



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

“CUERPOS DE TALLAS GRANDES. EL VESTIDO COMO
EXPERIENCIA EMOCIONAL Y CORPORAL
DE LA VIDA COTIDIANA”

TRABAJO TERMINAL

PARA OBTENER EL

GRADO DE:

LICENCIADOS EN

PSICOLOGÍA

PRESENTAN:

CARDENAS GONZALEZ SOFIA

REYES FRANCO MAURICIO

RODRÍGUEZ ESPINOZA ANA KAREN

ASESORA:

DRA. EDITH FLORES PÉREZ

LECTOR:

MTRO. JUAN CARLOS GÓMEZ FIERRO

Índice

Introducción	2
Capítulo 1. Los modelos de belleza en sujetos que visten tallas grandes	9
Capítulo 2. El género como norma social del vestir	14
Capítulo 3. La importancia del cuerpo en las prácticas del vestir.....	16
3. 1 Imagen corporal	18
3.2 Autoestima y Autoimagen	19
Capítulo 4. La identidad y su relación con la práctica del vestir	21
Capítulo 5. El vestir: una práctica social dentro de la cotidianidad	23
5.1 Espacialidad del vestir	24
5.2. Moda dentro de la práctica del vestir	26
Capítulo 6. Experiencias corporales y emocionales del vestir en la vida cotidiana	27
6.1. Experiencias corporales y emocionales del vestir	27
Fundamentación de la estrategia metodológica.....	31
Descripción del proceso de trabajo de campo	37
Descripción de cada entrevista	39
Posibles líneas de investigación	48
1. El vestir y su relación con el espacio dentro y fuera del hogar: una práctica diferenciada por el género	48
2. Los modelos de belleza y su influencia en el vestir cotidiano de las mujeres y hombres que visten tallas grandes	50
3. Hombres y mujeres que visten tallas grandes frente a los juicios y la mirada del otro: comodidad e incomodidad, comentarios pasivo-agresivos	55
4. Técnicas de autocuidado en la práctica del vestir que implementan las mujeres en el espacio público	56
5. Dificultades a las que se enfrentan hombres y mujeres que usan tallas grandes: contradicciones en el estilo ¿Siguen la moda o la rechazan?	59
Reflexiones finales.....	61
Bibliografía	64
Anexos.....	69
Anexo 1 Guía de entrevista	69

Introducción

La sociedad ha estipulado que tenemos que ir vestidos ya que no podemos andar desnudos en determinados contextos, además de que existen normas acerca de cómo se debe vestir en cada espacio, por ejemplo los uniformes en las escuelas o la vestimenta formal en las oficinas, por ello el contexto social es de suma importancia para el entendimiento del vestir de hombres y mujeres que usan tallas grandes, además de que es una parte de la realidad que viven los sujetos y cómo se sitúan dentro de las construcciones espacio-temporales en las que viven, puesto que las prendas que portan representan más de lo que se suele pensar en torno a ellas.

Desde una perspectiva psicosocial se considera que el vestir es una práctica que hemos adquirido al relacionarnos con los otros y para convivir con los otros. Así mismo se considera al vestir como una práctica cotidiana importante dentro de la vida de los sujetos y la forma en la que se desarrollan. Para comprender la práctica del vestir y las experiencias corporales y emocionales que viven mujeres y hombres que usan tallas grandes consideramos pertinente revisar lo que señalan diversos autores como son: Esteban (2013), Entwistle (2002), Giménez (2010), Muñiz (2002), Squicciarino (1990). Donde el vestido lo podemos entender como una “segunda piel” (Pérez, 2015) con la que nos presentamos ante la sociedad, pero no podemos estudiar el vestir de forma aislada, ya que esta práctica está vinculada con el cuerpo en el marco de los contextos sociales específicos de los sujetos.

El vestido, como se mencionó antes, es considerado una “segunda piel” la cual cubre el cuerpo y está mediada por atributos de pertenencia social como la clase social, la etnia, la raza, la edad, el género y la espacialidad que norman al sujeto a elegir y portar determinadas prendas. Este cuerpo vestido percibe sensaciones y emociones que le generan conocimiento acerca de la realidad que vive, además de proporcionarle al sujeto una experiencia de cómo actuar y presentarse frente a una sociedad que se encuentra enmarcada dentro de los estándares estéticos y modelos de belleza hegemónicos que rigen sus prácticas sociales.

El enfoque teórico de esta investigación está orientado a estudiar las experiencias corporales y emocionales vividas por los sujetos en su práctica cotidiana del vestir.

