y contextos

sociales diferentes y múltiples en los que se desenvuelve la persona, entre prácticas corporales e ideologías sociales y políticas (Esteban, 2008, p. 144). Es ahí, precisamente, donde

[La] *reflexión corporal* [...] va guiando las acciones de hombres y mujeres, permitiéndoles, en circunstancias y coyunturas concretas, reconducir dichos itinerarios y resistir y contestar a las estructuras sociales, al margen de la intencionalidad o no de partida, y contribuyendo así también a su propio «empoderamiento». (Esteban, 2004, p.63)

Narrar el cuerpo gordo a través de los itinerarios corporales permite formar un proceso general de reflexividad, profundizar las facetas impenetrables ya sea por estar excesivamente estereotipadas, o por ser desconocidas, y develar elementos que habitualmente no se tienen en cuenta en otras aproximaciones y en los discursos dominantes (Esteban, 2004).

Al ser el *Body Positive* un movimiento con una fuerte presencia en *Instagram*, y con una importante participación por parte de la población juvenil, decidí acercarme a mujeres gordas jóvenes que participaran activamente en esta red social y se enunciaran desde dicho movimiento. Mi universo de estudio comprende el relato de las experiencias de tres mujeres jóvenes gordas mexicanas² con quienes tuve un acercamiento en línea. A continuación, con el propósito de dar una perspectiva más personalizada de mis colaboradoras, presentaré una semblanza breve de cada una de ellas al tiempo de la investigación.

² Nombres modificados para fines de confidencialidad.

María es una mujer de 22 años que vive en Querétaro, México. Es estudiante de Ciencias de la Comunicación y habita el *Internet* desde el 2016. María es creadora de contenido digital en Instagram y Youtube, en donde sube videos relatando su vida cotidiana y experiencias sobre ser mujer gorda. Comenta que en sus videos habla sobre diversos temas como la ropa que usa y en dónde pueden adquirir mujeres prendas de talla extra como las que ella usa. María se considera una guerrera social de la justicia, asevera tener varias minorías en sí misma, enunciándose como mujer gorda bisexual.

Christina es una mujer de 25 años que vive en la Ciudad de México. Es egresada de la carrera de psicología y habita el *Internet* desde el 2011. Sin embargo, menciona que antes sólo utilizaba las redes sociales como una forma de comunicación con sus amigos y familiares. En 2017 comenzó a subir contenido de manera consciente sobre la gordura. Esto coincide con diversos eventos de su vida, los cuales fueron un primer acercamiento al feminismo mediante una clase en la universidad, y su propia investigación de tesis, la cual trataba sobre las idealizaciones en torno al cuerpo de las mujeres en la sociedad, además de su encuentro con el *Body Positive*. Christina utiliza su cuenta en Instagram para subir en su mayoría fotografías de ella en lo que considera ropa “tabú” para las mujeres gordas; esto es trajes de baño, shorts, faldas, tops, etc.

Teresa tiene 23 años y vive en la Ciudad de México. Es ilustradora y maquillista. Se considera una mujer una mujer muy productiva, alegre, empática, abierta y, en sus palabras, cien por ciento Leo. Teresa habita el Internet desde el 2015 aproximadamente, pero es hasta 2018 que empieza a publicar en su perfil

contenido con respecto al *Body Positive* y ser mujer gorda. Menciona que esto es debido a su participación en la organización de un certamen de belleza para mujeres de tallas extras, el cual se celebró en Guadalajara y en el que participaron diversas mujeres gordas. Actualmente se dedica a compartir fotografías y videos en su cuenta de Instagram sobre *Body Positive*, maquillaje y activismo LGBT.

Para la recopilación de los itinerarios corporales, tuve una entrevista personal con cada una de mis colaboradoras. Dichas entrevistas fueron no dirigidas y semi-estructuradas, con preguntas detonadoras establecidas con la intención de explorar su experiencia en torno a la gordura y el *Body Positive*. La selección de los itinerarios corporales me permitió analizar la experiencia concreta de ser mujer gorda y la manera en la que esta se entrecruza con dicho movimiento, pudiendo observar los procesos vitales individuales de estas mujeres, pero que nos remiten siempre a un colectivo, el de la gordura. Los ejes de discusión fueron: la gordura, el cuerpo de las mujeres como un elemento histórico, así como los conceptos de feminidad y belleza.

La relevancia que implica poner en el centro las experiencias de las mujeres gordas, es que responde a la necesidad de hablar de la gordura como una experiencia de vida y no como una patología que se puede quitar o poner a placer. Ser gorda es, en muchos sentidos, experimentar la vida desde un cuerpo negado. Retomar la palabra de las mujeres gordas es adentrarnos a la experiencia compartida de habitar la gordura y mediar su tránsito en el mundo; tránsito que sitúa a las redes sociales, en este caso *Instagram*, como escenarios de producción en donde las mujeres pueden compartir sus experiencias de propia voz, con la

facilidad de la generación de contenido y la publicación del mismo. Para ello, estructuro la presente investigación de la siguiente manera.

En el primer capítulo, retomo diversas ciencias que abordan la gordura para realizar un análisis sobre el marco de interpretación bajo el que ha sido definida, y exploro qué opciones teóricas abordan la experiencia de la gordura como objeto de estudio, y cómo se ha reconfigurado a partir de los estudios críticos de la gordura. Asimismo, hago un análisis sobre los estudios previos en torno al *Body Positive*, para vislumbrar qué interés ha surgido alrededor de este fenómeno y qué se ha dicho al respecto.

En el segundo capítulo, abordo las experiencias de tres mujeres gordas que están inmersas en el *Body Positive*. A través de los itinerarios corporales, hago un recorrido sobre las implicaciones que tiene la gordura en la vida de estas mujeres y la forma en que el *Body Positive* impactó en su relación con su cuerpo.

En el tercer capítulo, me enfoco en el *Body Positive* como un dispositivo corporal, el cual es capaz de producir otras sujetas gordas. A través del análisis de las prácticas corporales y las experiencias de las mujeres gordas entrevistadas, hago una reflexión sobre las posibilidades políticas que tiene el *Body Positive* para aportar en la discusión de la gordura.

CAPÍTULO 1. *BODY POSITIVE*: UNA GUÍA PARA PROBLEMATIZAR LA GORDURA

El *Body Positive* (BoPo) es un fenómeno cultural que replantea la manera en la que se enuncia la gordura. La generación de diversos espacios, en donde las personas gordas han experimentado su cuerpo desde otras coordenadas, a su vez ha propiciado una reflexión en torno a la representación de la gordura. Para poder analizar la transformación de la representación de los cuerpos gordos y los impactos que tiene esto en la subjetividad y la producción de sujetas gordas, es importante considerar en primera instancia el concepto de *gordura*.

El presente capítulo consiste en una introducción teórica al tema de fondo, que discute el *Body Positive*, la gordura y la problematización de dicha categoría, para analizar los significados específicos que se le atribuyen, en este caso, a las mujeres gordas. En este sentido, también analizo el cuerpo de las mujeres como un elemento histórico, el cual ha sido moldeado y significado alrededor de las ideas de feminidad y belleza, las cuales están inscritas en un discurso que a su vez se materializa en un dispositivo de control. Asimismo, haré un recorrido por los estudios realizados en torno al *Body Positive* y sus aportes, para vislumbrar cuáles han sido las discusiones en torno a dicho fenómeno.

1.1 Breve introducción a los estudios críticos sobre la gordura

La gordura es una característica física catalogada principalmente desde el discurso médico como una desviación del *normopeso*. La medicina define a la gordura desde la patología como una enfermedad multifactorial no-contagiosa y crónica que puede clasificarse su gravedad con las categorías biomédicas *sobrepeso y obesidad*.

En la región de las Américas, el 58% de la población vive con sobrepeso y obesidad e impacta de manera desproporcionada a las mujeres en América Latina y el Caribe (OMS, 2018). Si bien la OMS considera la obesidad como un problema de salud urgente, este aparente indicador de salud no contempla las condiciones económicas que puedan tener los sujetos, lo cual determina tanto la posibilidad de acceso a la salud como la calidad y la seguridad alimentaria, es decir, la disponibilidad de los alimentos que consuman. Los factores sociales y económicos tienen un rol significativo en la distribución de la obesidad, por lo que existe una relación entre los ingresos familiares y la obesidad que refleja la desigualdad social: a menor estrato social y nivel educativo, mayor presencia de obesidad; conforme aumenta el estrato social y nivel educativo, disminuye la obesidad (Álvarez-Castaño, Goez-Rueda y Carreño-Aguirre, 2012; Morales-Ruán, Méndez-Gómez, Shamah-Levy, Valderrama-Álvarez y Melgar-Quiñónez, 2014).

Las conductas alimentarias han sido abordadas, a su vez, por la psicología. Para esta disciplina, la gordura además de ser una enfermedad en el sentido

clínico, es una característica identitaria que conlleva una carga de significados en torno al propio cuerpo. Dichos significados son fuente de una constante preocupación, que se manifiesta, sobre todo, en la población juvenil y, en específico, las mujeres, dado que son ellas quienes muestran con mayor frecuencia conductas alimentarias de riesgo (CAR)³, que pueden desencadenar trastornos de la conducta alimentaria (TCA), tales como la anorexia, la bulimia y la ingesta compulsiva (Baile y Velázquez-Castañeda, 2006; Saucedo-Molina, 2010; Meza y Moral, 2012; Rizo, 2017; Franco-Paredes, Bautista-Díaz, Díaz-Reséndiz y Arredondo-Urtíz, 2018).

La estrecha relación de los trastornos alimenticios con la percepción corporal demuestra que los roles de género ejercen una presión estética, que rebasa la preocupación sanitaria de tener un cuerpo saludable. El surgimiento de un conjunto de prácticas corporales dirigidas a la pérdida de peso hace que, desde el discurso de la belleza, la delgadez sea la única corporalidad posible para las mujeres. La gordura, pues, ha sido relacionada con valores negativos y peyorativos dentro de la salud, definiendo a un cuerpo gordo como un cuerpo enfermo y discapacitado, a partir de prejuicios que surgen en su representación como antítesis de la salud y el bienestar. La belleza, asimismo, le atribuye al cuerpo gordo un significado como desagradable, deforme, sucio, enfermo, aberrante y asociado a la fealdad al ser la antítesis del cuerpo bello-delgado.

³ Algunos ejemplos de este tipo de conductas son: atracones, uso de laxantes, ayunos, dietas extremas y actividad física excesiva.

No obstante, considero que la gordura ha sido abordada exclusivamente desde una visión externa, en donde se le considera una corporalidad que puede y debe ser intercambiable, y no como una experiencia que permea la vida de los sujetos en todo sentido. Es por ello que en mi búsqueda de información para la problematización de la gordura, me encontré con el activismo gordo, el cual tiene como objetivo manifestar la inconformidad con las violencias que sufren las personas gordas por ser gordas. La historia de este activismo puede desglosarse en tres “olas”: la primera, presente casi exclusivamente en Estados Unidos e Inglaterra durante los 60, se enfocó en el cuestionamiento de la concepción biomédica de la gordura como patología. La segunda, centró su activismo en la difusión de ideas y una reflexión más profunda y organizada en torno a la salud, sexualidad y otras áreas de la experiencia gorda, así como la necesidad de una mayor representación positiva en los medios. La tercera ola se caracteriza por el establecimiento de los *estudios críticos de la gordura*, los cuales tienen una visión que cuestiona aún más los paradigmas dominantes relacionados a la gordura, así como una perspectiva interdisciplinaria y un explícito deseo de justicia social con respecto a la gordura (Cooper, 2008).

La denuncia del activismo gordo, junto con la exploración corporal, dio pie a un replanteamiento a la epistemología de la gordura. Al ampliar la variedad de perspectivas y significados en torno a esta, se generó un espacio político posible para la subjetividad de las personas gordas (Cooper, 2008; LeBesco y Evans, 2001). Es así como se conciben los estudios críticos de la gordura o *Fat Studies*, los cuales ofrecen una definición más compleja sobre la gordura al retomar esta discusión desde la consideración del valor social de los cuerpos gordos. Desde

esta visión, la gordura se concibe como una condición no simplemente estética o médica, sino política; ya que la corpulencia tiene un peso completamente nuevo como una práctica cultural subversiva, que cuestiona las nociones establecidas sobre salud, belleza y naturaleza (LeBesco, 2001). Pensar la gordura desde lo político nos permite replantear la percepción de la misma y cuestionar la concepción universalizadora, ahistórica y transcultural de la etiqueta proveniente desde el discurso biomédico de “obesidad” (LeBesco, 2004; Herndon, 2005; Murray, 2008) y las significaciones atribuidas a la misma desde la moral (Throsby, 2007; Cosio y Oyosa, 2019).

Replantear el estudio de la gordura desde sus significados corporales y su materialidad implica explorarla como una categoría discursiva que se crea, produce y reproduce a través de diversas relaciones y prácticas sociales, las cuales asignan un conjunto de significados sociales que determinan los límites aceptables del cuerpo, bajo condiciones culturales específicas (LeBesco y Evans, 2001; Rothblum y Solovay, 2009; Cooper, 2010; Harjunen, 2009). Es decir, que las vivencias experimentadas desde la gordura van a configurar una experiencia de vida distinta en cada sujeto, dependiendo de los significados atribuidos en su contexto específico, por lo que dichas experiencias configuran un conocimiento específico, situado y localizado, al que se puede tener acceso solo al vivir en un cuerpo gordo (Harjunen, 2009). Esto hace que el análisis de la *experiencia gorda* sea fundamental para la comprensión de la gordura, ya que se considera el potencial de la trayectoria de los sujetos gordos.

La gordura, pues, se relaciona con la experiencia compartida, es ambigua y está arraigada en políticas identitarias (Cooper, 2010). La experiencia de la

gordura en el mundo no va a ser la misma para todos, dado que los límites aceptables en torno al tamaño corporal son distintos para hombres y mujeres (Harjunen, 2009; Harjunen, 2017). Un análisis de la experiencia gorda implica también un análisis que integre el género en términos corporales.

1.2 La mística de la delgadez

La cultura se refiere a un universo de significantes en torno a las relaciones de la vida cotidiana dentro de la sociedad (Mattelard y Neveau, 2004:60). La cultura occidental ha construido el cuerpo alrededor de las nociones de feminidad y masculinidad, siendo la feminidad la relacionada con el cuerpo de las mujeres (Brownmiller, 2013). La feminidad es descrita como una forma de control social, en la cual las mujeres van a limitar o moldear su cuerpo con el objetivo de alcanzar dichos parámetros (Wolf, 2002; Brownmiller, 2013; Bordo, 2001). Asociada inicialmente con la idea de domesticidad y otros elementos, como el cuidado y la crianza, la feminidad mutó a un sentido estético y afianzó su significado a las ideas de fragilidad, delicadeza y belleza del cuerpo (Brownmiller, 2013; Muñiz, 2014).

La belleza, entonces, es un concepto que cambia históricamente y significa al cuerpo de una manera particular, de acuerdo al momento histórico en el que se encuentre, permitiéndole relacionarse bidireccionalmente con el entorno sociocultural que lo constituye, y que a su vez es construido por él (Tornos, 2015:20). Por lo tanto, la belleza se inscribe en el cuerpo de las mujeres, en

primera instancia, como una manera de transitar y habitar el mundo. No obstante, esta lectura corporal permea la experiencia de dicho cuerpo, al ser valorado en tanto el cumplimiento de la norma y los valores morales asociados a ella. Por lo que la belleza se transforma, además, en la manera en la cual las mujeres van a ser entendidas, reconocidas y ubicadas en posiciones sociales a partir de dicha lectura (Bordo, 2001). Es por ello que la belleza constituye un dispositivo de control, en el cual las características asociadas a esta se convierten en las que le dan valor a los cuerpos. El valor asignado afecta a su vez las relaciones del cuerpo con su entorno y tiene efectos materiales en este, por lo que la belleza es también un discurso de producción, que pasa a formar parte del proceso de construcción de identidad de las mujeres (Wolf, 2002; Muñiz, 2010). En el caso de las mujeres, una belleza presentada como objetiva, universal e inmutable; es decir, la misma para todas.

En México se busca imitar las normas europeas para incluirse en la “cultura occidental”. La belleza del cuerpo femenino se caracteriza entonces por un cabello rubio, piel clara, ojos de color claro (azules o verdes) y la imagen estética ideal del cuerpo delgado (Tuñón, 2008; Tornos, 2015). La delgadez ocupa un lugar privilegiado en la belleza, porque se vuelve el único lugar posible para que las mujeres habiten su cuerpo. Esta prescripción cultural hace que la delgadez sea considerada la base sobre la cual descansan otros logros y sin la cual no existe una posibilidad de éxito o felicidad para las mujeres (Donaghue y Clemitshaw, 2012).

Lo bello se instaura como lo normal, lo válido, y en ese sentido, lo visible; podemos decir que “alcanzar el ideal de belleza implica acceder a privilegios y

colocarse en posiciones más altas de la jerarquía corporal [...], es contar con un capital social” (Oyosa, 2017:336). Esto coloca a la gordura fuera de la belleza, a la vez que lo convierte en un elemento de invisibilización ya que se vuelve una característica definitoria que provoca el aislamiento e invalidación de las mujeres (Orbach, 2006; Piñeyro, 2017, Harjunen, 2009). Al respecto, Lux Moreno menciona que “ser bellos es ser mirados, pero ser mirados es ser juzgados por un sistema de valores anclados en la corporalidad delgada” (2018:114), por lo que las mujeres gordas no son mujeres miradas.

De esta manera, la gordura se cuela como un problema feminista, el cual necesita un estudio y análisis particularmente sobre las experiencias vividas de mujeres gordas, quienes están en desobediencia de las normas sociales de salud y apariencia (Kirkland, 2011), viviendo la gordura como una crítica de la política de identidad y sus límites (Crawford, 2012) y como una necesidad ante el compromiso del feminismo con la interseccionalidad (van Amsterdam, 2013), dado que la gordura es una construcción que ha servido a intereses económicos y culturales dominantes en detrimento de las mujeres.

La gordura se ha vuelto un símbolo repudiado desde el imaginario social, no se desea discutirlo y mucho menos tenerlo, sufriendo una invisibilización significativa, desde la desaparición en los medios hasta la ausencia absoluta como referente corporal deseable. Su exhibición deliberada ha sido en términos de procedimientos dirigidos a bajar de peso, al ser inconcebible que se desee mantener el cuerpo gordo o no se haga nada por su reelaboración (Moreno, 2015).

No obstante, partiendo de la premisa de que la *belleza* es un constructo histórico que responde a las necesidades específicas de su tiempo, lo observado y

considerado bello tiene la posibilidad de transformarse a través de la historia. Un cambio en la representación de las mujeres gordas, de sujetos invisibles o abyectos a una visible, a una que las considere sujetas encarnadas, posicionadas desde otro lugar, podría transformar no sólo la belleza y la gordura, sino todos los elementos que implica la representación de las mujeres gordas y en ese sentido, la producción de sujetas en el mundo.

1.3 Representación gorda

El feminismo ha criticado la producción de imágenes idílicas de la mujer basadas en el sistema de belleza, en el cual sólo se asocia el cuerpo de la mujer a un cuerpo perfecto y deseable, entendiendo la belleza como una forma de opresión y control de las mujeres. Al respecto de las imágenes, De Lauretis comenta que

...es precisamente la crítica feminista de la representación la que ha demostrado fehacientemente cómo toda imagen perteneciente a nuestra cultura - y por supuesto cualquier imagen de la mujer - está situada dentro, y es interpretable desde el contexto abarcador de las ideologías patriarcales, cuyos valores y efectos son sociales y subjetivos, estéticos y afectivos, e impregnan, evidentemente, toda la construcción social, y por ello, a todos los sujetos sociales, tanto hombres como mujeres (1992:66).

Con el fin de analizar la producción de imágenes, De Lauretis (1992) propone la representación y auto-representación como procesos constitutivos que definen

el yo, y en este caso, un yo mujer que crea al sujeto femenino (1992:252). Estos procesos subjetivos están definidos en relación con un sujeto masculino, que coloca al hombre como único término de referencia, situando a la mujer como objeto, negándole tanto su estatuto de sujeta como de productora de cultura (1992:18). Para De Lauretis, poder construir un sujeto social mujer distinto, una mujer sujeto, es posible sólo realizándonos y representándonos a sabiendas, es decir, sabiéndonos mujeres y mujer (1992:294), reconstruyendo y organizando la visión desde el lugar del deseo femenino.

La representación es el conjunto de sistemas que construyen el sentido del mundo, siendo este sentido uno relacional (Hall, 2010:457). La representación de las mujeres gordas en tanto mujeres, está atravesada por el género, entendido como un aparato semiótico que otorga significados diferenciados que constituyen individuos concretos como varones y mujeres (De Lauretis, 1996). El género establece relaciones de pertenencia entre individuos y les asigna una determinada posición social dentro de una clase y con otras clases pre-construidas (Santarelli, 2016:4), por lo que “si las representaciones de género son posiciones sociales que conllevan diferentes significados, entonces, para alguien ser representado y representarse como varón o mujer implica asumir la totalidad de los efectos de esos significados” (De Lauretis, 1996:11), lo que relaciona el sexo con determinados contenidos culturales.

Teresa de Lauretis plantea que el género es la construcción, el proceso y el producto de las representaciones sociales y subjetivas (auto-representaciones), de modo que existe una mutualidad entre la representación social del género y la construcción subjetiva y viceversa, la representación subjetiva o

auto-representación afecta a la construcción social (De Lauretis, 1996; Santarelli, 2016:5), por lo que las representaciones de las mujeres gordas serán representaciones generizadas.

A pesar de que la construcción del género es una construcción hegemónica, De Lauretis menciona que en las prácticas micropolíticas, otras representaciones forman parte de la construcción del género y estas impactan en las subjetividades, lo que pone a las mujeres en contacto con otras formas de ser mujeres, a partir de la disponibilidad de otros discursos y prácticas (Santarelli, 2016:7).

La gordura femenina, constituida como antítesis del modelo de belleza actual, tiene un amplio rango de significados en las representaciones contemporáneas, en donde "leer" el cuerpo gordo implica dar una lectura que parte de un discurso biomédico, estético y moral. El cuerpo gordo se concibe como "un cuerpo exteriormente feo, interiormente enfermo y de conducta inmoral, un cuerpo desmesurado que se ha entregado al placer y al descontrol, que merece por ello ser censurado y condenado" (Fernández, Piñeyro y Salvia, 2017). Su representación exagera los desbordes de la carne y apunta a una transformación a otro cuerpo, uno delgado, colocando la gordura como un elemento que se puede eliminar, lo que transforma la representación de las mujeres gordas "como una especie de abyecto: aquello que debe ser expulsado para hacer posibles todas las demás representaciones y funciones corporales, incluso la vida misma" (Kent, 2001:135). Dado que la gordura es representada en lo abyecto, la configuración del sujeto gordo no existe, no existe la *persona* gorda (Kent, 2001). Si a esto le agregamos el factor género, bajo el cual las mujeres son

constituidas como objetos (De Lauretis, 1996), las mujeres gordas no existen como sujetos en el mundo.

La visibilización y reivindicación de la gordura ha sido analizada como una posición política desde el activismo gordo, así como en la teoría feminista, lo que nos permite conocer hacia dónde apunta el deber ser de las mujeres y la construcción de las mismas. Como se mencionó previamente y siguiendo esta idea, el movimiento *Body Positive* aboga por una visibilización y reivindicación de dichos cuerpos. Su rápida popularización a partir del 2016 lo ha convertido en un tema constante en los medios periodísticos, por lo que es de suma importancia investigar qué se ha dicho al respecto.

1.4 El *Body Positive* (BoPo) como fenómeno cultural

El *Body Positive* (BoPo) ha sido estudiado de manera empírica principalmente desde las ciencias de la comunicación a través de análisis de su papel publicitario y su impacto en distintas áreas.

En el plano internacional, una de las primeras investigaciones que teoriza el *Body Positive* y lo coloca como objeto de estudio es la tesis doctoral *Towards a Radical Body Positive: Reading the online Body Positive Movement* de la estadounidense Alexandra Sastre (2016), quien se enfoca en analizar el cuerpo como una herramienta comunicativa crítica y las prácticas performativas albergadas por los sitios online *BoPo*, para poder dilucidar lo que tales prácticas nos dicen sobre los marcos ideológicos y de representación que guían la

positividad del cuerpo digital. Cabe destacar que Sastre localiza eventos en la cultura pop estadounidense que han llevado a la visibilización y popularización del movimiento; en un primer momento, la declaración de revolución corporal (*body revolution*) en 2012 por Lady Gaga, acompañada de una serie de fotografías publicadas en su sitio web *Little Monsters*, en la cual invita a sus admiradores a celebrar sus “defectos percibidos”. Como segundo momento, la popularización de la modelo Tess Holliday quien en 2012 abrió la cuenta [@effyourbeautystandards](#) y lanzó el *hashtag* de Instagram con el mismo nombre, [#effyourbeautystandards](#)⁴.

⁴ Se refiere a un juego de palabras en donde se utiliza la palabra *eff* como un eufemismo de *fuck*. Una traducción cercana en español sería “Al coño con tus estándares de belleza”.



Figura 1. Holliday, Tess. [tessholliday]. 10 de junio de 2019. Nunca no haciendo trampas de sed⁵ 🍷 Después de pasar casi toda mi vida escuchando que cuerpos como el mío no eran sexys o deseables, y luego finalmente darme cuenta de que eso no era cierto, fue revolucionario. Así que ahora, me aseguro de mostrarle siempre el amor a mi cuerpo. Amarme a mí misma en este momento, como es, siempre será mi forma de señalar con el dedo medio a todos los que intentaron opacar mi brillo. 🍷 #effyourbeautystandards. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Byi6FwEn0uR/>

En el mismo año se publica en Canadá *The Commodification of the Body Positive Movement on Instagram* de Jessica Cwynar-Horta (2016), quien a diferencia de Sastre, sitúa su análisis exclusivamente en la red *Instagram*. Cwynar-Horta rastrea la presencia del movimiento *Body Positive* en *Instagram* de nuevo al 2012 y la cuenta de Tess Holliday, colocando a la modelo en lo que

⁵ La traducción se refiere al término en inglés *thirst trap* o trampa de sed, que hace alusión a una fotografía sensual.

podría ser la génesis de la presencia del movimiento *Body Positive* en *Instagram*. La investigación de Cwynar-Horta marcó un precedente importante para la realización de otros trabajos en torno al *Body Positive*, su presencia y relación con los medios de comunicación, ya que evidencia la relación de *Instagram* como blog y sus usuarios, catalogados como productores y consumidores al mismo tiempo.

Posteriormente, se realizaron diversas investigaciones que analizan aspectos particulares en torno a la exposición con los medios y anuncios publicitarios asociados con el BoPo. A partir del 2016 se tiene registro de por lo menos un artículo académico al año en donde se haga mención del *Body Positive*, lo que sugiere un creciente interés desde la producción académica en este tema. La investigación en Estados Unidos de Ashley Kraus y Jessica Gall Myrick, "*Feeling bad about feel-good ads: the emotional and body-image ramifications of Body-Positive media*" en 2017; Raya Muttarak en 2018 con "*Normalization of Plus Size and the Danger of Unseen overweight and obesity in England*" y la réplica a este, "*Muttarak's study design cannot support the link between the Body-Positive movement and overweight or obesity*", por Jessica M. Alleva y Tracy L. Tylka en Inglaterra; seguido por los estudios más recientes que son los de Rachel Cohen y Toby Newton-John en 2019, quienes colaboran con Amy Slater en el estudio "*#bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram*" y con Jasmine Fardouly en "*#BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image*", en Australia.

En las investigaciones de habla hispana se localizan tres materiales recientes de España que, si bien no giran en torno al *Body Positive*, hacen alusión a este como puntos clave o relevantes en la configuración de sus investigaciones. María José Blanes, Aroa Nebot Muñoz y Noemí Bienes Brito publican en 2017 investigaciones relacionadas al canon corporal denominado *curvy* en Instagram y modelos *plus size*. Cabe destacar que en España en 2017 se celebró la segunda edición del concurso Miss Plus Size, en donde la bilbaína Janire Azkueta resultó ganadora⁶, concurso que en la actualidad sigue vigente.

Al momento de la investigación, no se han encontrado estudios empíricos que retomen el tema *Body Positive* en contextos latinoamericanos, incluyendo el caso de México. No obstante, se ha visto una variedad de artículos periodísticos que tocan el tema, como *El Universal* en su sección *EME de Mujer* con el artículo “#Curvybloggersmx: El Movimiento Curvy En México”, el cual hace alusión a dicho proyecto que “busca unir los esfuerzos de varias voceras #BodyPositive en el país” (2017), o el reportaje de VICE por *Jot it Down*, titulado “El problema con las “gordas bellas” y el *Body Positive*” (2018).

Los primeros estudios en torno al BoPo fueron realizados desde la filosofía y la comunicación, ambas con perspectiva feminista aunque con directrices distintas. Desde la filosofía, Sastre (2016) analiza los discursos y prácticas cotidianas que constituyen la práctica del *Body Positive* por medio del análisis discursivo del archivo de cinco sitios web dedicados a este, haciendo una excepción explícita de *Instagram* y otras redes sociales. Para Sastre, *Instagram*

⁶ “Se buscan chicas de tallas grandes para hacer de modelo”, Metropoli, 2018.

representa un lugar que permite crear comunidades *Body Positive* pero que, al estar inscrito a una plataforma mayor con andamios existentes, no permite conceptualizar, excavar y contextualizar el *Body Positive* como una práctica. Contrario a esto, Cwynar-Horta (2016) desde la comunicación y la cultura, centra en el mismo año su investigación en *Instagram*, esto a raíz de un incremento en la presencia del movimiento en esa red, así como de recomendaciones por medios de comunicación de seguir cuentas *Body Positive*. A través de un análisis etnográfico del contenido de las imágenes del movimiento *Body Positive* en *Instagram*, Cwynar-Horta explora la politización y mercantilización del movimiento.

Dentro de la sociología, la exploración de un corpus recolectado en *Instagram*, así como la medición de las variables específicas en torno al *Body Positive* y su influencia en otros ámbitos, presentan un reto ya que las investigaciones sobre este tema son pocas. Como respuesta, estudios recientes como los de Rachel Cohen *et al*, publicados en 2019, han tenido a bien la creación de instrumentos que posibiliten el estudio de dichas propiedades a profundidad y con mayor certeza. La estandarización de rubros a analizar en el *Body Positive* ha facilitado además la discusión ante investigaciones tendenciosas, como las de Muttarak en 2018, quien asegura que existe una relación implícita entre la publicidad *Body Positive* y la disminución de la percepción de los riesgos y consecuencias del sobrepeso y obesidad. A través de un análisis de tendencias y factores sociodemográficos subyacentes a la percepción errónea de peso en adultos con sobrepeso y obesidad en Inglaterra, Muttarak pretende establecer esta relación-cause; no obstante, existe un error metodológico que permite la

invalidación de este enunciado. A pesar de ser un estudio correlacional, no se incluyeron medidas que pudieran evaluar aspectos en torno al movimiento *Body Positive*, como las que se pueden observar en los estudios de Rachel Cohen *et al*, lo que vuelve falacias a estas afirmaciones.

El análisis de un corpus de imágenes recolectado en línea también puede observarse en los estudios antropológicos en torno a las modelos *curvy*, que a su vez utilizan la etnografía para poder analizar los contextos en los que se desarrolla la imagen e identificar así la significación de cómo se cuenta una historia. A pesar de que Nebot (2017) utiliza una tipología mixta e historias de caso, en lugar de una etnografía virtual como lo hacen Bienes (2017) y Blanes (2017), los tres estudios hacen hincapié en la contextualización de las imágenes para poder analizar a estas mujeres dentro del *Internet* y, particularmente, los blogs como principal contexto y plataforma de articulación, construcción y difusión (Blanes, 2017:12).

Es importante resaltar de nueva cuenta que de los estudios analizados, sólo los de Sastre y Cwynar-Horta se posicionan con perspectivas feministas, ya que el estudio de Bienes, aunque proviene de un máster en estudios feministas, es realizado con perspectiva de género. Los demás estudios no reportan un posicionamiento en torno a estas perspectivas.

1.4.1 El contenido digital de los blogs *Body Positive*

El *Body Positive*, de acuerdo con Cwynar-Horta (2016), es una reflexión que tiene sus raíces en el *Fat Liberation Movement*. El *Body Positive* tuvo como objetivo abordar y problematizar los ideales de belleza construidos a lo largo de la historia,

en donde existe una preferencia al modelo estético de la delgadez. En términos ideales, a través de la auto-aceptación, se tendrá una mejora en la propia imagen y se llevará a una relación de aceptación y amor propio con el cuerpo. No obstante, las investigaciones de Blanes (2017), Bienes (2017), Nebot (2017) y la propia Cwynar-Horta mencionan que dentro de este cuestionamiento de la belleza ligada al modelo estético delgado se ha creado, a su vez, un conjunto de normas estéticas que pueden dejar fuera a miembros de la comunidad *Body Positive*. Cwynar-Horta menciona que el *Body Positive* ha sido criticado por no incluir todas las identidades, ya que el movimiento ahora está volviendo a representar a mujeres blancas delgadas, convencionalmente atractivas, que son positivas con respecto a sus cuerpos (2016:40).

Si bien no todas las mujeres están entrando de nuevo en esta configuración corporal delgada, existe evidencia de que las imágenes *Body Positive* mantienen la sexualización de imágenes y revistas publicitarias (Nebot, 2017). Asimismo, los estudios de Blanes y Bienes que están dirigidos hacia las *prosumers* *Body Positive*, mujeres identificadas como modelos *curvy* (curvilínea) o *plus size* (talla extra), ubican 5 y 3 categorías respectivamente que vislumbran elementos comunes que atraviesan estas cuentas. María José Blanes hace referencia a dos primeras categorías, promoción y reivindicación, que podrían sintetizarse en lo que Bienes denomina “moda y cosmética”. La preocupación por la apariencia y la estética pasó a ser un asunto de mujeres de tallas extras, realizando lo que Bienes denomina un “ritual de hiperfeminización”, en donde se cuida la estética de manera constante y repetida. Al respecto comenta que,

Pareciera que para contrarrestar el hecho de tener cuerpos gordos que no se corresponden con el imperativo femenino categórico de delgadez, explotan otro de los imperativos que sí pueden cumplir, o al que sí se pueden subyugar, el de los cuidados estéticos para estar bellas y, por tanto ser femeninas (2017:25).

Paralelamente, Nebot (2017) describe que las imágenes asociadas con el *Body Positive* son en su mayoría aquellas alejadas del *glamour* y apuestan por una estética más natural.

Un segundo tipo de contenido, que tanto Blanes como Bienes identifican, es el relacionado con la dieta. Blanes menciona que existen dos tendencias encontradas en este tipo de usuarias: el primero es *#foodporn* (comida), etiqueta que hace referencia a platillos de alto contenido calórico y es entendida como una manera de reivindicar el acto de comer en estas mujeres, censurado en tanto que es estigmatizado en relación con su peso. La segunda etiqueta es *#healthy* (saludable), la cual hace referencia a platillos como ensaladas y verduras y muestran que pueden tener una talla extra más allá de la establecida por la sociedad y aun así ser saludables (Blanes, 2017:216). Sin embargo, Bienes identifica que los blogs investigados se “desvían” de la filosofía *Body Positive*, ya que las bloggers reportan haber estado o estar a dieta para perder peso o tratar otros aspectos relacionados a la salud.

De acuerdo con Bienes (2017), la regulación de lo corporal en el caso de las mujeres había sido ya teorizada por Susan Bordo (1990), en donde menciona que para la regulación corporal de las mujeres existe una relación innegable entre consumo, autocontrol y disciplina, que quedaba materializada en cuatro grandes

áreas: alimentación, ejercicio físico y deporte, cuidado estético y sexualidad. La dieta en estas modelos estructura una nueva categoría, que las aleja de los cuerpos gordos y no normativos: la *curvy*. La nueva forma corporal denominada *plus size* construye a su vez una nueva identidad *curvy*, mas no gorda.

Por último, Blanes coloca dentro los contenidos “felicidad” y “*selfie*” (autorretrato) publicaciones cuidadas, aparentemente naturales, en donde se muestra una idealización aprobada y una exteriorización mímica de lo que pareciera una reacción íntima (Goffman, 1991; en Blanes, 2017). Aunque Bienes no mencione estas categorías, la *selfie* tiene presencia en las investigaciones que abordan *Instagram* al ser un estilo fotográfico recurrente en dicha red.

1.4.2 La mercantilización del *Body Positive*

Uno de los principales debates en los materiales revisados es aquel referente a la mercantilización del *Body Positive* por parte de la publicidad.

El Internet ha posibilitado la construcción de plataformas y espacios digitales en donde se construyen discursos, imaginarios y prácticas, conformando lo que Bienes (2017) denomina la blogosfera. Esta blogosfera, en donde es posible analizar las prácticas corporales y el discurso en línea, es el centro de diversas investigaciones en torno al *Body Positive*; no obstante, en esta definición podemos ver que surge el primer desacuerdo entre autoras. Sastre (2016) refiere que para poder analizar las prácticas corporales y teorizar sobre el *Body Positive*,

se debe de seleccionar plataformas que no estén integradas a una mayor, para poder así evaluar un conjunto de directrices y declaraciones diseñadas específicamente para el *Body Positive*.