Por experiencias corporales y emocionales nos referimos a las vivencias que a través de la vestimenta generan ciertos recuerdos, afectos, sentimientos y estados de ánimo que son depositados en las prendas que traen puestas o que tienen dentro de su guardarropa. Estas experiencias las podemos estudiar desde la perspectiva del artista Hundertwasser (2015) donde en una de sus obras engloba al sujeto dentro de 5 pieles o capas interrelacionadas: dermis, ropa, casa, identidad y la Tierra, pero para fines de este trabajo tomaremos en cuenta sólo tres: cuerpo, ropa e identidad los cuales mantienen una relación compleja dentro de la vida cotidiana de los sujetos que visten tallas grandes.

Por lo consiguiente, nos parece necesario hacer la pregunta ¿cuáles son las experiencias corporales y emocionales del vestido en la vida cotidiana de hombres y mujeres que usan tallas grandes? esto debido a que la forma, el momento y el lugar donde se desarrollan las prácticas del vestir forman parte de las experiencias atravesadas por sensaciones y emociones que particularizan la vida cotidiana que nos permite tener un acercamiento a las construcciones de cómo el sujeto se percibe y cómo considera que lo perciben los otros, porque el vestir es una práctica cotidiana que influye en cómo se relacionan los sujetos consigo mismos y con su entorno social el cual es mediado por modelos de belleza que rigen cómo deben ser los cuerpos para ser estéticos, en el caso de los sujetos que visten tallas grandes pueden existir dificultades al conseguir ropa de su agrado por falta de tallas grandes en las prendas a su elección o la reducción de las tallas y tener que buscar más grandes, así que nos surge la pregunta ¿cuáles son las principales dificultades que enfrentan hombres y mujeres que usan tallas grandes para encontrar su ropa y cómo las resuelven?

En la convivencia con los otros, los sujetos que usan tallas grandes también experimentan otras dificultades sociales como son los prejuicios que existen contra los sujetos obesos y la exigencia de cumplir con determinado estándar.

Por otro lado, las prendas que deciden vestir en esa relación con los otros son una manera de expresar y construir su identidad, puesto que dicha convivencia les crea experiencias que influyen en la práctica del vestir y en las decisiones que toman para elegir determinadas prendas porque el vestir es la forma en que nos presentamos ante el mundo social y es en este punto en el que somos reconocidos por el otro, aquí

nos preguntamos ¿qué tanta influencia tiene el otro en la decisión de los sujetos que usan tallas grandes en la práctica del vestir? y esta práctica ¿es igual en hombres y mujeres? debemos puntualizar la importancia de las diferencias en la que se ven regidas las identidades de género dentro del vestir por los modelos de belleza hegemónicos ya que no se puede hablar de cuerpos asexuados dentro de un contexto normado por los modelos de belleza que enfatizan ciertas distinciones en la práctica del vestir dependiendo del género, como se puede apreciar en la moda que vende prendas de ciertos colores, telas y texturas distintivas para cada género, además de distinciones entre los accesorios, la forma del pelo, maquillaje y la forma del cuerpo.

Los modelos de belleza occidentales existentes en nuestra sociedad establecen que los cuerpos de las mujeres tienen que ser esbeltos y tener ciertas medidas para ser considerados bellos, estéticos y atractivos. En contraste, para los hombres las exigencias parecieran menores pero para ser atractivos deben contar con cierta estatura y un cuerpo tonificado que demuestre que pueden mantener una familia. Dichas cualidades se vuelven un ideal que ha sido heredado desde los tiempos coloniales y se han ido transformando por medio de la globalización condicionando las prendas de vestir y la moda que difieren de los cuerpos de los mexicanos actuales.

Esta diferencia de cuerpos puede influir en la autoimagen de hombres y mujeres que usan tallas grandes, puesto que los medios de comunicación, la familia, los amigos y demás sujetos de su entorno se encuentran normados por estos ideales corporales los cuales reproducen al exigirle a los otros a estar dentro de la norma, un ejemplo de ello son los comentarios tanto pasivos como “es que si bajaras de peso”, “es por tu salud y porque me preocupo por ti” como agresivos “si dejaras de comer tanto”, “¿cómo te va a quedar eso?, mira cómo estás”, los cuales le enseñan que su cuerpo está mal de acuerdo al modelo de belleza predominante en su contexto, así que consideramos que la autoimagen se construye en base a la relación que se tiene con los otros, donde la opinión ajena forma parte de las experiencias de los sujetos. Entonces si los otros le transmiten que un cuerpo ideal es delgado y esto es sinónimo de éxito ¿Qué sucede con los sujetos que no pueden conseguir esa imagen inalcanzable en una sociedad en la que predomina la obesidad y el sobrepeso?