A pesar de la afirmación de Sastre, la producción académica ha colocado a *Instagram* como uno de los escenarios de investigación. La transformación de *Instagram* en 2013 a una plataforma publicitaria modificó la dinámica en la que los usuarios estaban inmersos, ya que los coloca en una posición de *prosumers*, es decir, productores y consumidores de contenido a la vez. Cwynar-Horta (2016) ubica a la par de la emergencia de *prosumers*, el surgimiento de los modelos *plus size* a raíz de la popularización del *Body Positive*, además de lanzamientos de campañas publicitarias para la venta de productos hacia este mercado. Blanes (2017) reporta también la creación de líneas de ropa especiales y otros productos destinados a mantener una interacción con las usuarias *Body Positive* y, en el caso de las *prosumers* o celebridades virtuales, el patrocinio proveniente de una marca que busque la recomendación por parte de las celebridades *Body Positive*.

En la misma línea, Nebot (2017) reporta que las modelos *plus size* de su estudio estaban en su mayoría participando activamente en la creación de ropa, lencería y trajes de baño, en particular para mujeres con tallas grandes. Bienes (2017) al respecto menciona que las bloggers *curvy* se incluyen ya que

se presentarían como modelos a seguir, como imágenes de referencia para las mujeres que conforman la comunidad *curvy* virtual y que tienen cuerpos gordos -no normativos, abyectos, invisibilizados-. Se convierten en imágenes, en modelos y en ejemplos a anhelar, imitar, copiar o encarnar (2017:31).

En este sentido, Cwynar-Horta (2016) concluye que la mercantilización moldea la personalidad de las bloggers, procurando que exista una coherencia entre su vida y su anuncio/marca, lo que deriva en una *branded identity* (identidad mercantilizada) que tiene un fin económico. Al respecto, Blanes (2017) menciona una conclusión similar ya que, a pesar de que estas blogueras usen su cuerpo de otra manera gracias a un empoderamiento individual y colectivo, siguen estando en las lógicas del mercado, dado que sus publicaciones generan un beneficio económico a las compañías que están tomando un nuevo mercado desde el movimiento *Body Positive*.

1.4.3 El *Body Positive* y los efectos en la salud

Las investigaciones en torno a los efectos que pudiera tener el movimiento *Body Positive* en la salud exploran, principalmente, las tendencias en la autopercepción a partir de la exposición al *Body Positive*. La socióloga Mutarak publicó en 2018 en Inglaterra, un estudio donde concluye que existe una relación causal entre la normalización de la obesidad por movimientos como el *Body Positive* y la reducción de la percepción de la gordura como una enfermedad. No obstante, Allea y Tylka (2018) publican de manera casi inmediata una respuesta al artículo de Mutarak, en donde se visibiliza un error metodológico que lleva a rechazar los datos obtenidos en esa investigación.

Otro de los efectos a la salud que se han estudiado son aquellos relacionados a la imagen corporal. Mientras que Kraus y Gall (2017) mencionan que la publicidad en donde se mostraban imágenes *Body Positive* con mensajes

positivos, evocaba respuestas emocionales más fuertes en los espectadores que en los anuncios de belleza tradicionales, indicando que los anuncios positivos para el cuerpo no disminuyeron la internalización ideal. Cohen *et al* mencionan que la breve exposición a contenido *Body Positive* se asoció a una mejora en el ánimo y la satisfacción corporal de las mujeres. Este hallazgo puede proporcionar una forma práctica de reducir la vulnerabilidad de las mujeres en el ámbito de la satisfacción corporal (2019:16).

El *Body Positive* puede considerarse un movimiento emergente debido a su rápida popularización en medios y en la cultura, lo que nos lleva a una necesidad de analizar la realidad que se nos está presentando. Es interesante observar que la producción empírica está centrada en la comunidad internacional, específicamente en Estados Unidos, Canadá y España, a pesar de la creciente popularidad del movimiento en redes sociales y la publicidad. La existencia de colectivos como #CurvyBloggersMX nos indican la presencia y manifestación del movimiento *Body Positive* en el contexto mexicano, y específicamente en el de Instagram. Es por ello que sugiero el acercamiento al movimiento *Body Positive* con el objetivo de realizar estudios empíricos en donde se retomen fuentes académicas y complejizar el fenómeno *Body Positive* con un enfoque feminista, esto debido a que como se pudo observar en las investigaciones, dicho movimiento está enfocado y encarnado en actoras sociales mujeres.

Existen importantes hallazgos en torno a la configuración de los contenidos de las cuentas *Body Positive*, así como del impacto ante la exposición a dichas imágenes; sin embargo, considero que hay un gran vacío de información cuando

hablamos sobre la experiencia de las mujeres que utilizan esas cuentas y, sobre todo, la experiencia en el contexto latinoamericano. El análisis de las investigaciones como las de Nebot (2017), Blanes (2017), Cwynar-Horta (2016) y Cohen *et al* (2019), fue a través de una selección de corpus de imágenes y textos relacionados al *Body Positive* y en sitios en donde se están llevando a cabo investigaciones emergentes, como lo es *Instagram*. A pesar de que existen análisis de discurso, de contenido, de imágenes y estudios de caso, ninguno de los estudios presentados plantea en su metodología un acercamiento a las experiencias de las sujetas de estudio, dejando fuera lo que el *Body Positive* implica en sus vidas.

CAPÍTULO 2. TRAYECTORIAS GORDAS

En este capítulo realizaré el análisis de los testimonios de mujeres gordas que han cuestionado los significados atribuidos a la gordura, a raíz de su encuentro con el *Body Positive*. Dichas conversaciones giraron en torno a los ejes temáticos propuestos para la presente investigación: los sentimientos y significados alrededor de la palabra **gorda**, la manera en la que Instagram permitió el acceso a otras representaciones del cuerpo gordo y la manera en la que el *Body Positive* ha modificado la relación con su propio cuerpo. Con esto, pretendo dar cuenta de la complejidad y profundidad que implican las experiencias de las mujeres gordas que se constituyen dentro del *Body Positive* y el espacio que este diálogo está posibilitando.

La trayectoria de las personas gordas está inmersa en la construcción tradicional de la gordura como un cuerpo estigmatizado, y tiene una repercusión en la manera en la que se conciben en tanto sujetos. El *Body Positive* permite la exploración de otra configuración, nombrando la gordura desde otro lugar en donde el cuerpo gordo deja de ser negado, para ser visto, mostrado y gozado.

Las mujeres entrevistadas han tenido una trayectoria de vida en donde es posible observar cómo los significados alrededor de la gordura impactan en las experiencias. Asimismo, las tres encuentran a través del *Body Positive* una opción para expresarse en su corporalidad, en donde la gordura es una posibilidad válida, asociada con otros significados, que desafían y cuestionan el relato hegemónico de la gordura. Estos espacios serían imposibles sin la tensión histórica que

posibilitó la discusión y surgimiento del *Body Positive*, pues el cuerpo es una construcción que depende de la forma en la que es pensado, de lo que él se ha dicho y se diga (Guzmán, 2014:39). En otras palabras, no podemos llegar a ser algo que no ha sido imaginado.

2.1 *Body Positive* en México

La presencia del *Body Positive* en diversos medios ha tenido un impacto perceptible en el mercado. En el caso específico de México, podemos observar este fenómeno desde el 2016 con la creación del proyecto #CurvyBloggersMX.

El 21 de diciembre de 2016, Priscila Arias (@lafatshionista), Dana Carrillo (@mas_medidas) y Arhe Molina (@yocurvilinea) lanzaron un proyecto denominado #CurvyBloggersMX, al cual se incorporaron más adelante Leslie Ulloa (@lezulloa) y Rouse Ruiz (@rouse_ruiz), creadoras de la página de Facebook Soy Gordibuenas. Estos perfiles comparten las características que describen a una *influencer*, ya que las tres tienen un perfil que rebasa el orden de miles de seguidores, tienen una audiencia internacional y coexisten con la moda a partir de su interacción y colaboración con diversas marcas (Pedroni, 2016).

La alianza conformada por cinco *influencers* lanzó lo que denominaban “la primer campaña curvy 100 por ciento mexicana” (Gazca, 2020). El título era #ModaEnGrande y su objetivo, “invitar a todas las chicas que quieran unirse a esta revolución que comienza con la aceptación de su propio cuerpo, el aprender a amarse y quitar los prejuicios”. En 2016, junto con el respaldo de la tienda

departamental Liverpool, #CurvyBloggersMX participa en *Curvy Girls Mx*, campaña que fue denominada “El primer evento de moda *plus size* en México” y tuvo un impacto profundo en el mercado mexicano, ya que diversas marcas de la tienda departamental comenzaron a incluir una pasarela para mujeres de talla grande y la tienda departamental decidió incluir en su desfile de moda de la temporada Otoño-Invierno una pasarela exclusiva para mujeres de talla grande.



Figura 2. Integrantes de *CurvybloggersMx*⁷.

Podemos observar que este evento coincidió con la llegada de diversas marcas de ropa y el lanzamiento de campañas plus size, como lo fue en su

⁷ Imagen recuperada de Agis, Karla (22 de marzo de 2017). “Estas blogueras mexicanas quieren que ames tu cuerpo tal y como es”, *Buzzfeed*, (<https://www.buzzfeed.com/mx/karlaagis/curvy-bloggers-mx>).

momento la estrategia de apertura de las tiendas *Forever21* en México. Establecida en México en 2014, *Forever21* fue anunciada como una nueva opción para las chicas *curvy* (Arcos, 2014) y tuvo un éxito rotundo en 2016 con su campaña para bikinis de tallas extra, denominados *fatkinis*. Asimismo, en el 2017 el evento *CurvyMx* de Liverpool repitió la colaboración de #CurvyBloggersMX como embajadoras en donde, además de la pasarela, Priscila, Dana y Arhe dieron una plática sobre amor propio y autoestima. La creación de *Curvy Liverpool* para “apoyar al movimiento *Body Positive*” (Molina, 2017) del país nos muestra cómo se une la mercantilización de las *influencers* con la industria de la moda, ya que el éxito de estos eventos propició la reunión de marcas creadas para “mujeres con curvas” en las tiendas departamentales, como lo son *Eva Brazzi*, *Shaping Plus de Levi’s*, *Soma*, *Caribbean Jo*, *Miraclesuit*, entre otros, todas enfocadas a las tallas extras.

En México, así como en otros contextos latinoamericanos, se ha visto una variedad de artículos periodísticos que retoman el tema del *Body Positive* como una breve descripción sobre amor propio aludiendo a cuentas de mujeres que se “cansaron de ser perfectas” (Pavón, 2018), siendo la moda el tema alrededor del cual sucede la conversación.

2.2 Itinerarios corporales para explorar la gordura

Como señala Charlotte Cooper (2010), la experiencia de la gordura es ambigua, dado que es una vivencia ignorada y, por lo tanto, desconocida para los demás. A

la vez, es una experiencia compartida, en tanto colectivo gordo de distintas generaciones, con distintos eventos que definieron nuestras vidas. Esto nos permite establecer un diálogo reflexivo como colectivo, algunos de cuyos frutos han sido el activismo gordo y la gestación del *Body Positive*.

Es en este ambiente en el que se desarrollan las vidas de María, Teresa y Christina, tres mujeres jóvenes que, con una intención política no siempre declarada, hallaron en el *Body Positive* un punto de encuentro en el recorrido para reflexionar su propia gordura. Este trabajo es posible gracias a la oportunidad de compartir saberes y experiencias con las tres, quienes me permitieron conocer la intimidad que supone hablar de la relación con su cuerpo.

María tiene 23 años y estudió Ciencias de la Comunicación. Se describe a sí misma como una buena persona y muy guerrera de la justicia social, porque tiene varias minorías en ella: es gorda y es bisexual.

Teresa tiene 23 años y es maquillista. Se considera una mujer muy productiva, muy alegre y colorida en general; muy abierta, empática y cien por ciento Leo.

Christina tiene 27 años y es psicóloga. Se describe como una persona emocional y empática, lo cual a veces es horrible porque le afecta muchísimo lo que pasa con temas sociales.

Para poder abordar la reflexión en torno a su propia historia de vida y el *Body Positive*, hago uso de la propuesta metodológica de los itinerarios corporales de Mari Luz Esteban (2013). Los itinerarios corporales permiten abordar los procesos vitales individuales que nos remiten un colectivo, los cuales ocurren dentro de

estructuras sociales concretas y en los que se da toda la centralidad a las prácticas corporales de los sujetos. Esto me permite analizar el cuerpo como un elemento histórico, y a su vez, como un lugar de reflexión, resistencia y cambio social poniendo la gordura como eje central.

A lo largo de los itinerarios corporales, podemos dar cuenta de la configuración del *Body Positive* no sólo como una burbuja biopolítica que permite a las mujeres experimentar su cuerpo en otros términos, sino también como un factor con efectos en sus vidas, habilitando en ellas otra manera de constituirse como mujeres gordas.

2.3 Antes del *Body Positive*: experiencias de violencia y sobriedad

La gordura puede verse en el cuerpo: es una corporalidad tangible, en tanto que podemos ver y sentir la panza y los rollos de grasa bajo la piel; sin embargo, este cuerpo gordo va a ser visible a partir de los marcos culturales y códigos que lo rodean; esto es, que los significados de la gordura estarán sometidos al contexto particular en donde dicho cuerpo será leído. En México, los marcos culturales de la belleza exhortan a imitar las normas europeas para ser incluidas en la “cultura occidental” (Tuñón, 2008), una de cuyas consecuencias es que la gordura sea considerada la antítesis de salud y belleza, colocando a las mujeres gordas en los peldaños inferiores de la jerarquía corporal.

Esto transforma a la característica corporal con la cual nos identificamos en un estigma y hace que las experiencias gordas se articulen a partir de dicha significación peyorativa (Oyoso, 2017). Con esto, la gordura se vuelve una

diferencia negativa, símbolo de vergüenza y un tema tabú, no se debe utilizar para hablar de una misma o de las otras y se invisibiliza su existencia o se enuncia a manera de insulto.

Para Teresa, la palabra *gorda* es muy importante ya que siempre se han referido a ella “como la gorda” y la asociación de significados era en detrimento de su persona.

Teresa: Antes obviamente lo veía como una palabra con una connotación muy negativa, pero o sea si le preguntas a Teresa la de antes, *creo que sería una palabra que me daría un poco de vergüenza, y un poco como de miedo afrontar como el hecho de que yo estaba siendo descrita con esa palabra, y mucho como coraje no entender por qué no me podían identificar por otras muchas razones en las cuales evidentemente también resaltaba.*

Al igual que con Teresa, para Christina la gordura se vuelve la única característica que la describe como sujeto.

Christina: O sea, a ver, *no es mi ficha de presentación, o sea no es como de “Hola, soy Christina, soy gorda” porque tampoco creo que sea como lo más importante de mí, o sea, tengo muchas cosas, más cosas allá de mi cuerpo.*

Ser gorda, pues, expone a las mujeres a prejuicios y violencias específicas que podemos caracterizar como *gordofóbicas*, puesto que se originan en el

rechazo a la gordura *a partir de sus significados negativos*, lo que impacta en diversas áreas de su vida.

María: [La palabra gorda] durante mucho tiempo significó *no sentirme con el mismo valor que las mujeres que no son gordas, significó conformarme con malos tratos, significó cosas muy feas.*

El rechazo de la gordura y sus representaciones por parte de la sociedad, combinada con la persistencia de la propia corporalidad gorda, producen una experiencia disonante que encuadra a la gordura en lo que Harjunen y Kyrölä (2017) denominan *gordura liminal* y *gordura fantasmal*. Por una parte, la *gordura fantasmal* se refiere a la representación de la gordura como un estado transitorio del cuerpo, una corporalidad amputada que debe apuntar siempre a la transformación. La *gordura liminal*, por el otro lado, se refiere a las estructuras experienciales que la *gordura fantasmal* y sus representaciones moldearán. Estas experiencias colocan a las personas gordas en un lugar de ambivalencia, en donde “la imposición de la gordura como una posición corporal válida y valiosa para existir se desvanece de la vista tanto cultural como personalmente” (Harjunen y Kyrölä, 2017:11). El cuerpo gordo, pues, se ve como algo indeseado y muy pocas se nombran a sí mismas gordas, lo que se traduce en una gordofobia internalizada.

Christina: Pues, fíjate que yo tuve mucha suerte porque, o sea, a mí no me pasó como estas historias de que sufrieron como bullying, o en su casa, o que de ahí se

reconciliaron...o sea, como que más bien *todo el bullying o las críticas o así, que tenía, eran mías, o sea, de mí misma hacia mí*. “Estás tal”... porque antes yo era, y he tenido todos los cuerpos de la vida; entonces antes era muy delgada, y luego medianamente delgada, luego gorda, luego otra vez el... o sea, como que así, y entonces me daba mucho coraje cuando yo veía fotos en donde yo me sentía gorda y era como, qué onda, o sea... me gustaba también así. Y también *he notado que en ese entonces, o sea, cuando no era gorda, porque no era gorda pero yo pensaba que sí era gorda, no la pasaba nada bien*. O sea, como que *sí pensaba demasiado como en mi cuerpo, y no se qué, y no sé, era un tema como que todo el tiempo estaba en mi cabeza, muy desgastante*.

Al ser un símbolo de vergüenza, la gordura es intencionalmente escondida y no debe mostrarse ni un ápice de orgullo al exhibirla, por lo que tapar el cuerpo para disimularlo se vuelve una manera de vestir y vivir. El cuerpo gordo no merece ser adornado, resaltado, estilizado o visto como algo bello, y para ello se utiliza lo que Piñeyro (2019) denomina la *sobriedad de la apariencia*.

Teresa: antes no usaba nada de color, o sea no salía del negro [...] *Yo tenía esta idea de que yo tenía que ser muy seria, y yo no quería llamar tanto la atención y, o sea quería pasar como desapercibida porque ya mi personalidad en sí ya era muy fuerte, entonces la gente también me suele tachar mucho de mamona, entonces también como que, también el experimentar con la ropa para mí, ps (sic) no, no quería llamar la atención*.

Sin embargo, el tema de la ropa para las mujeres gordas va más allá del adorno o el deseo de ser visible/invisible: se convierte en una odisea porque no se encuentran tallas disponibles que les permitan tener una amplia selección de ropa.

Teresa: siempre me llamó como mucho la atención la moda, pero también decía como que “*es que, pues para mí no está hecha*”, ¿sabes?, no voy a encontrar ropa en Inditex de mi talla, entonces también como que lo dejaba de lado, y las prendas que había de mi talla eran prendas muy básicas, entonces pues también era lo que ocupaba.

Es así como podemos observar las múltiples formas que se utilizan para esconder el cuerpo gordo, ya sea invisibilizando la palabra *gorda* para su descripción, cambiando su sentido a uno peyorativo, amputado o con una expectativa constante por el cambio. Sin embargo, la popularidad del *Body Positive* en *Instagram* ha puesto en jaque estas construcciones y ha dado pie a otras maneras de visualizar el cuerpo gordo.