La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición en 2018-2019 registró a nivel nacional que el 75.2% de la población de 20 a 59 años padece sobrepeso y obesidad. De los cuales el 76.8% son mujeres y el 73% son hombres, en la Ciudad de México se registró que el 75.9% de la población de 20 a 59 años padecen sobrepeso y obesidad. Además, el Programa Estatal Intersectorial para la Prevención, Tratamiento y Combate del Sobrepeso, Obesidad y Trastornos Alimentarios del Estado de México y sus Municipios en 2016 menciona que el 71.1% de la población de 20 a 59 años del Estado de México sufre sobrepeso y obesidad. Con base en estos datos se puede pensar cómo los cuerpos de los mexicanos se alejan de las normas que dictan los modelos de belleza occidentales, de tal manera que mujeres y hombres que usan tallas grandes al estar en un sistema social se ven condicionados en sus relaciones sociales debido a cómo los percibe la sociedad por sus cuerpos y los valores morales que les son asignados.

Como se menciona en las propagandas de salud, se les considera como cuerpos enfermos y la sociedad toma los discursos acerca de cómo deben ser los cuerpos de los sujetos que padecen sobrepeso y obesidad siendo considerados perezosos y descuidados. Estas connotaciones negativas que tiene la sociedad por el cuerpo de estos sujetos afectan la imagen que tienen de ellos mismos, pues estos ideales impuestos dicen que los cuerpos delgados son los que tienen éxito, son deseables o atractivos, pero debemos tener en cuenta que los cuerpos pueden oponerse a las normas que les son impuestas, en este caso, los cuerpos no encajan en los modelos de belleza hegemónicos.

Consideramos de interés psicosocial aproximarnos a la comprensión y el conocimiento de las significaciones que hombres y mujeres que visten tallas grandes, tienen acerca de su propio cuerpo y su experiencia con las prendas de vestir que utilizan. Nuestro planteamiento conlleva un posicionamiento ético y político en el sentido de que no les nombramos sujetos con obesidad y sobrepeso porque queremos evitar el estigma y la patologización sobre ellos, por eso, nos referimos a nuestros colaboradores como sujetos que utilizan tallas grandes de vestir.

Gracias a un estudio realizado en el año 2011 en México por la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (Canaive) titulado ¿Cuánto mide México? donde los resultados

muestran las medidas corporales promedio de la población mexicana en las cuales, las mujeres presentaban las siguientes medidas: altura 1.58, peso 68.7, busto 104.2, cintura 89.2 y cadera 105.3; mientras que las medidas de los hombres eran: altura 1.64, peso 74.8, busto 106.1, cintura 91.4 y cadera: 103.2, podemos ver que la mayoría de la población mexicana actual que reside en la zona metropolitana viste tallas grandes y a pesar de ello no se ha estudiado de manera profunda y cercana la experiencia de los sujetos.

Ahora bien, ¿Qué sabemos de las experiencias corporales y emocionales de hombres y mujeres respecto a las prendas que utilizan? Si consideramos que las prendas de ropa que utilizan de manera cotidiana están impregnadas de historias, de experiencias, emociones y significados vividos por los sujetos, desde el momento de seleccionarlas de acuerdo a sus gustos y acceso económico hasta vistiéndolas para determinadas ocasiones, por ello consideramos que la ropa adquiere una especial relevancia social porque ante todo, tiene que ver con la forma y el tamaño de sus cuerpos, los gustos, la clase social, la moda, entre otros aspectos sociales, además que se le asigna determinados significados diferenciados por género, edad y se utilizan de acuerdo a los contextos sociales particulares de los sujetos.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las experiencias corporales y emocionales del vestido en la vida cotidiana de hombres y mujeres que usan tallas grandes?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrentan hombres y mujeres que usan tallas grandes para encontrar su ropa y cómo las resuelven?
- ¿Cuál es la autoimagen que tienen hombres y mujeres que usan tallas grandes, considerando que se encuentran en una sociedad que está normada por los modelos de belleza que imponen cuerpos delgados?

Objetivo principal

Comprender las experiencias corporales y emocionales de la práctica cotidiana de vestir de hombres y mujeres que usan tallas grandes que viven en la zona metropolitana del Valle de México.

Objetivos específicos

- Analizar la relación existente entre los conceptos cuerpo-vestido- identidad a través de las experiencias de hombres y mujeres que visten tallas grandes.
- Conocer y analizar la autoimagen corporal de hombres y mujeres que visten prendas de talla grande frente a los modelos de belleza hegemónicos.
- Identificar y analizar las principales diferencias y dificultades de hombres y mujeres en torno al uso de sus prendas de tallas grandes en el marco de los contextos sociales de vida.