2.4 *Body Positive* e *Instagram*: un lugar de reflexión

El *Body Positive* es una reflexión que tiene sus raíces en el *Fat Liberation Movement*, puede traducirse como “positividad corporal” y tiene por objetivo abordar y problematizar los ideales de belleza construidos a lo largo de la historia en donde existe una preferencia al modelo estético de la delgadez (Cwynar-Horta, 2016). Las campañas y su activismo se centran en “lanzar mensajes (sobre todo

visuales) de aceptación de los cuerpos, abogando por el derecho al amor propio de las personas gordas y de todas las que formamos la amplia gama de la diversidad corporal” (Piñeyro, 2019:56). Ha sido en *Internet* donde dicho movimiento ha tenido una mayor difusión y alcance, y es en *Instagram* que ocupa un lugar preferencial.

Christina, María y Teresa están en sus veintes y todas utilizan Internet. Cuando les pregunté acerca del lugar en donde conocieron el *Body Positive*, las tres mencionaron *Instagram*.

Teresa: [yo me di cuenta de que el *Body Positive* existía] *en redes sociales, cien por ciento redes sociales*. [Lo vi] en *Instagram*, después en Youtube y ya, creo que no hay tanto en facebook todavía

Christina: Lo conocí con un libro llamado “GORDI fucking BUENA⁸” y empecé a leer, a buscar información, porque creo que tampoco había mucho. Leyendo, viendo videos, documentales, *Instagram...*

María: Ahm, mi primer contacto que tuve con el *Body Positive* fue cuando, hace muchos años me encontré en Facebook un video de Sarah Rae Vargas⁹. Ah sí, me encontré un video en Facebook de ella donde hablaba de por qué los hombres no quieren a las gordas o así, y era un *speech* super largo donde hablaba de que tuvo conversaciones con tres de sus ex parejas y que le preguntó qué les gustaba de ella o algo así, y empieza a hablar de cómo dos de ellos decían “Pues sí, me pareces muy

⁸ Ver Devesa, Elena y Rebeca Gómez. *GORDI fucking BUENA*. España: Grupo Planeta, 2016.

⁹ Sarah Rae es una blogger estadounidense. En sus videos habla sobre su vida siendo una mujer gorda y cómo lleva su cotidianidad, qué ropa utiliza y cómo es la crianza de su hijo. Para más información, puede consultarse su sitio Web en <http://ravingsbyrae.com/>

atractiva pero me pareces más atractiva cuando estás intentando bajar de peso” y así, y empieza a decir que no, que no tienes que estar con una persona que piense eso de ti y dije *como guau nunca, realmente nunca había visto hablar a una morra gorda de un tema así y me impactó mucho entonces lo empecé a buscar y ahí fue cuando me topé con el Body Positive*. [...] Empecé viendo videos en Youtube de una cosa te lleva a otra y otra y por default si te gustan las que publican pues las vas a seguir en **Instagram**, entonces sentí que eso era como el proceso natural para seguir, y cuando empecé a hacer videos también empecé a hacer contenido para **Instagram** y para Facebook.

Instagram se ha convertido en una de las redes sociales más populares de *Internet*, porque pone el foco de atención en la producción y exhibición de material audiovisual. *Instagram* se puede definir como una aplicación gratuita para grabar, editar y compartir fotos y videos en línea. Permite a los usuarios subir fotos en la galería personal o “perfil” y también compartir fotos y videos cortos de manera pasajera, con una duración de 24 horas en el perfil del usuario denominadas *Instastories*.

Gracias a esta característica, *Instagram* ha servido como plataforma inicial de diversos discursos relacionados con el cuerpo, uno de los cuales es el *Body Positive*, por lo que se ha visto un incremento continuo en el flujo de imágenes alternativas en esta red, que suben las propias usuarias. En un inicio, el *Body Positive* en *Instagram* estuvo fuertemente ocupado por modelos y celebridades en un inicio, como las modelos americanas Tess Holliday y Ashley Graham, además de campañas publicitarias como la de Dove “Belleza Real” (Knight, 2018), por lo

que se vuelve un lugar en donde se puede acceder a otro tipo de publicidad en el que las mujeres gordas son visibles.

En *Instagram* conviven el uso publicitario junto con el de red social, dado que la aplicación permite compartir mensajes, fotografías y videos entre usuarios, además de que puede buscarse contenido específico con el uso de etiquetas digitales o *hashtags* (#). En este sentido, *Instagram* es una suerte de sitio web que permite a sus usuarias desarrollarse y buscar contenido alrededor de intereses específicos con los *hashtags*. Este mayor control en el contenido se refleja también en el cuestionamiento de otros medios que utilizaban.

Christina: Yo ya estaba como en este tema, ya estaba consciente de toda esta mierda que hay (risas) y justo me di cuenta, como que un día dije “es que, esto no me gusta”. O sea, en lugar de que me motive, me guste estar viendo ahí *Instagram*, era como, yo pensaba “ay no, y esa ropa, y no se qué”, porque es una falsedad todo, es de todo como de súper apariencias y bonito pero nunca veía a nadie como desmaquillada o en pijama, o sea en pijama real [...] Y este, vi que *no me gustaba ni me hacía feliz y empecé a buscar cuentas como más reales o más que me conectara con esas cuentas*. [Para mí, *Instagram*] mmm, es lo máximo. O sea, *Instagram*, ese es el lugar en el que yo decido qué ver, o sea no es como por aquí, como por ejemplo aquí en la calle que está ese espectacular y pues nada, no puedo hacer nada porque está ahí y ya, bueno puedo voltearme y nada más; *pero en Instagram es yo como elegir esos espectáculos que quiero ver y al mismo tiempo yo fomentar eso, como que otras personas se sientan identificadas o aceptadas con lo que son*.

Esta oportunidad de identificación y acercamiento *al Body Positive*, pero sobre todo, a otros cuerpos normalmente ignorados, abre una reflexión que probablemente no podría hacerse en otros lugares de manera tan sencilla, debido al control en torno a las imágenes que se producen.

Christina: Empecé a *conocer otros tipos de cuerpos*, o sea o también como que cambié, hice una remodelación en toda mi vida, o sea, *dejé de seguir cuentas en Instagram que antes me causaban conflicto que justo seguían con todo eso que te han impuesto y empecé a ver más diversidad*.

Instagram entonces es un sitio Web, pero también un lugar en donde se está generando un espacio de diálogo, en donde las mujeres gordas tienen la oportunidad de negociar sus identidades encarnadas y son alentadas a ubicarse en un continuo emocional (Bronstein, 2015) gracias a la visibilidad que da el *Body Positive* de cuerpos gordos como los suyos.

2.5 Del estigma a la reapropiación

Teresa, Christina y María viven en México pero en ciudades distintas, las tres se reconocen mujeres gordas pero no en una connotación negativa y mencionan que hay un antes y un después en su concepción de la palabra *gorda*.

Para ti, ¿qué significa utilizar la palabra “gorda” para describirte?

Teresa: ...de todas formas la palabra gorda sigue siendo como la más importante para mencionarme; y *ahora pues ya es solo como un adjetivo calificativo, y sí soy gorda y ya, y no es algo que me moleste decirlo o aceptarlo, y estoy bien con eso. Sí, o sea de hecho es una palabra que me gusta, o sea pasé de tenerle como este miedo, como a decir “esta palabra es mi palabra porque sí soy esto, y estoy gorda, y soy gorda, y está bien”*

Christina: pues, *hoy en día se me hace muy normal, así como pues tengo el cabello negro, pues eso es, tengo el cabello negro. Es como, soy gorda; pues sí, soy gorda, o sea...ese es mi cuerpo.*

María: pues ya... te puedo decir que *en este momento lo tengo muy naturalizado, que ya por fin he llegado a términos y no me la paso todos los días luchando con como soy, o cómo estoy, que ya me puedo ver al espejo y puedo decir “pues sí güey, esta soy yo y... si nunca he sido delgada, ¿por qué tendría que seguir ehm, peleándome con mi mente en intentarlo?, ¿ya sabes?[...] Es un adjetivo, es como, para mí es como decir ah, es una persona morena, es una persona alta, es una persona baja...fue como un proceso de, de primero decir “no tienes por qué llamarme así” a luego decir pues si me llamas así ya no me lo voy tomar mal, sé que a lo mejor me quieres ofender pero no lo vas a lograr porque ya por fin logré quitarle el peso que tiene a esa palabra.*

Como podemos ver, las tres hablan de una transformación, un antes y un después en el significado de la palabra. En sus testimonios podemos observar que hay un proceso reflexivo-corporal en el que ellas ya no conciben *gorda* con un significado negativo. Cuando les pregunté acerca de esta transformación, las tres mencionaron un punto en común: el *Body Positive*.

El *Body Positive* es...

María: Diría que es un movimiento en el que estamos tratando de hacer muchas cosas, estamos tratando de ganar más representación en los medios, en la publicidad, en el Internet; *estamos tratando de desestigmatizar mucho esta cuestión del sobrepeso, estamos tratando de lograr que se nos vea como personas igualmente valiosas como quienes tienen cuerpos normativos, y creo que todo se engloba en amar tu cuerpo, y respetarlo, y valorarlo*. Tratamos de concientizar a las personas de que *todos los cuerpos son valiosos*.

Christina: Para mí el *Body Positive* es *la aceptación y el, agregaría respeto, a la diversidad de cuerpos, incluyendo el tuyo, o sea, aceptar también el tuyo*.

Teresa: Para mí, creo que ha sido *un espacio de sanación, de reencuentro y también de compartirme con los demás, y en ese compartirme sanar muchas cosas*. Creo que *para mí el Body Positive ha sido un parteaguas en mi vida, o, sea, creo que yo no sería yo si no hubiera aprendido del Body Positive, o sea realmente forma muy parte de mí, o sea justo por eso hago lo que hago, e intento como hacer lo que estoy*

haciendo, porque o sea, *yo no me percibo, no me concibo sin el Body Positive en mi vida.*

La mayor crítica que tiene el *Body Positive* está estrechamente relacionada a su eslogan más popular: “Todos los cuerpos son *bellos*”. Se le reclama que “sitúa de nuevo en las personas gordas la culpa y la responsabilidad individual del amor” (Piñeyro, 2019). Sin embargo, considero que partir del cuestionamiento de la belleza, sí invita a un proceso de reflexión corporal, y en ese sentido, subjetivo, lo cual tiene una potencialidad en la transformación de la vida íntima y la subjetividad de las mujeres, aunque no desmonte la gordofobia estructural y todo el odio construido.

La belleza y la delgadez se han conformado en una amalgama sobre la cual las mujeres depositarán su éxito profesional y emocional. La delgadez es el prerrequisito para la felicidad femenina (Bronstein, 2015) y la manera en la que se es mujer, en tanto que la belleza conforma parte de la identidad de género de las mujeres (Esteban, 2013; Oyosa, 2017; Wolf, 1991). Sin embargo, la presencia del *Body Positive* en Instagram, y en ese sentido, la presencia de representaciones gordas, “nos da pie a pensar en la existencia de otros cuerpos posibles, nos permiten vernos reflejadas en otros espejos, en las experiencias de otros cuerpos” (Piñeyro, 2019:110).

Christina: [El *Body Positive*] *ha sido un cambio increíble* (lo menciona con un tono de voz alegre), ha sido un cambio extremo y mucho con la ropa. O sea como que yo también entre mucho en este rollo de “no hay ropa para mí”, y sí, no hay ropa para mí

[...] pero ya puedo hablarlo y no me da pena. Sentía que lo tenía que usar [ropa que no me gustaba] porque era gorda, y no porque pues quisiera, como de pues ya, me tocó esto y ya.

La ropa es fundamental en la experiencia gorda, ya que es utilizada para esconder el cuerpo. En ese sentido, la ropa hace un entronque con los ideales de belleza, los cuales delimitan el uso de ciertas prendas o colores que no son accesibles para las mujeres gordas al no estar disponibles en su talla, lo que de nuevo nos constriñe a las mujeres al marco de la delgadez. El vestir, entonces, es una práctica corporal, lo que lo convierte en parte fundamental de mi análisis, ya que las prácticas corporales conforman “vidas individuales, pero sobre todo un mundo social, de forma que la feminidad es material y “performativa”, existe en la interacción social a través de estructuras sociales concretas y permite la emergencia de nuevas percepciones y conductas” (Esteban, 2013:66). El hecho de que las mujeres gordas hagan mención del cambio en la ropa como una parte de su proceso reflexivo-corporal en el *Body Positive*, coloca el vestir prendas como una *práctica corporal de resistencia*, la cual confronta e invalida los estereotipos vinculados a la gordura (Oyosa, 2017:345).

Teresa, por ejemplo, menciona que antes del *Body Positive* sólo utilizaba colores oscuros, pero ahora tiene otro estilo.

Teresa: Ocupo muchos colores, generalmente como muy estridentes, delineador de colores, aretes muy grandes [...], me gusta jugar con la ropa un buen. Creo que ayuda mucho a la personalidad, y por lo menos para mí es una forma más de

expresarme cómo me visto, entonces sí es como jugar mucho con los accesorios, con la ropa, y también es como un reencuentro conmigo misma, no, *de una Teresa que antes no usaba nada de color, o sea no salía del negro, entonces también es como una oportunidad de vivirme y de dejar mi ser. [...] Como que dejé de tenerle miedo a la ropa*, o sea porque llegó un momento en el que yo no iba a tiendas porque decía como “No voy a encontrar nada”, entonces pues no iba y no, o sea de verdad, sólo era como pantalones de mezclilla, leggings negros y blusas básicas que encuentras en cualquier lado. Sí es cierto que ya hay como más oferta en cuanto a ropa de tallas extras, pero también es que *le perdí mucho el miedo* por ejemplo a usar abiertamente ropa de hombre, porque yo antes era como, quiero ropa de hombre pero que no se vea que es de hombre, aunque toda mi vida he usado ropa de hombre; entonces ahora ya es como si algo es de hombre y se ve de hombre, ya no me preocupa, o sea ya sabes, es como de, está bien. [...] Ya me acepto como alguien que me gusta experimentar en todo, y entonces *la ropa es nuevamente una extensión de mi personalidad, y un día soy una persona y al día siguiente quiero experimentar otra parte de mí, y la ropa me ayuda, eso está chido.*

Christina también cambió la manera en la que viste y además experimentó con prendas que antes las consideraba prohibidas, como los trajes de baño, y en específico el bikini.

Christina: ...empecé a buscar también, vi que había más tiendas que empezaron a incluir tallas extras, o tiendas como Old Navy que es súper, de una variedad de tallas muy grande y también *empecé a sentirme segura con eso*, porque antes era ya como “no me quiero fajar porque se va a ver mi vientre y se marca más todo y no se qué”. O

sea, *más bien “no puedo”*, porque sí quería hacer las cosas, y *entonces empecé como en Body Positive* y dije como, pues si quiero que, o sea lo hago y ya, o sea...y ya, empecé, y era como de que *me sentía fabulosa y fue como “¡ay!”* (expresión de sorpresa / calma). Y siento que también se nota, y la gente también empezó como de “¡ay, hola, qué bonita!” y yo de “Sí, sí soy”. Y ya, así, un buen de seguridad; también seguridad de relacionarme con las personas, porque siento que va súper de la mano. [...] Por ejemplo, a mí antes me chocaba el traje, creo que el traje de baño es un tema que a todas nos toca porque pues sí, como que siento que *te muestras más vulnerable*, o sea literal es una telita que te tapa de aquí a aquí (señala los pechos), y todo lo demás ya...

Como podemos ver, las implicaciones de la ropa van más allá de sólo escoger una prenda; la relación con el cuerpo, pero sobre todo el uso y la exhibición del mismo, se vuelve un elemento clave a la hora de hablar sobre mujeres gordas y prácticas corporales. Esta limitación puede trascender no sólo a la ropa, sino a los contextos en los que se utiliza, condicionando así las experiencias de vida e incluso de goce de las mujeres gordas.

Christina: era como siempre, no me choca a mí las playas y las albercas, n'ombre, pa'qué (sic); pero yo me lo, o sea, lo pensaba tanto que sí me lo creí, que sí era como no me gusta, y como a mí me choca el sol, eso es real, como que me pica y así, era como no, pa' qué quiero estar yo en eso. Y *después fui a la playa, ya como con este cambio drástico en mi vida de Body Positive*, feminismo, y aceptación que dije, fui a la playa y dije guau; o sea, *disfrutaba tanto estar en traje de baño, o sea me sentía super*, que había cosas que me seguían molestando como el que me escurra el agua,

me choca eso, pero pues eso no es de mi cuerpo, eso es que pasa, y *disfruté muchísimo y salía y no era ponerme la toalla luego luego, o ponerme algo encima, era como que voy a dejar a que me seque así*. Como que también esa vez lo tomé mucho de, a ver, o sea, a ver, *quiero ver más de esto*, qué se siente; y fue que, primero, *llevé un traje de baño que me gustaba*, o sea porque también yo usaba el típico del short y [...] negros, ajá, o sea nunca usaba de calzón porque eso me daba una pena y sí [...], y cero con dibujitos o así porque llamaba más la atención, y siempre colores como negro, azul, como oscuros; y esa vez llevé un traje de baño como más, con mi personalidad y que a mí me gustaba, como difuminado de arcoiris, y de calzón, y ya dije “me gusta mi traje de baño y me lo voy a poner”. Me acuerdo que *también compré ropa para ese viaje*, como pues, es que no tenía nada de eso porque no lo usaba, o sea, no, entre que no iba y no me gustaba porque pues decía, no, qué onda; entonces compré y dije como guau, *estoy súper cómoda, estoy...me encanta*.

El traje de baño es una prenda temida y en ocasiones inaccesible para las mujeres gordas; no obstante como lo menciona Christina, y también Teresa, la presencia del *Body Positive* en las campañas publicitarias amplió la oferta de ropa para mujeres gordas. Christina Knight (2018) rastrea las primeras campañas publicitarias que cuestionan explícitamente el modelo estético delgado al 2004 con la campaña de jabón “Dove por la Belleza Real”; sin embargo, no es hasta el 2009 que se ve una apuesta por la industria de la moda. La marca de ropa estadounidense *Forever21* creó en ese año una categoría en su oferta, denominada *plus size*, para ofrecer las mismas prendas que tenían en existencia, pero para mujeres de “talla grande”, campaña que fue fuertemente impulsada a

través de su cuenta oficial de *Instagram* (Vargas, 2020). En dicha colección, lanzaron un modelo de bikini para mujeres gordas llamado *fatkini*, lo cual podría traducirse en bikini gordo. Este traje de baño tenía diversos modelos, pero en muchos la parte superior se conforma de un sujetador y la inferior de un calzón de baño que tiene también una suerte de falda que cubre el área abdominal.

La existencia de estos modelos de traje de baño “especiales” para las mujeres gordas presenta dos situaciones contradictorias: por un lado amplía la oferta, permitiendo a las mujeres gordas acceder a prendas de ropa con las que se sientan cómodas, pero también se diseña un tipo de bikini específico para las mujeres gordas. Al respecto, Christina menciona que sí probó en un inicio los *fatkinis*, pero conforme iba experimentando más la ropa a raíz del *Body Positive*, decidió aventurarse más allá del *fatkini*.

C:...me compré *bikinis*, pero o sea no, no *fatkinis* que se llaman que te llegan acá (señala parte superior del abdomen) y aquí (señala abajo del pecho, donde termina el brassiere del bikini) y se te ve sólo una rajita. Que me gustan mucho, también tengo, pero como que dije, quiero ver, *quiero usar otro tipo*, entonces me compre uno de calzón, o sea hasta aquí (señala la cintura) y literal brassiere nada más, y también *me sentía súper perrísima*, era así como de, me encanta; y me acuerdo que esa vez hasta nos quitamos la parte de arriba, porque estábamos también en Oaxaca, en una playa toda chida, así súper, todo mundo cool, todo mundo tranquilo, en su rollo. Y dije “quiero quitarme la parte de arriba”, que *eso también fue una revelación extrema porque a mí me daba mucha inseguridad mis chichis* [...] sí, dije quiero, quiero enseñar mis chichis, que ahora también ya las acepto, y ya, así en un chon [en Oaxaca], porque la parte de aquí (señala el área del brassiere) era también sólo

como que se amarraba con un nudito, o sea, no no no yo, mira, *casí que en taparrabos nada más* (risas), y gocé, yo estaba impresionada, era como guau. Y creo que funcionó, que fue en Oaxaca, en un ambiente buena ondita, o sea pon tú, sé que me costaría más trabajo hacer eso en una playa, no sé [...] nunca sentí como, o igual sentía miradas pero era como de que volteaban y era como de “ay! (expresión alegre)” y yo así de “Sí amiga, aquí estamos”, está medio rara, sí, ajá (risas). [...] También la primera vez que me, no, o sea un traje de baño sí usaba pero como yo nadaba estaba acostumbrada a tener de mucho antes, pero *la primera vez que me compré un bikini si fue como de “aaaahhhh, mira” (mirada de satisfacción)*.

La oportunidad que abre la experimentación de la ropa y el cuerpo nos muestran las posibles y distintas formas en que las personas gordas replantean y modifican su subjetividad de un modo performativo, lo que puede incluso trastocar los orígenes de los estereotipos, prejuicios y discriminación al confrontar directamente los discursos como lo es el estético. Esto colocaría a las personas gordas en diferentes posiciones en los entornos y la sociedad en la que viven (Oyosa, 2017:346). Dichas formas de resistencia y devenir, el cuestionar y actuar desde el deseo propio y la experimentación con el cuerpo gordo, plantean un proceso alterno de la constitución subjetiva, la cual se modifica día con día a partir de las experiencias que vivimos. Con esto quiero sugerir que más allá de una reelaboración de la palabra gorda, hay una transformación de la relación con el propio cuerpo; la experiencia gorda de creer, reproducir y naturalizar el estigma atraviesa un proceso de cuestionamiento y vivencia placentera del cuerpo gordo,

se observa una construcción para sí y la subjetividad gorda se transforma a una que apunta experimentar la gordura desde otras coordenadas.

CAPÍTULO 3. EL DISPOSITIVO CORPORAL DEL *BODY POSITIVE*

El presente capítulo tiene como objetivo analizar el *Body Positive* como un dispositivo corporal, en donde las prácticas corporales y los discursos son capaces de encarnarse y producir otras sujetas gordas.

El *Body Positive* permite un lugar para la expresión, el encuentro y el cuestionamiento de los significados en torno a la gordura. Dicho cuestionamiento no implica la modificación corporal para ser otra, sino la propia concepción del cuerpo gordo y, al centro, una intencionalidad intrínseca: gestar imágenes en torno a la gordura. Gracias a dichas afecciones y afectos es posible que estas imágenes surjan y pongan en funcionamiento la imaginación. Habitar Instagram de la manera en que las mujeres gordas lo han hecho, vuelve a este espacio digital un espacio heterotópico que posibilita el diálogo y permite las condiciones, para que se cuestione no sólo la belleza hegemónica del cuerpo delgado, sino además la relación de las mujeres gordas con su propio cuerpo. El diálogo e intercambio de imágenes establece otras rutas de acción en donde no se busca modificar o adelgazar el cuerpo, sino experimentar la gordura a través de distintas prácticas, que pueden resumirse en algo aparentemente simple, como ponerse un traje de baño. Actividades que, como hemos visto, tienen un peso y significado diferente, cuando el cuerpo con el que se quiere hacer la actividad es uno en constante negación y humillación.

Dichas experiencias aparentemente inocentes se realizan con el cuerpo y se traducen en prácticas que constituyen nuevas posibilidades, delimitando no solo lo

que hago y lo que no hago, sino las posibilidades de lo que puedo llegar a ser. Posibilidades que se encarnan, dado que no podemos separarnos del cuerpo; somos cuerpo, y en ese sentido, sujetas encarnadas.

3.1 *Body Positive* y la gordotopía

En 1967, Foucault acuña el concepto *heterotopía* para hablar de un espacio otro, real, en el que conviven diferentes estaciones incompatibles. A diferencia de la utopía (un *sin lugar*) o la eutopía (un *buen lugar*), la heterotopía marca *un espacio absolutamente otro* (Foucault, 2008).

La heterotopía tiene como regla yuxtaponer en un lugar real varios espacios que normalmente serían, o deberían, ser incompatibles. Es un espacio donde se vinculan distintas prácticas y discursos, que varían de un momento histórico a otro, y en donde confluyen en un solo lugar tiempos y espacios. Siguiendo a Preciado, lo que caracteriza a una heterotopía es su capacidad de establecer relaciones singulares que alteran las convenciones en torno a problemas o temáticas, en donde confluyen prácticas y discursos -por ejemplo, la sexualidad o el género-, produciendo una subjetividad derivada de sus operaciones espaciales (Preciado, 2010). En otras palabras, una heterotopía es un islote biopolítico en un mar de signos, una ruptura en los espacios tradicionales que genera un *otro-espacio*.

Este *otro-espacio* se configura como un lugar en donde se suspenden las normas morales que rigen en ese momento, por lo que es capaz de crear una

ficción de aquello a lo que se opone. En este caso, una ficción teatralizada de la corporalidad gorda.

Por otro lado, Foucault también desarrolló el concepto de *dispositivo*, el cual permite examinar la manera en que se relacionan prácticas de orden discursivo¹⁰ y no discursivo. Esto es, la interacción entre lo que se dice y lo que no se dice. El dispositivo es entonces una respuesta práctica a problemas o urgencias prácticas, que permite identificar cómo se genera y se reconfigura la red de relaciones de fuerzas que soportan dichas prácticas, y que a su vez son soportadas por estas (Foucault en Vega, 2017: 140).

Un rasgo distintivo del dispositivo es la manera en que opera sobre los individuos mediante prácticas y discursos. Las prácticas corporales nos muestran lo que una puede llegar a ser y hacer en el mundo. Dado que en este proceso intervienen también relaciones de sexo, etnia, clase y edad así como discursos, las prácticas corporales nos dan elementos para analizar el cuerpo no como una construcción cultural, sino como una materialización. La conjunción de todos estos elementos cumplen una función estratégica que materializará un cuerpo en específico, por lo que se transforman en un dispositivo, y en este sentido, un dispositivo corporal (Muñiz, 2010).

Elsa Muñiz propone que la existencia de un *dispositivo corporal* da cuenta de cómo el poder opera en la producción de sujetos encarnados. El dispositivo corporal es la red de relaciones que se establecen entre distintos elementos

¹⁰ Normas, leyes, principios y formulaciones científicas serían algunos ejemplos de prácticas discursivas.

discursivos y no discursivos, “lo dicho y lo no dicho sobre el cuerpo y por ende de la naturaleza del nexo entre estos elementos heterogéneos” (Muñiz, 2014:27).

En ese sentido, las prácticas corporales que se entrelazan en un dispositivo corporal, no sólo regularían o disciplinarían a los cuerpos, también permitirían mediar negociaciones de quienes llegan a identificar las prácticas como un lugar de intencionalidad y desajuste, erigiéndose así como sujetas. Muñiz llama a dejar de pensar en el cuerpo como un objeto pasivo de estudio y control, y a reconocer los usos deliberados de las prácticas, como el uso de la ropa, lo cosmético, lo que en apariencia es superficial, pero que da cuenta de imágenes y representaciones, sensaciones y vivencias, tanto como los procesos de construcción y deconstrucción de las subjetividades y las identidades de los sujetos (Muñiz, 2014: 28). El *Body Positive* es un discurso que habilita la enunciación de lo anteriormente invisibilizado, lo no dicho, y como tal, habilita la puesta en marcha de prácticas negadas.

Hoy en día, *Instagram* opera como uno de los escenarios de la producción corporal del *Body Positive*. Se ha vuelto uno de los lugares del *Internet* en el que las mujeres gordas habitan y pueden llegar a reflexionar su corporalidad de manera temporal o indefinida. La propuesta que aquí planteo es que el *Body Positive* en Instagram funciona como una *gordotopía*, esto es, un espacio más allá desde el cual experimentar la gordura, que establece relaciones que alteran las convenciones corporales y desequilibra la jerarquía corporal que constituye a la gordura como una otredad.

Las posibilidades de gestar un espacio otro, en el que se replantee la gordura como corporalidad encarnada y experimentada abre la reflexión permitiendo a las mujeres no solo cuestionar el cuerpo, sino dilucidar los alcances que este ha tenido y las posibilidades que se les han negado. La gordotopía de este espacio digital es, por así decirlo, un patio de juegos en donde las mujeres gordas pueden estirar los límites impuestos a su corporalidad, con el apoyo y diálogo de otras mujeres gordas como ellas. Es claro que el *Body Positive* no está reinventando la tuerca de la belleza, sino que está haciéndola girar en el sentido de cubrir otras experiencias desde y para la gordura. En este sentido, una de las grandes críticas que se le ha hecho al *Body Positive* es su cercanía con el mercado y la industria de la moda, lo cual pone el foco en la hiperfeminización de las mujeres. No obstante, considero que este análisis coloca al *Body Positive* solo como un fenómeno mercantil en una sociedad hiperconsumista y no considera la experiencia desde la gordura. No considera que, para las mujeres que están en contacto en esta red, viendo a otras mujeres gordas experimentar su cuerpo desde otras coordenadas que no son las clásicas-violentas, es una manera de cuestionar los significados atribuidos a la gordura. Por ejemplo, la crítica hacia la exacerbación de la moda no considera la importancia performativa de la ropa en la construcción y naturalización de los modelos de belleza femeninos, y una de las principales formas en que las mujeres gordas se constituyen en la gordura desde la otredad. Esto debido a que la ropa, más allá de ser sólo prendas que se usan de manera cotidiana, se vuelve para todas las mujeres, y de forma muy especial para las mujeres gordas, una guía sobre lo permitido de acuerdo a su cuerpo. Sin

embargo, la ropa es apenas y una de las prácticas corporales que se cuestionan desde el *Body Positive*.

3.2 Prácticas corporales en el *Body Positive*

Dice Charlotte Cooper que pensar que la gordura siempre es resistencia, es tener una idea romántica que produce un sujeto gordo “mágico”¹¹ que supera cualquier obstáculo y es exitoso a pesar de todo; es decir, personas gordas festivas, agradables y exitosas a pesar de la violencia estructural (en Smith, 2012).

La agencia, la resistencia y el activismo son vitales para la transformación de la realidad; sin embargo, la reflexión corporal que va guiando las acciones y prácticas corporales que mujeres gordas como María, Teresa y Christina cuestionan, negocian y construyen sujetas en resistencia política (Esteban, 2013; Oyosa, 2017) aunque no siempre tengan una intención política manifiesta.

La reflexión corporal de la propia gordura es una construcción de rebeldía, subversión y disidencia que se hace a diario,

...en cada acto, en cada palabra, en cada práctica [...] A cada momento nos encarnamos sujetas, las experiencias gordas forman parte de ese proceso de subjetivación y a cada instante cambiamos de posición. Por eso es una lucha inacabable, de reflexión constante y de acompañamiento con otras gordas, cada cual en su proceso, pero siempre en búsqueda del respeto a la diversidad corporal (Oyosa, 2017:351).

¹¹ El término original en inglés es *Magical fatty*.

Las decisiones diarias como la elección de ropa para lucir la gordura y no ocultarla son formas de resistencia muy pequeñas y podrían parecer poco heroicas. Sin embargo, son decisiones sorprendentemente transformadoras, que muestran las diferentes maneras en que las personas gordas replantean y modifican su subjetividad de un modo performativo (Oyosa, 2017:346). Para Cooper (en Smith, 2012), la mayoría del activismo gordo sucede de esta manera, en *micromomentos* de acción propia, como en conversaciones, en la elección de ropa o la exhibición del cuerpo.

Para ponerlo en palabras cotidianas; las mujeres gordas son obligadas a esconder su gordura a través de diversas prácticas corporales que las colocan como sujetas fuera de la norma. No solo es el uso de ropa discreta, fajas y colores oscuros, es la posibilidad de existir en el vocabulario, y en ese sentido en el mundo, más allá de un insulto.

Las *prácticas corporales* disciplinan y regulan el cuerpo, responden al contexto y tiempo en el que se desarrollan, por lo que sólo adquieren sentido para el proceso de materialización de los cuerpos en un tiempo y contexto determinado (Muñiz, 2010). La ropa, o más bien el vestir, es una práctica cotidiana que muestra el cuerpo ante el mundo. Es, en este sentido, una práctica corporal.

La elección de mostrar la gordura deliberadamente es, en sí misma, un acto de rebeldía y resistencia. Utilizar un bikini, por ejemplo, siendo una mujer gorda, no solo permite un acercamiento más íntimo al cuerpo, a su exhibición y socialización; también cuestiona las relaciones de poder que se establecen para los cuerpos gordos, se desafía el discurso de la belleza que establece la delgadez como única corporalidad viable, y en ese sentido, visibiliza cuerpos marginados.

El *Body Positive* responde a una urgencia histórica que surge a raíz de la problematización de la experiencia de la gordura y la falta de representación de personas gordas en los medios de comunicación. La ausencia de imágenes de mujeres gordas, o la presencia de ellas a manera de burla, no sólo refleja o estipula los cuerpos, sino las posibilidades de dichos cuerpos; es decir, sus prácticas (Roldán, 2017:238). En este sentido, el *Body Positive* nos ofrece coordenadas para imaginar a mujeres gordas que piensan su gordura desde otro lugar que no es el de la invisibilidad, la enfermedad y lo grotesco.

Los lanzamientos de campañas publicitarias, la creación de líneas de ropa especiales y otros productos destinados a las mujeres gordas *Body Positive* hicieron que las mujeres gordas atravesaran lo que Bienes (2017) denomina un “ritual de hiperfeminización”. Las imágenes de estas mujeres gordas, en donde se cuida la estética de manera constante y repetida, se convierten en modelos y ejemplos a anhelar, imitar, copiar, abriendo la posibilidad de imaginar otras formas de habitar el cuerpo. Una forma que si bien pareciera “más de lo mismo”, dado que hay una hiperfeminización, es en sí misma una discusión inaccesible desde la gordura y le permite a las mujeres gordas tener autoridad sobre su imagen. Esta autoridad permite la narración de nuestras trayectorias corporales como una forma de trascender a la activación política (Masson, 2014), lo cual tiene “el potencial de ser extremadamente empoderante en varios aspectos para una clase de personas cuya autoridad es constantemente juzgada y criticada” (Friedman, 2010:200).

Ahora bien: el incremento de las cuentas en *Instagram* que comparten sus fotografías y sus experiencias de vida en torno a la gordura desde la reflexión del *Body Positive* supone una narración audiovisual autoproducida, y en ese sentido, espontánea y cotidiana, pero específica sobre la experiencia de la gordura. Los mensajes que circulan dentro de la burbuja *Body Positive* se centran particularmente en las experiencias en torno al amor propio o preguntas sobre la ropa. Estos relatos cotidianos permiten la generación de imágenes autoproducidas que vislumbra y ofrecen la posibilidad de observar una discusión generalizada. Quienes comparten en su mayoría videos hablan de su experiencia con la ropa a partir de las fotos y videos que comparte, recibe las mismas preguntas. Al contar su experiencia, animan a otras mujeres a atravesar por ese islote y experimentarse.

La producción y distribución de fotos y videos crea una nueva forma política de ocupar el espacio siendo mujeres gordas. Aquellas mujeres que se inscriben en el *Body Positive* transforman el discurso hegemónico y revolucionan sus vidas íntimas al repensar la gordura como una posibilidad válida de existir, tengan o no una postura política al respecto.

Si bien *Instagram* se volvió un lugar de posibilidades, no debemos quitar el dedo del renglón al señalar la relevancia de este hecho; no es solo el compartir fragmentos cotidianos en *Instagram*, es la transformación corporal que viven las mujeres que se inscriben en el *Body Positive*. Dicha reflexión la socializan, a la vez que la refuerzan a partir de la creación de imágenes de cuerpos gordos placenteros, donde se configura un discurso que no solo nos dice “Todos los

cuerpos son bellos”, sino también que la belleza y la gordura pueden pensarse desde otro lugar, vivible, gozoso, y reformularse en consecuencia.

María, Christina y Teresa utilizan *Instagram* para compartir fotografías y videos diversos sobre sus opiniones e historias de la cotidianidad. Su cuenta en *Instagram* puede definirse como un blog ya que es una combinación entre diario, sitio web y comunidad online que permite el encuentro de diversas personas ya que, en su conjunto, las tres tienen un alcance de más de 41 mil seguidores.

A partir de su experiencia con el *bikini* y las fotos que compartió en ese tiempo, Christina recibió mensajes por parte de otras mujeres gordas para preguntarle acerca de su experiencia.

Christina: Me preguntan un buen sobre trajes de baño, sobre dónde encuentro ropa y ajá, cómo le hago para que no me de pena usar o vestirme como me visto; no entiendo muy bien porque tampoco pienso que me visto como muy extravagante (risas), o sea siento que son jeans y tenis y una playera, o sea siempre estoy así. [...] Eehh, les contesto lo que a mí me ha funcionado, o sea, siempre les digo como, a las personas les funcionan diferentes cosas, ver en qué momentos, o sea como pensar en un momento -eso es lo que les contesto- que hayan sentido mucha confianza en sí mismas, o que hayan sentido como “no puedo hacer esto”, como tema relacionado con el cuerpo, y al final lo hicieron, y qué les ayudó; o sea, como que piensen eso, qué les ayudó, en qué ambiente estaban, con qué personas, y cómo hacer más de eso. Y lo que sí les digo un buen es como esto de callar esas voces de “no debes de ser así”, “tienes que ser de esa manera”, pues sí, todas esas voces patriarcales.

María a su vez, comparte en su mayoría videos en donde habla de su experiencia con la ropa. Comenta que a partir de las fotos y videos que comparte, recibe las mismas preguntas.

María: La más común es “¿Cómo puedo tener más autoestima?”, esa siempre siempre es la que de ley tiene que llegar en todos los videos, si no llega es la maldición güey, pídete un deseo, ya sabes. ¿Cómo puedo tener más autoestima? [...] trato de explicar que es un proceso, no hay una receta mágica, puedes empezar por hacer esto, por hacer lo otro, y así. [...] *Creo que en su mayoría mi audiencia sí son morritas con sobrepeso, algún tipo de problema de peso. [...] Hay veces en las que ni siquiera yo respondo los comentarios, creo que se ha creado una comunidad muy bonita en la que ya, no sé, a los tres días llego a revisar comentarios y se están apoyando unas a otras y dándose consejos y así.*

Teresa habla de su experiencia con el *Body Positive* en *Instagram* y cómo se ha conformado como un lugar de apoyo,

Teresa: Pero sí se ha vuelto un espacio de mucho como apoyo y mucho amor propio, por lo menos para mí porque de verdad soy como muy cuidadosa con las cuentas que sigo, entonces cuando yo entro a *Instagram* y todo el tiempo veo cosas bonitas, cosas que me han sentir bien, y para mí es una gran herramienta de trabajo personal, porque empecé *Instagram* y empecé *Youtube* y empecé otras cosas como para documentar mis cosas, y luego me di cuenta que había otras personas que estaban viviendo cosas similares a las mías, y que juntas nos podíamos apoyar y fue como de ah, pues está chido, y me empecé a tomar eso más en serio; y pues sí, *Instagram* es

ahora, también es parte importante de mi vida, creo que estoy encaminándolo a que sea como parte de un trabajo, por así decirlo, y ajá, eso es.

En su perfil, Teresa habla sobre su disforia corporal y cómo el *Body Positive* impacto en ello

Teresa: ahorita de lo que estamos hablando la mayor parte del tiempo [...] es como mucho esta onda de, cómo aceptarnos, cómo este... tener relaciones más sanas y esas cosas; o sea, realmente son temas como muy distintos todo el tiempo, pero todo es de una perspectiva *Body Positive*. [...] hacer algo con perspectiva *Body Positive* es empezar a hacer algo desde un lugar de amor, desde una aceptación y una comprensión a uno mismo y como de entender que los procesos no son lineales; o sea el *Body Positive* aunque, otra vez es como de *body* de cuerpo, insisto creo que es algo que empiezas haciendo por tu cuerpo o para aceptar tu cuerpo pero al final se va directo como a todas las demás áreas, pero sí, eso sería como mi...ajá. [...] Pues justo [me siguen] por esto de que se *identifican*, o sea yo no sé en qué momento me empezó a seguir la gente, mmmm, o sea sabes, yo de repente, es que todo fue desde que terminé esa relación.

Menciona un incremento en sus seguidoras, pero también la generación de diálogos a partir de que comparte sus fotografías y sus experiencias diarias.

Teresa: Creo que soy muy transparente, o sea realmente no creo que haya...yo sé que mucha gente tiene un personaje en redes, y no creo que esté mal, o sea finalmente cada quién decide cómo y qué compartir, pero yo *he intentado*

mantenerme muy transparente y ser la misma persona que soy todos los días en mi casa, que soy en las redes sociales, porque justo quiero como que...ajá, como dar este aire como de confianza, porque además comparto mi vida personal, realmente a puertas muy abiertas, lo cual me expone mucho y creo que eso hace como un canal de empatía y confianza entre las personas que me siguen. [...] Tenía 200 seguidores y en seis meses ya tenía 710 y es de qué está pasando, cómo me encuentra la gente, ¿no? Antes yo usaba mucho estos hashtags y de repente los dejé de usar y la gente me seguía siguiendo, entonces yo realmente como que no entendía qué estaba pasando, o sea no tengo muchos seguidores pero al final siento que de 50 personas que te sigue, influir sobre 50 personas es un gran número de personas, entonces pues ajá. Yo creo que es porque se sienten identificadas, al menos yo también sigo cosas con las que me identifico y me hacen sentir bien, entonces si tengo como un momento, pues yo creo que es por eso. [...] Yo comparto desde mi, desde lo que me ha pasado y ellas se identifican y me escriben, o a veces estas como preguntas que pongo en Instagram y así, que la gente las responde, también me han servido mucho para interactuar y abrir el diálogo.

Como podemos ver, María, Teresa y Christina reciben preguntas de otras mujeres sobre su experiencia particularmente en torno al amor propio o prácticas corporales como la ropa. A través de sus perfiles comparten sus experiencias de vida en torno a la gordura desde la reflexión del *Body Positive*. Los relatos audiovisuales de sus perfiles son autoproducidos, a diferencia del cine que, por ejemplo, supone una narración audiovisual previamente construida. En ese sentido, sus relatos son espontáneos y cotidianos, pero también específicos sobre la experiencia de la gordura. Estos relatos posibilitan la tensión de imaginaciones,

identidades y relaciones de poder a través del reflejo no sólo de prácticas corporales, sino de posibilidades de esos cuerpos (Roldán, 2017) que se desvían de los rígidos caminos que norman, estigmatizan y deshumanizan la gordura.

3.3 Las mujeres *Body Positive*: reflexiones corporales desde la belleza

El *Body Positive* invita primordialmente al cuestionamiento de la belleza hegemónica que exagera la delgadez. La belleza es un tema importante para las mujeres dado que está intrínsecamente relacionada con la experimentación del cuerpo. En este sentido, el *Body Positive* nos permite replantear actividades que antes se consideraban desagradables desde la gordura como el vestir, entre otras, y vivirlas partiendo del deseo de sentirse bien “para sí misma”, transformando no sólo la práctica, sino la experimentación del cuerpo en algo agradable. Repensar la identidad corporal desde este proceso reflexivo permite replantear el deseo propio y disfrutar del cuerpo que se tiene en el aquí y el ahora. El *Body Positive* impactó no solo en la manera en la que las mujeres gordas se relacionan con su cuerpo, sino también con las demás personas.

María: Lo primero que se me viene a la mente es que soy más intolerante a la intolerancia, ya no aguanto pendejadas de otra gente, *ya no estoy en la posición en la que bajo la cabeza y digo “Está bien güey, me merezco que me trates mal por gorda”, ya no hago eso, y creo que ha sido muy muy bueno*. Mis interacciones son muy diferentes, ya no creo vínculos con la gente, especialmente con otras mujeres por juzgar a otras mujeres, o ya no...¿qué otra cosa ya no hago? Ya no siento que los

vatos me están haciendo un favor si quieren coger conmigo, o sea, es muy diferente mi dinámica social en general. *Creo que viene de la mano cuando tienes un nivel no saludable de autoestima, no vas por la vida buscándole defectos a otras personas para sentirte bien contigo misma y vas por la vida comparándote y diciendo “Güey sí, sí estoy gorda pero no estoy tan gorda como ella”, o “Sí estoy gorda pero al menos me sé arreglar, me saco partido”, no”, “O sea sí estoy culera, pero esa morra está más culera que yo”; o sea, cositas así. Que a lo mejor son muchas más pero ahorita ando como en blanco. [...] Sentía mucho a las mujeres como mi competencia, me sentía muy amenazada por otras mujeres especialmente si las consideraba atractivas. Y era hasta medio pasiva agresivona (sic), porque era como, no sé esa morra veo que está hablando con mis amigos, pero por qué está hablando con mis amigos si son mis amigos, ya sabes, al rato van a querer hablar más conmigo que con ella...no, al revés. [...] Y ahorita las veo como compañeras.*

Para María, la relación con su cuerpo no solo resultaba conflictiva para consigo misma, sino también con otras personas. La reflexión corporal le permitió establecer límites con otras personas y que su gordura haya dejado de ser conflictiva para ella.

María: [Mi cuerpo] lo veo como un medio de transporte, lo veo como *el lugar en donde estoy residiendo en este plano terrenal*, porque yo soy muy hippie [...] lo veo como *la herramienta que me permite experimentar esta vida humana*.

Sin embargo, esta relación no fue siempre así. María menciona que en la prepa tenía una relación conflictiva con su cuerpo ya que deseaba adelgazar pero,

a raíz del *Body Positive* y el cuestionamiento durante diversos años la relación con su cuerpo se vuelve una más pacífica.

María: [la relación con mi cuerpo] Ha sido un poco conflictiva. Yo no tenía muchos complejos...o sea sí los tenía pero los enterraba porque lo tenía todo muy normalizado de las cosas que te dice la familia o los amigos, así, pero se puede decir que estuve en un entorno como muy, como en una burbujita porque siempre estuve escuela para mujeres y siempre mis papás me tenían aquí (señala la palma de su mano); entonces el pedo empieza cuando me cambio de escuela y entro a una prepa donde había vatos, y empieza esta, estas ganas de decir "Pues ahora quiero cambiar y ahora quiero vestirme diferente. Y me meto a Tumblr y veo que morritas que están súper flaquitas y que se ven bien bonitas en estos outfit entonces me gustaría ser como ellas", y *luego vienen problemas alimenticios y luego este, estuve como en una etapa muy saludable, luego me llegó una depresión muy fuerte, hasta que pude salir, pude tener una relación más pacífica con mi cuerpo, conmigo misma y así.* [Mi cuerpo aquí y ahora] *Lo aprecio mucho y valoro mucho todo lo que me permite hacer, estoy muy consciente de que depende de mí que mi cuerpo esté bien, que depende de mí que pueda seguir haciendo lo que hasta ahora puedo seguir haciendo. Amo, amo mucho mi cuerpo porque me ha demostrado que puede hacer muchas muchas cosas y me empodera, me hace sentir muy poderosa el saber eso, y el que aunque mucha gente diga que no puedes hacer muchas cosas si tienes determinado cuerpo, determinadas medidas me gusta desafiarlo y eso me empodera. [...]* No lo relacionaba con el *Body Positive* hasta que me puse a juntar dos más dos y dije oh, espera, *eso sí tiene algo que ver.*

La reflexión que hace María a raíz del *Body Positive* deviene en un proceso reflexivo-corporal que le permite no solo transformar el uso de la palabra gorda, sino analizar las implicaciones corporales de la gordura. Utilizando la palabra que seleccionó María, podríamos suponer que existe un *empoderamiento*, el cual hace alusión “al proceso por el cual las personas oprimidas ganan control sobre su vida tomando parte en actividades transformadoras de la vida cotidiana” (Del Valle, 1999). Ante este concepto, Mari Luz Esteban (2013) menciona que todo empoderamiento de la mujer a nivel social, implica siempre una experiencia del cuerpo visto y vivido, por lo que también será un *empoderamiento corporal*.

El *empoderamiento corporal* conjuga la crítica cultural y política con un nuevo análisis del cuerpo y de la imagen, nos invita a encontrar y ensayar nuevas formas de hablar desde el cuerpo y encontrar políticas y estrategias en relación con lo corporal (Esteban, 2013:47-48). El *Body Positive* nos presenta esta oportunidad de reflexión sobre el cuerpo, pero en muchos casos está entrecruzado con otros movimientos políticos específicos, como lo es con el caso de Teresa y Christina, quienes mencionan la influencia del feminismo.

Teresa tuvo una relación amorosa violenta que duró seis años durante la cual no podía compartir imágenes de ella en línea. Su proceso dentro del *Body Positive* se dio después de haber terminado con esta relación.

Teresa: ...es que la violencia estaba cañona, o sea yo ya no tenía identidad, yo ya no nada, era como la sombra de mi pareja, [...] dejé de cantar, dejé de dibujar, dejé de todo. [...] yo ya estaba leyendo de feminismo y estaba leyendo de *Body Positive* [...]

me hacía eco. Yo creo que saber eso me ayudó a salir de esa relación; o sea, ir aprendiendo del *Body Positive*, lo cual me llevó a aprender de feminismo me llevó a decir, sabes qué, ya basta. [...] No puede haber un *Body Positive* visto desde una perspectiva femenina sin feminismo, o sea, es como, van muy de la mano.

La influencia del feminismo en Teresa le permitió no solo experimentar la gordura como una corporalidad válida, sino también analizar las prácticas de belleza que se sentía obligada a hacer por el hecho de ser una mujer gorda.

Teresa: ...en este camino personal, yo tenía esta idea de como que todo el tiempo me tengo que ver perfecta porque como soy gorda, yo tengo que verme bien todo el tiempo para por lo menos estar presentable, y era como de me tengo que ver súper bien para mi pareja porque como estoy gorda pues, o sea soy súper fácil de reemplazar y tengo que estar súper depilada, y súper arreglada, y súper maquillada, y súper peinada, ser súper femenina cuando yo no soy tan femenina que digan.

Este cuestionamiento de las prácticas permite una reflexión profunda de la gordura y cómo se experimenta, el cual Teresa describe de la siguiente manera.

Teresa: ¿Mi cuerpo? Pues, es mi casa, o sea definitivamente es mi casa, es un espacio que habito y que procuro, y que cuido, y que me gusta decorarlo y me gusta vestirlo, y me gusta disfrutarlo. Definitivamente es, es como un vehículo, o sea yo soy muy espiritual, pero yo estoy en este cuerpo y estoy muy agradecida de estar en este cuerpo y, o sea, me deja darle placer a mí, me deja darle placer a otros, me deja comer bien chido, o sea realmente...es que está bien padre esto de tener un cuerpo

(risas). [...] Mi casa antes del *Body Positive*, creo que era una casa de un solo cuarto, sabes, o sea, era un cuarto muy aburrido, este, sin ventanas, sabes, intentando como ponerlo en palabras, o sea era muy...pero adentro había muchas cosas, o sea había como muchas cosas pero estaban ahí en pequeños frasquitos quizá, tappers, lo que quieras, pero no salían; y *ahora creo que soy un loft muy bonito, de cristales enormes, con un chingo de cosas, un chingo de colores, un chingo de vida*. O sea, sí, definitivamente se ve diferente el cuerpo-casa de ahora y el de antes.

Pero el proceso reflexivo-corporal de Teresa no se limitó a la vida interna, sino que también le permitió replantear cómo hablaba sobre ella.

Teresa: *A mí me gusta mucho mi cuerpo*, o sea, me parece un cuerpo muy interesante, tiene una, o sea como un poco anatómico, tiene una manera muy bonita como, de, ajá, siento que *tiene unas curvas muy chidas* y como muy, tiene una, no sé, antes por ejemplo *los pliegues* me causaban, siempre me ha gustado verlos en otras personas pero *en mí era algo como de (cara de incomodidad)*, pero ahora veo los *pliegues* y digo “ay, sí, esa soy yo”, o sea que es como ay, qué cool. Tengo, o sea me gusta mucho mi cuerpo, creo que también tengo, estoy muy proporcionada, es que no me gusta esa palabra, pero pues sí, tengo trasero, tengo busto, tengo estómago, o sea tengo todo como muy...cuál es la palabra, pues sí, proporcionado, ¿no? Ajá, y la verdad es que es algo que a mí me gusta, me gusta. *Es un cuerpo grande en todos los aspectos*, porque sí tengo mucho de todo, qué más, y ya; es muy blanco, lo cual antes no me gustaba pero ahora disfruto mucho el color de mi piel. [...] *Cambió mucho el cómo yo puedo hablar de mí*, y eso no sólo es...sí, el *Body Positive* sobre mi cuerpo, pero *también me ha ayudado a hablar mejor de mí en lo emocional*, lo

intelectual, en todo; creo se empieza como por el cuerpo pero de uno u otro momento empieza a abarcar todas las áreas de tu vida, aunque lo llamemos Body Positive. Y también me ha ayudado a sentirme muy sensual, a referirme muy bien de mí misma, y, ajá (tono de satisfacción). [...] Sí, o sea, soy mucho más respetuosa y mucho más amorosa conmigo misma, lo cual también me permite ser mucho más respetuosa y mucho más amorosa con los demás. [...] Pero como que últimamente sí es como de ya me doy mucho más mi lugar, yo no merezco menos de lo que yo sé que me merezco, me gusta ser de esta manera, y no tengo por qué hacer nada de otra manera, este es mi espacio, y lo voy a compartir con personas que se sientan felices de estar aquí, no con personas que crean que pueden estar en un espacio mejor, porque si creen que pueden estar en un espacio mejor pues que vayan y lo busquen.

Para Teresa, esta construcción para sí rebasa lo físico y permea también lo emocional, lo relacional e incluso lo sexual, dado que permite replantear la experimentación del placer en la gordura. Este replanteamiento configura su vida ya que define su participación en distintos espacios sociales de sus procesos y conflictos corporales, y la coloca en una posición subalterna que posibilita la contravención de las normas dominantes sobre el cuerpo (Esteban, 2013:120). En este sentido, puede que este planteamiento haga que se observe el propio cuerpo y se cuestione su lugar en la contravención de dichas normas, como lo es el caso de Christina.

Para Christina, el proceso reflexivo-corporal que conlleva el *Body Positive* junto con el feminismo la llevó a analizar su cuerpo en relación con los cánones hegemónicos europeos y su contexto específico como mexicana.

Christina: ...mi cuerpo, diría que *sale dentro de los estándares que nos han impuesto, que un sistema ha impuesto, y que es un cuerpo no normativo; o sea que va como en contra de todo esto que se dice, como se supone que deben ser los cuerpos de las mujeres en específico. Y...ajá. Algo normativo para mí es un cuerpo delgado que....que es como el que exige, pide la sociedad, o sea como delgado pero tampoco ya no tanto porque ya ahora ya ha cambiado eso, pero antes también era como súper delgado, y que tenga pompas y chichis pero no tantas, o sea, ya sabes como todas esas cosas que te imponen que...alta, pero no más que el hombre, este...ajá. Incluso aquí en México, pues un tono de piel blanco, aunque no sea lo que predomine; y yo cero, o sea, justo voy en contra de esa normatividad. O sea, es como cero soy alta, soy morena, soy gorda, tengo chichi, tengo pompas e incluso como los cuerpos con curvas aceptados, tampoco pienso que [yo] entré ahí; o sea, como que digo “no, pues mi cuerpo tampoco se parece a esto”. Es como mi cuerpo es así y mmm...no está encasillado en algo, y me gusta. [...] *ahora que soy gorda, es como que vivo súper tranquila, súper en paz*, cuando me llegan a decir algo, que también ya están súper, como, no ya no le voy a decir nada porque sé que Christina se pone...o sea, que contesto, o sea, y que sé que en otro momento cuando igual no hacía como estas paces con mi cuerpo y que dejara que me afectara todo, la publicidad, o todo lo que veía o incluso personas que veía en la calle y era como “ay no”...ya sabes. Este, me decían cosas, o sea...más como familia, como temas de “ay, pues deberías ponerte a dieta porque estás muy bonita de cara” y yo...pues nada, no hice nada, era como “ajá”. Y *ahora que me dicen eso, es como “ay no”, y también de cuerpo y de pompas, es que soy una misma, o sea, mi cara no está separada de mi cuerpo. [...] o sea, no puedes pedirme el mismo cuerpo de una francesa a una mexicana porque no es ni siquiera la misma genética, o sea no hay manera de que sea ese mismo cuerpo, y a**

veces pareciera que todos tenemos que tener ese cuerpo, no importa de qué lugar seas.

Además de la reflexión individual, Christina, al igual que Teresa y María, estableció nuevos límites para relacionarse de manera más amorosa con su círculo íntimo.

Christina: Sí, *también saqué personas que era como que, no me siento cómoda con esta persona, no me siento en confianza, porque hay mucha gordofobia interiorizada;* y ya sabes, como comentarios, o incluso series, películas, siempre es como que la gorda que es chistosa y no sólo es una persona que está ahí y listo. [...] Mi familia dejó de hacerme comentarios porque veían que yo me ponía, pues les contestaba (risas), y entonces también era como “bueno”, y también o sea, mi mamá cambió muchas cosas, que es como “pues sí, sí es cierto, ¿verdad? qué tiene”, y así.

Como podemos observar en los tres casos, el proceso reflexivo-corporal al que las llevó el *Body Positive* les permitió replantearse como sujetas para sí mismas a través de la reivindicación y reapropiación de palabras, actos, prácticas y discursos vinculados a la gordura. Estas subjetividades gordas, diferentes y diversas, detonan distintas reacciones sociales y nos posiciona en un entorno en donde las sujetas gordas nos enunciamos y exigimos respeto a la diversidad corporal.

3.4 Las posibilidades políticas

*“...yo no intento que mi cuerpo sea terreno político,
yo no intento que mi cuerpo sea un discurso,
pero mi cuerpo siempre, inevitablemente,
termina siendo un discurso.”*

-María, 23 años.

El *Body Positive* ha abierto una oportunidad no solo en el mercado, sino también en los medios de concebir una manera distinta de ser mujer gorda, en la cual la palabra y corporalidad no estén cargadas de significado negativos. Responde a la urgencia histórica actual en donde las mujeres gordas cuestionan su vida en tanto gordas.

La opinión general en torno al *Body Positive* es que es una moda que inserta a las mujeres gordas en la misma dinámica de belleza hegemónica hiperglamourizada con la única diferencia del número de la talla. Esta opinión, permeada por la producción del mercado y su impacto en la cultura, me parece que denota críticas posibles al *Body Positive*, pero no considera el punto central de esta investigación: la experiencia de las mujeres gordas.

La constitución del *Body Positive* como un dispositivo corporal nos hace ver que sus prácticas y discursos se encarnan. El eslogan “Todos los cuerpos son bellos” no solo se escucha y se predica, se encarna y se reconfigura la propia noción de belleza, y en ese sentido, del cuestionamiento del deber ser mujer. Considero que minimizar su relevancia política, por el simple hecho de que

constituye a los cuerpos gordos como bellos, es invisibilizar las condiciones específicas bajo las que se desarrollan las mujeres gordas.

El *Body Positive* tiene un impacto en las experiencias de vida de las mujeres gordas, pero las experiencias diarias muestran también la manera en la que nos constituimos como sujetas. Efectivamente, las mujeres no debemos belleza, pero no podemos negar el papel tan importante que la belleza tiene en la configuración de la subjetividad de las mujeres, y a las mujeres gordas se nos ha negado tajantemente acceder a una visión agradable de nuestro cuerpo.

Como lo establecí previamente, considero el *Body Positive* en Instagram como una gordotopía, un lugar que ha posibilitado el diálogo y cuestionamiento de las existencias gordas dentro de un espacio seguro, donde se nos valida como sujetas gordas. En esta gordotopía, elementos nuevos y viejos coexisten en un mismo espacio en donde es posible cuestionar y proponer formas distintas de existencia que, si bien pareciera que no rompen con la dicotomía, cambian profundamente la intimidad de quien se abre a la posibilidad: la reflexión en torno a su cuerpo permite, además, poder establecer límites con otras personas, analizar las prácticas de belleza que se sentía obligadas a hacer por el hecho de ser una mujer gorda, prácticas que tenían como objetivo invisibilizar o compensar la gordura ante los demás. Este cuestionamiento de las prácticas permite una reflexión profunda de la gordura y cómo se experimenta, el cuerpo gordo se vuelve un espacio habitable, que se procura, se cuida, se viste, se celebra pero sobre todo, se disfruta. El proceso reflexivo-corporal que conlleva el *Body Positive* no se limita a la vida interna, también permite replantear cómo hablaba sobre los cuerpos gordos. Es esta característica del disfrute del propio cuerpo gordo lo que

parte la concepción no solo personal, sino cultural en torno a la gordura, posibilitando nuevos significados.

Las acciones y prácticas que realizan las mujeres gordas cuestionan el orden simbólico que reproduce una belleza hegemónica delgada, blanca y patriarcal, en donde las sujetas femeninas solo tienen una posibilidad corporal: la delgada. Esto a veces sin ser su intención expresa. El reconocimiento de una sujeta gorda posible visibiliza más allá de un cambio individual, una serie de eventos históricos y representaciones que dieron pie a la construcción de otros discursos contraculturales. Esta producción de mujeres gordas constituidas con otros recursos como sujetas nos habla de otras formas de hacer política que resisten a la subordinación de un modelo determinado (Cejas, 2016).

Las mujeres gordas del *Body Positive* cuestionan, dialogan y retan el orden que las constriñe a través de la creación de cultura y representaciones, en la posibilidad de descolonizarse y apropiarse de los mismos relatos de orden desde sí mismas, desde su experiencia situada de ser mujer, en su contexto espacio-temporal específico, haciendo uso de los recursos disponibles desde los márgenes (Cejas, 2016) que se interponen a las mujeres gordas.

La articulación política que permite una búsqueda y producción de un “nosotras” como mujeres gordas cuestiona los modelos de subjetividad e identidad existentes y tienen un profundo impacto en la realidad sociocultural. Lo cierto es que gracias a estos cuestionamientos, rupturas y resignificaciones podemos constatar que hoy en día las mujeres gordas han logrado mostrar mediante sus fotos, su ropa y sus historias que otras formas de ser mujer gorda son posibles.

CONCLUSIONES

Esta investigación surge de una inquietud personal que yo, como mujer gorda, tengo al respecto de la gordura y la experimentación de la misma.

La gordura se ha estudiado como un concepto, una enfermedad o una falla en el sistema. Como se pudo observar, los análisis realizados en torno a la gordura se centran en las características físicas de dicha corporalidad, sin considerar a las gordas personas con agencia y experiencia propia. Esto, por supuesto, crea un sesgo al momento de hacer investigaciones en torno a la gordura y las personas gordas. Las investigaciones toman como punto de partida una definición patologizante, repitiendo con ello la violencia y juicio moral que esto implica al momento de hacer el análisis e interpretar los resultados de cualquier estudio. En este sentido, la presente investigación es novedosa, ya que parte del supuesto de que las personas gordas, en este caso las mujeres, tienen una agencia política que les permite enunciar la gordura desde otras coordenadas fuera del discurso biomédico.

Esta tesis abordó la experiencia de lo que implica ser una mujer gorda en un fenómeno creado desde la gordura y replantea otras coordenadas para este concepto. Para ello, los estudios críticos de la gordura me permitieron abordar el análisis de la gordura, más allá de la patología y pensar en las experiencias de las mujeres gordas desde su valor político. Al haber experimentado toda una vida en el marco de existencia con el que la sociedad delimita a las personas gordas, poseo los lentes de la experiencia gorda y puedo saber en qué áreas y temas están ignorando nuestras voces. Si bien existen diversas investigaciones en torno

a las mujeres gordas como sujetas políticas, estas no son analizadas desde sus experiencias de vida. En otras palabras, se hacen investigaciones sobre mujeres gordas sin hablar con las mujeres gordas. La presente investigación es novedosa, debido a este acercamiento a las sujetas y la inmensa carga política que implica poner el foco en las experiencias de las mujeres gordas, colocando al centro un tema tan estigmatizado como lo es la gordura, y más aún, el disfrute de esta.

Las mujeres gordas son sujetas políticas con pensamiento y vivencias propias, capaces de analizar, cuestionar y replantear las narrativas con las que se pretende enmarcar sus vidas en tanto gordas. El *Body Positive* es el resultado de esta historia que busca otra forma de representación gorda.

Una de las críticas más importantes al *Body Positive* por parte de teóricas gordas como Magdalena Piñeyro (2019) y Aubrey Gordon (2020) es que pese a su ferviente popularidad, el *Body Positive* hace poco para cambiar la opresión estructural que viven las personas gordas; esto es, que no resuelve la gordofobia. Y tienen razón, el *Body Positive* no resuelve la gordofobia estructural ni la patologización de la gordura. No lo hace porque no es su propósito hacerlo. El *Body Positive* comenzó como un modelo terapéutico, que se enfocaba en la relación con el propio cuerpo y, a su vez, como una manera de exigir una mayor y mejor representación de las personas gordas en los medios de comunicación masiva. Si hacemos una inspección minuciosa de su historia, como la que he presentado en esta investigación, el *Body Positive* nunca menciona como objetivo la derogación absoluta de la gordofobia. Descartar la importancia de este movimiento basándonos en este supuesto es, en primer lugar, un error metodológico.

El *Body Positive* se centra en la reflexión de la representación de las mujeres y la belleza hegemónica, la cual coloca la delgadez como la única posibilidad de ser. Asimismo, fija su discurso en la relación de los individuos con su propio cuerpo. Es aquí en donde se concentra la mayor cantidad de reclamos y críticas en torno al *Body Positive*, en el peso excesivo que le otorga al amor individual y la relación con el propio cuerpo, en un sistema que constantemente nos violenta de manera estructural; ¿pero no es acaso una mejor relación con el propio cuerpo una revolución en sí?

El cuestionamiento que propone el *Body Positive* radica en la problematización de modelos y representaciones que excluyen a las mujeres gordas, por lo que considero que su valor como movimiento y fenómeno cultural radica en su función de tensionar dichas esferas del poder. A través de este, se posibilita la coexistencia de distintos elementos en torno a los significados culturales sobre cómo se es mujer gorda y abre una cancha para experimentar la gordura desde el goce. Este espacio, a su vez, propicia y alienta el diálogo entre pares, permite generar redes y también cuestionamientos que replantean la forma en que somos mujeres gordas. Esto no es cualquier cosa, ya que las mujeres gordas somos consideradas como defectuosas o productos inacabados, siempre en vías de ser delgadas. La formulación de estos espacios y diálogos permite experimentar a las mujeres gordas una relación cómoda y satisfecha con su cuerpo gordo.

El acceso a imágenes, ropa, espacios, diálogos y discusiones que se han gestado a raíz del *Body Positive* son un parteaguas en la experiencia de las mujeres gordas. Atravesadas con una historia de violencia, inaccesibilidad y

degradación, la enunciación “Soy gorda y soy bella” da un salto en la jerarquía corporal que, si bien no deroga por completo las violencias que vivimos en tanto gordas, nos permite habitar y pensar el cuerpo de maneras más amigables, prometedoras y valiosas.

La autoridad narrativa de las mujeres gordas a través del *Body Positive* no se centra en la “hiperglamourización” como fin, sino en una relación otra con la gordura; una relación agradable y positiva. Se ha intentado llegar de varios modos a esta relación con el cuerpo gordo, siendo la moda posiblemente el ámbito más destacado dentro del *Body Positive*. María, Teresa y Christina experimentaron un cambio visible en la manera en que se vestían, pasando de prendas prohibidas a una selección acorde a sus gustos y no a las limitantes impuestas. Este aspecto del *Body Positive* es, de nuevo, uno de los elementos más criticados al respecto de la ejecución del movimiento. Sin embargo, el culto al cuerpo, y sobre todo a la delgadez femenina, nos habla de que existe una faceta más profunda en estos aspectos. La ropa conforma una de las prácticas corporales más estereotipadas y desvelar contradicciones en el discurso dominante de la delgadez pone de relieve un valor que, para las personas no gordas, podría parecer “más de lo mismo”; sin embargo, desde la gordura, son prácticas que descolocan los criterios de la normatividad.

La ropa es uno de los elementos principales, pero eso no significa que sea el único componente del *Body Positive*. Los diálogos, las fotografías y sobre todo el cambio en la experimentación de la gordura nos muestran que el *Body Positive* es para las mujeres gordas, más allá de una moda, una manera de reflexionar su propia corporalidad y pensarse como otro tipo de sujetas gordas en el mundo. En

este sentido, la relevancia que tiene Instagram como una nueva tecnología que pertenece al Internet, es que supera su propósito inicial de ser una red social y se transforma en un lugar posible para ocupar por parte de las mujeres gordas, gracias a la facilidad que tiene en la generación de contenido. Esto, a su vez, distribuye de manera rápida e internacional imágenes de mujeres gordas que están retomando la gordura desde un lugar posible para habitar el cuerpo.

Las críticas en torno al *Body Positive* van desde la despolitización del movimiento gordo hasta la exacerbación de un modelo de mujer gorda, en aras de la reivindicación de la belleza. Críticas que son acertadas al momento de hablar de campañas publicitarias, en donde el *Body Positive* es solo una excusa para una nueva sección en la tienda departamental, una raya más al tigre capitalista, un billete más a la cartera. Dichas críticas también son justas si colocamos al *Body Positive* como EL movimiento gordo, el único y más importante. Sin embargo, debemos reiterar que el movimiento gordo es más amplio y el *Body Positive* es solo una parte de ello.

El *Body Positive* tensiona pilares que construyen la subjetividad de las mujeres, es una discusión que se deriva del activismo gordo y que tiene alcances y limitaciones, dado el contexto en el que se desarrolla. Cabe decir que, si bien es una de las discusiones que replantea la gordura, no es la única; habría que explorar otras discusiones que aborden dicha problemática. En este sentido, las posibilidades políticas del *Body Positive* son congruentes con su deseo inicial, el de formar una representación otra de las mujeres gordas.

La gordura es una experiencia, en palabras sencillas, “muy fea”. En palabras complejas: solitaria, violenta, invisible, inviable e indeseable; justo en la frontera entre el chiste y la muerte. Ser gorda es un recorrido por los límites de la acción, es ver pasar tu vida sin realmente protagonizarla, sin poder disfrutarla en todo sentido. No es el *Body Positive* por sí solo lo que cambia a las mujeres; **son las mujeres gordas que se atreven**, que escuchan en esta propuesta una invitación a imaginarse de otra manera. Son las mujeres repensándose, transformándose y experimentándose quienes activan la rueda de esta burbuja gorda. El cuerpo gordo, -la panza, la lonja, la papada- no cambia. En estos relatos, las mujeres no modifican su cuerpo; no lo reducen ni lo alteran, pero sí vemos una transformación en la manera en la que experimentan la vida en ese cuerpo gordo, y en ese sentido, la manera en la que se experimentan desde la gordura.

Los alcances que tiene esta investigación es que se replantea el estudio de la gordura desde la particularidad de la experiencia. En ese sentido, lo que faltó fue observar la experiencia de la gordura en otras coordenadas además del *Body Positive*, como por ejemplo desde el movimiento gordo. Asimismo, esto propone otras vertientes que devienen en la discusión de la gordura y las personas gordas, como lo son las nociones de neutralidad corporal, aceptación corporal, soberanía corporal y justicia gorda (Gordon, 2020:6). Queda mucho más por abordar en el análisis de la gordura como categoría analítica y poniendo a las personas gordas al centro de las investigaciones como sujetos de agencia.

Por otra parte, una de las limitantes durante el desarrollo de la investigación fueron las condiciones de confinamiento obligado debido al COVID-19, lo que supuso un reto metodológico por sí mismo ya que no fue posible entrevistar a más

mujeres para la investigación. Si bien en un inicio se pretendía que fueran cinco mujeres las entrevistadas, se decidió trabajar solo con tres ya que se contaba con los recursos antes del inicio del confinamiento, lo que a su vez tuvo un impacto en el acotamiento del tema que respondió a lo que era posible analizar e indagar en dicho momento de choque.

Asimismo, considero que falta investigar más sobre *Internet* considerándolo un lugar que se habita y no solo una herramienta de comunicación. Esto se puntualiza aún más en la actualidad ya que la pandemia y el confinamiento por el COVID-19 ha empujado las interacciones cotidianas a las redes sociales y el *Internet*. En este sentido, la presente investigación me permitió observar que en la medida en que el *Body Positive* es un fenómeno de redes, y en respuesta a la reconfiguración discursiva propia de un dispositivo, su análisis dista de ser uno final, por lo que debemos considerar ampliamente el impacto de las redes más allá de la pantalla.

Esta investigación me ayudó a comprender que la gordura, o más bien la experiencia de la gordura, es compleja y debe ser analizada con rigor y seriedad, considerando la genealogía construida por las teóricas gordas para preguntarnos más allá de los límites del debate. A fin de llevar a cabo un análisis serio y una crítica necesaria de los discursos y prácticas que operan sobre los cuerpos gordos y en la experiencia de mujeres gordas, necesitamos abordar la vivencia desde las herramientas del pensamiento que suponen los estudios críticos de la gordura. Más aún: siendo este un cruce de disciplinas, es importante sumar análisis desde la historia, la nutrición, la economía, el feminismo y los estudios de género, por nombrar solo un puñado de campos que pueden enriquecer y potenciar la crítica y

la propuesta de formas de ser y de vivir más justas y más libres para las mujeres gordas. Pensar la gordura debe, por supuesto, seguir considerando las coordenadas y debates del cuerpo; sin embargo, hacer uso de los estudios críticos de la gordura puede llevarnos a entretener una discusión más amplia, matizada y radical en torno a ser gorda. Analizar la gordura como una experiencia profunda nos ayuda, a la vez, a deshilar la estructura mediante la cual se perpetúa el odio y la discriminación a las personas gordas y hacer preguntas más allá de los límites del modelo biomédico, para así, imaginar otras maneras de ser gorda.

Epílogo

Mujeres gordas, mujeres bellas, mujeres cómodas con su propia gordura y dispuestas al diálogo, sin temor de mostrar parte de su piel a los ojos pudibundos de quienes denigran y patologizan la gordura. Mujeres gordas que cambian la relación con su cuerpo y, a la vez, transforman sus relaciones, amistades y límites. Mujeres gordas que no lloran su gordura o intentan esconderla; sino que la disfrutan solas y en compañía, porque gozan de su cuerpo.

Mujeres plenas, mujeres felices, mujeres gordas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abondano Araoz, Isabella y Daniela Hernández Huertas. “Los instagramers, configurados de identidad narrativa en la virtualidad”, tesis de grado, Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje, y la Facultad de Psicología, Pontificia Universidad Javeriana, 2018.

Alleva M., Jessica y Tracy L. Tylka. Muttarak’s study design cannot support the link between the Body-Positive Movement and overweight or obesity, *Obesity*, 2018, pp. 1

Álvarez-Castaño, Luz Stella, Juan Diego Goez-Rueda, Cristina Carreño-Aguirre. Factores sociales y económicos asociados a la obesidad: los efectos de la inequidad y de la pobreza. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, vol. 11 núm. 23, julio-diciembre, 2012, pp. 98-110.

Arriaga Flórez, Mercedes, “Cultura y violencia simbólica”, en Arriaga Flórez, Mercedes; Elvira Burgos Díaz, María Caballero Wangüemert, Emma Martín Díaz, Carmen Ramírez Gómez, Gemma Vicente Arregui y Laura Viñuela Suárez, *Las mujeres en la cultura y los medios de comunicación*, Sevilla, ArCiBel Editores, 2004. pp. 7-14.

Asociación del *Internet* Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de *Internet* en México 2019.

Baile Ayensa, José I. y Alejandra Velázquez-Castañeda. Medición del riesgo de trastorno alimentario en una muestra de mujeres mexicanas: Convergencia de tres técnicas de evaluación. *Revista Mexicana de Psicología*, vol. 23, núm. 2, diciembre, 2006, pp. 225-233.

Bienes Brito, Noemí. “*Curvy*-lineas: Una aproximación al canon corporal *curvy en la red*”, tesis de magíster, Madrid, Master Universitario en Estudios Feministas, Universidad Complutense de Madrid, 2017.

Blanes, María José. “Las *curvy* como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en *Instagram*”, *CIC. Cuadernos de Información y comunicación*, Vol. 22, 2017, pp. 203-221.

Body Positive, "The Body Positive - About Us", [en línea], 27 de febrero de 2021, recuperado de <https://www.thebodypositive.org/about#About-Us>

Bordo, Susan. *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture & the Body*. Berkeley, CA: University of California Press. 2003.

Bordo, Susan. El feminismo, la cultura occidental y el cuerpo. *La ventana*, 14, trad. Moisés Silva, 2001, pp. 7-81.

Bourdieu, Pierre. *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama. 2000.

Bronstein, Carolyn, "Fat acceptance blogging, female bodies and the Politics of Emotion", *Feral Feminisms, Feminine Feelers, issue 3, winter*, 2015, pp. 106-118.

Brownmiller, Susan. *Femininity*. Open Road: New York, 2013.

Cejas, Mónica (coord.) *Feminismo, cultura y política: prácticas irreverentes*. México, Itaca-UAM-X, 2016.

Cohen, Rachel; Jasmine Fardouly, Toby Newton-John y Amy Slater. #BoPo on *Instagram*: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New media & society*, 2019, pp. 1-19.

Cohen, Rachel; Lauren Irwin, Toby Newton-John y Amy Slater. #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on *Instagram*, *Body Image*, vol. 29, 2019, pp. 47-57.

Cooper, Charlotte. 'Fat Studies: Mapping the Field', *Sociology Compass*, 4/12, 2010, pp. 1020 - 1030.

_____. 'What's Fat Activism?', Working Paper, september, University of Limerick, 2008.

_____. "Fat activism: A Queer Autoetnography", tesis doctoral, Limerick, Doctor of Sociology, University of Limerick, 2012.

- Cosío Barroso, Izchel A. y Alejandra Oyosa Romero (24 de octubre de 2019). Gordedad: las posibilidades de resistencia, subversión y disidencia. En *El Cuerpo Descifrado. IX Congreso Internacional de Ciencias, Artes y Humanidades. El Cuerpo Descifrado*. Prácticas corporales de la subversión. Conferencia llevada a cabo en el congreso El Cuerpo Descifrado, Universidad Autónoma Metropolitana, CDMX, México.
- Crawford, Anwyn. 'Fat, privilege and resistance', *Overland, Issue 28*, 2012, Recuperado de:
<http://overland.org.au/previous-issues/issue-208/feature-anwyn-crawford/>
- Cwynar-Horta, Jessica. "The commodification of the Body Positive Movement", *Stream: Culture/Politics/Technology*, Vol. 8 (2), 2016, pp. 36-56.
- De Lauretis, Teresa. *Alice ya no. Feminismo, semiótica, cine*, Madrid, Cátedra, 1992.
- _____. "La tecnología del género" en *Mora*, no. 2, Buenos Aires, 1996 (c.1989), pp. 6-34.
- Del Valle, Teresa; J.M. Apaolaza, F. Arbe, J. Cucó, C. Díez, M.L. Esteban, F. Etxeberría y V. Maquieira (coord.), *Modelos emergentes en los sistemas y relaciones de género*, Narcea, 1999.
- Donague Ngaire & Anne Clemitshaw, "I'm totally smart and a feminist...and yet I want to be a waif": Exploring ambivalence towards the thin ideal within the fat acceptance movement", *Women's Studies International Forum Vol. 35, Issue 6*, November–December 2012, pp. 415-425.
- Esteban Galarza, Mari Luz. *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona, Bellaterra. 2013.
- _____. "Etnografía, itinerarios corporales y cambio social: Apuntes teóricos y metodológicos". En *La materialidad de la identidad*, (ed.) Imaz, Elixabete. Donostia, Hariadna. 2008. pp. 135-158
- Fernández, Laura; Magdalena Piñeyro y María Salvia. "Armarios rotos, placeres desbordados: corporalidades gordas y sexualidad", *Sexualidades*, noviembre, 2017, pp. 16-18.

Flores Guevara, Sandra, "Cibercultura, cibermensajes, cibertextos, cibergénero: una mirada a las páginas web de mujeres y para mujeres", en Hernández Carbadillo, Elvira (coord.), *Cultura y género. Expresiones artísticas, mediaciones culturales y escenarios sociales en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2011. pp. 170-184.

Foucault, Michel. *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, trad. Aurelio Garzón del Camino, Siglo XXI, Editores Argentina: Buenos Aires, 2002.

_____. "Topologías", *Fractal* n° 48, enero-marzo, año XII, volumen XII, 2008, pp. 39-40.

Franco-Paredes, Karina; M. Leticia Bautista-Díaz, Felipe J. Díaz-Reséndiz y Elba M. Arredondo-Urtíz. Propiedades psicométricas del Body Shape Questionnaire (BSQ-14) en mujeres universitarias mexicanas. *Revista Evaluar*, vol. 18 núm. 1, 2018, pp. 1-11.

Friedman, May. "On Mommyblogging: notes to a Future Feminist Historian", *Journal of Women's History*, 22.4, 2010, pp. 197-208.

Gazca, Samira. "Body positive: un movimiento que empodera a las mujeres mexicanas", *Mujer México*, 23 de febrero de 2020, en línea [<https://mujermexico.com/moda-y-belleza/body-positive-un-movimiento-que-empodera-a-las-mujeres-mexicanas/>], consultado el 19 de marzo de 2021.

González Mateos, Adriana. "Representación", en Moreno, Hortensia y Alcántara, Eva (coord.), *Conceptos clave en los estudios de género Volúmen I*, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitarios de Estudios de Género, 2016, pp. 277-288.

Gordon, Aubrey. *What we don't talk about when we talk about fat*. Boston, Beacon Press, 2020.

Guzmán, Adriana. "Capítulo 1. Percepción, imaginación e imaginario: posibilidad de las prácticas corporales", en Muñiz, Elsa (coord.), *Prácticas corporales: performatividad y género*, La Cifra Editorial, Ciudad de México, 2014, pp. 38-63.

Hall, Stuart. *Sin Garantías: Trayectorias y Problemáticas en los Estudios Culturales*, Popayán-Colombia, Envió Editores. 2010.

Harjunen, Hannele. "Women and Fat. Approaches to the Social Study of Fatness", tesis doctoral, Finlandia, Doctorado en Estudios de Género, University of Jyväskylä, 2009.

_____. *Neoliberal bodies and the gendered fat body*, New York, Routledge, 2017.

Herndon, April. 'Collateral Damage from Friendly Fire? Race, Nation, Class, and the "War against Obesity"'. *Social Semiotics*, 15(2), 2005, 127–141.

Kent, L. 2001 Fighting abjection: Representing fat women. En J. Evans Braziel and K. LeBesco 2001. *Bodies out of bounds. Fatness and transgression*. Berkeley: University of California Press.

Kirkland, Anna, 'The Environmental Account of Obesity: A Case for Feminist Skepticism', *Signs*, Vol. 36, No. 2, pp. 463–485. 2011

Klein, Richard. "Fat beauty", en LeBesco, Kathleen y Jana Evans Braziel. *Bodies out of bounds. Fatness and Transgression*, California, Regents of the University of California, 2001, pp. 19 - 38.

Knight Asorey, Cristina "El *Body Positive* como fenómeno social a través de Instagram", tesis para maestría, Madrid, Máster universitario en Marketing Digital, Universidad Camilo José Cela, 2018.

Kraus, Ashely y Jessica Gall Myrick. Feeling Bad About Feel-Good Ads: The emotional and body-image ramifications of Body-Positive media, *Communication Research Reports*, 2017, pp. 1-11.

Kyrölä, K., & Harjunen, H. Phantom/liminal fat and feminist theories of the body. *Feminist Theory*, 18(2), 2017, 99–117.

LeBesco, Kathleen. *Revolting Bodies? The Struggle to Redefine Fat Identity*. Amherst, MA and Boston, MA: University of Massachusetts Press, 2004.

- _____. "Queering fat bodies/politics", en LeBesco, Kathleen y Jana Evans Braziel. *Bodies out of bounds. Fatness and Transgression*, California, Regents of the University of California, 2001, pp.74 - 87.
- LeBesco, Kathleen y Jana Evans Braziel. *Bodies out of bounds. Fatness and Transgression*, California, Regents of the University of California, 2001.
- Marín Cárdenas, Alina Dioné, Georgina Sánchez Ramírez y L. Liliane Maza Rodríguez. Prevalencia de obesidad y hábitos alimentarios desde el enfoque de género: el caso de Dzutóh, Yucatán, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, vol. 22 núm. 44, 2014, pp. 64-90.
- Marwick E., Alice. Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, vol. 27 1 (75), 2015, pp. 137-160.
- Masson, Lucrecia, "El cuerpo como espacio de disidencia", *Diagonal*, 8 de abril de 2014, recuperado de:
<https://www.diagonalperiodico.net/cuerpo/22353-cuerpocomo-espacio-disidencia.html>.
- Meza Peña, Cecilia y José Moral de la Rubia. Obesidad femenina: negociando significados. *Alternativas en psicología*, año XVI núm. 26, febrero-marzo, 2012, pp. 59-67.
- Molina, Ahre. "#CurvyMX de Liverpool, el gran evento de moda plus size en México, "Yo Curvilinea", 30 de junio de 2017, recuperado de
<https://www.yocurvilinea.com.mx/curvymx-de-liverpool-moda-plus-mexico/>
- Morales-Ruán María del Carmen, Ignacio Méndez-Gómez Humarán, Teresa Shamah-Levy, Zaira Valderrama-Álvarez y Hugo Melgar-Quiñónez. La inseguridad alimentaria está asociada con obesidad en mujeres adultas de México. *Salud Pública Mex.*, vol. 56 supl 1, 2014, pp. S54-S61.
- Moreno, Lux. *Gorda vanidosa. Sobre la gordura en la era del espectáculo*. Argentina, Ariel, 2018.
- Moreno Parra, Paz. "Subjetividad femenina y gordura. Una perspectiva desde los estudios culturales y género", tesis de magíster, Santiago de Chile, Magíster en Género, Universidad de Chile, 2015.

Muñiz, Elsa. *Disciplinas y prácticas corporales: una mirada a las sociedades contemporáneas*. Anthropos: México, 2010.

_____. *La cirugía cosmética: ¿un desafío a la "naturaleza"? : belleza y perfección como norma*, UAM: D.F., 2011.

_____. "Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista", *Revista Sociedade e Estado*, vol. 29, núm. 2, mayo - agosto, Brasil, 2014, pp. 415-432.

_____. "Prácticas corporales: performatividad y género. A manera de introducción", en Muñiz, Elsa (coord.), *Prácticas corporales: performatividad y género*. La Cifra, México, 2014.

Murray, Samantha. *The 'Fat' Female Body*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2008.

Muttarak, Raya. Normalization of plus size and the danger of unseen overweight and obesity in England, *Obesity*, vol. 26, 2018, pp. 1125-1129.

Nebot Muñoz, Aroa. "*Instagram* y el canon de belleza actual: modelos "plus-size".", tesis de grado, Castellón, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universitat Jaume I, 2017.

Orbach, Susie. *Fat is a Feminist Issue*, Arrow Books, Great Britain, 2006.

Oyosa Romero, Alejandra, "De gordura, gordas y gordofobia: discriminación, opresión y resistencia", en Sánchez Neria, Miguel Ángel; Alejandra Oyosa Romero y Luis Guillermo Álvarez Corona (coord.), *Miradas convergentes frente a cuerpos disidentes*, La Cifra: México, 2017.

Pavón, Nathalia. "5 cuentas que se cansaron de ser "perfectas" en *Instagram* y ahora lo son aún más". ELLE, 2018, recuperado de <https://elle.mx/belleza/2018/07/02/cuentas-instagram-body-positive>

Pedroni, Marco. "Meso-celebrities, fashion and the media: How digital influencers struggle for visibility", *Film, Fashion & Consumption*, vol. 5, number 1, 2016, pp.103-121.

Piñeyro, Magdalena. *10 gritos contra la Gordofobia*. Ediciones Vergara: España, 2019.

_____. [lamagduchi]. 14 de febrero de 2021. ¿La gente flaca puede hacer activismo contra la gordofobia? [Imagen de *instagram*]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/CLRKaTODRJ9/>.

Preciado, Beatriz. *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en "Playboy" durante la guerra fría*. Edición Anagrama, México, 2010.

Regalado, Octavio, "Usuarios de *Instagram* en México #Infografía", Octavio Regalado, 29 de febrero de 2016, <http://octavioregalado.com/usuarios-de-instagram-en-mexico/>, consultado el miércoles 11 de noviembre de 2020.

Rich, Emma y John Evans. 'Fat ethics': The obesity discourse and body politics. *Social Theory and Health* 3, 2005, pp. 341–358.

Rizo García, Marta. "Cuerpo y subjetividad. Autopercepción corporal e identidad de género en mujeres de la ciudad de México.", *XXXI Congreso ALAS Uruguay 2017. Las encrucijadas abiertas de América Latina. La sociología en tiempos de cambio*. Uruguay. 2017.

Roldán Ortíz, Mariel. "Mujeres encarnadas y dispositivos de control: la mirada", en Sánchez Neria, Miguel Ángel; Alejandra Oyosa Romero y Luis Guillermo Álvarez Corona (coord.), *Miradas convergentes frente a cuerpos disidentes*, La Cifra: México, 2017.

Rothblum, Esther y Sondra Sondra. "Introduction". En: Esther Rothblum and Sondra Solovay (eds.) *The Fat Studies Reader*. New York and London: New York University Press, 2009, pp. 1–7.

S/A . #CurvyBloggersMX, el primer movimiento Plus Size en México. El Universal, suplemento EME de Mujer 2016, recuperado de: <https://mx.emedemujer.com/moda/curvybloggersmx-movimiento-curvy-mexico/>

- Santarelli, Natalia. "Categorías de género, experiencia y subjetividad en el pensamiento de Teresa De Lauretis. La potencia del acompañamiento socorrista en la construcción de género". Villa María: Universidad Nacional de Villa María, 2016.
- Sastre, Alexandra, "Towards a radical body positive: reading the online body positive movement", tesis doctoral, Pennsylvania, Doctor of Philosophy, University of Pennsylvania, 2016.
- Saucedo-Molina, Teresita de Jesús y Claudia Unikel Santoncini. "Conductas alimentarias de riesgo, interiorización del ideal estético de delgadez e índice de masa corporal en estudiantes hidalguenses de preparatoria y licenciatura de una institución privada". *Salud mental*, 33, 2010, pp. 11-19.
- Senft M., Theresa. *Camgirls: celebrity & community in the age of social networks*. Estados Unidos de América: Peter Lang Publishing, 2008.
- Smith, Carolyn, "Under the Radar: Fat Activism and the London 2012 Olympics", entrevista a Charlotte Cooper, *Gamesmonitor*, [en línea], 15 de mayo de 2012, <http://www.gamesmonitor.org.uk/node/1647>.
- Throsby, Karin. "How Could You Let Yourself Get like That?" Stories of the Origins of Obesity in Accounts of Weight Loss Surgery'. *Social Science & Medicine*, 65, 2007, 1561–1571.
- Tolentino Sanjuan, Valentina. *La cosificación virtual de las mujeres*, Ciudad de México, Editores y Viceversa, 2016.
- Tornos Urzainki, Mainer. "El estadio del espejo: a las órdenes de la imagen estética-ideal del cuerpo-delgado (Freud, Lacan, Recalcati)", en Rodríguez Cabrera, Verónica; Muñiz, Elsa y List, Mauricio (coord.), *Prácticas corporales en la búsqueda de la belleza*, Distrito Federal, México, La Cifra, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, 2015, pp. 297-326.
- Tuñón, Julia (comp.), *Enjaular los cuerpos. Normativas decimonónicas y feminidad en México*, México, D.F., El Colegio de México, Programa Interdisciplinario de Estudios de la Mujer, 2008.

van Amsterdam, Noortje, 'Big Fat Inequalities: An Intersectional Perspective on 'Body Size'', *European Journal of Women's Studies*, 20: 2, 2013, pp. 155–169.

Vargas Ortiz, Noemí. "Las representaciones de la mujer de talla grande en la publicidad: caso Forever21", *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 151, 2020, pp. 1-24.

Vega A., Guillermo. "El concepto de dispositivo en M. Foucault. Su relación con la "microfísica" y el tratamiento de la multiplicidad", *Nuevo Itinerario Revista digital de Filosofía*, Septiembre, 2017, pp. 136-158.

Wolf, Naomi. *El mito de la belleza*. Emecé, Barcelona, 1991.

APÉNDICE

I. Guía de entrevista

1. ¿Cómo te describirías a ti misma?
2. Explícame, ¿qué significa para ti ser utilizar las palabras de pregunta 1?
3. Cuéntame cómo ha sido la relación con tu cuerpo
4. Para ti, ¿qué significa la palabra “gorda”? Si utiliza otra palabra, reemplazar “gorda”.
5. ¿Cómo llegaste al *Body Positive*?
6. ¿Qué es para ti el *Body Positive*?
7. ¿Qué ha sido para ti el *Body Positive*? ¿Ha cambiado algo?
8. ¿Cómo describirías tus relaciones con las personas con las que convives?
9. ¿Qué es *Instagram* para ti?
10. Platícame cómo te relaciones con tus seguidoras.