Relevancia social

El vestir es una práctica cultural, histórica, económica y social que ha estado presente desde los inicios de la historia humana y su influencia es innegable debido a que la práctica del “vestir” está atravesada por requerimientos sociales y culturales, además el vestir denota género, edad, estatus económico y su rol en la sociedad. También refleja su estilo, gustos y emociones, donde a pesar de ser un medio en el cual se expresan los sujetos y forman relaciones sociales está mediado por normas morales y éticas.

En México la elección de prendas y su uso ha estado mediado además por modelos de belleza occidentales que han guiado la producción de prendas de vestir hacia los cuerpos que están dentro de estos modelos, además de que existen filtros culturales que nos dicen cómo se considera un cuerpo bello, saludable, atractivo y como deben ser los cuerpos de los sujetos, pero son pocos los sujetos que encajan dentro de ellos, haciendo que los que se encuentran fuera de dichos modelos busquen otras alternativas para obtener y portar la ropa de su agrado, por ello nuestro interés es comprender esta práctica del vestir en un contexto normado por los modelos de belleza, porque en diversos trabajos sobre el vestir encontramos dos perspectivas; la primera está enfocada en el mercado y la producción textil de las prendas dejando de lado las experiencias individuales de quienes visten la ropa; la segunda es la presentación teórica del vestir como constructor social de la identidad de los sujetos

presentando un panorama general que está alejado de la realidad que viven cotidianamente los sujetos.

Con base en estas dos perspectivas donde la primera está enfocada al mercado y la segunda a la presentación teórica del vestir nos parece necesario focalizar este trabajo en las narrativas de mujeres y hombres que usan tallas grandes desde las experiencias del vestido en su vida cotidiana, donde el vestido además de cubrir el cuerpo expresa cómo es el sujeto mismo, sus sensaciones y emociones, considerando que el cuerpo al ser social es construido por medio de las relaciones y estructuras existentes, como son los modelos de belleza.

Capítulo 1. Los modelos de belleza en sujetos que visten tallas grandes

Los modelos de belleza han sido adaptados a diversas culturas y tiempos socio-históricos, los cuales se han impuesto a la sociedad en general, dejando un ideal inalcanzable para la mayoría, donde los sujetos que usan tallas grandes se ven rechazados en sus círculos sociales como los amigos, la familia y las relaciones amorosas por la forma de su cuerpo, por no ser como debería ser y se les exige cumplir con dichas expectativas para poder ser parte del grupo sin volverse un objeto de estigma. Según Goffman (1997) hay juegos que los sujetos llevan a cabo en los grupos donde se relacionan y se puede perturbar la imagen del otro al inducirlos a que los reclamos y razones con las cuales expresan sus expectativas deben ser modestos con la realidad con la que viven, en este caso con los modelos de belleza exigen a los sujetos a tener un determinado tipo de cuerpo (delgado) para considerarlos como sujetos sanos, atractivos y capaces de lograr alguna meta que se propongan. Cabe mencionar que según Riso (2012) lo que se considera hermoso es aprendido por medio de las experiencias sociales y personales que adquieren de su entorno inmediato acerca de lo que se considera bello y lo que no.

Guadarrama (2018, citado en García, 2023) menciona que existen diversas características que se exigen a los sujetos según el género, en el caso de las mujeres se espera que presenten una figura esbelta, delineada y proporcional, donde según un artículo de la revista Cambio16 (2023) las medidas ideales para las mujeres son 90 cm pecho, 60 cm cintura y 90 cm cadera, el típico 90-60-90, aunque en la actualidad ya no se considera algo benéfico para la salud tener unas medidas tan estrictas. Mientras que la revista Men's Health (2019) comenta que las medidas ideales para los hombres es altura de 1.82 m, pecho 100 cm y cintura 83 cm. Retomando a Guadarrama, a los hombres se les exige ser altos, fuertes, con espalda ancha, con pecho musculoso y bíceps desarrollados, en el que se busca que los cuerpos cumplan con el rol social¹ o como lo plantea Sambade (2017) donde la

¹ En una investigación realizada con una población masculina llevada a cabo por Sambade Baquerín (2017) como citado en García (2023) nos habla de cómo la construcción del cuerpo masculino está mediada por modelos estéticos que se forman desde las significaciones sociales patriarcales que enaltecen la razón y opacan la emoción. Esta perspectiva surge de la Grecia Clásica donde pensadores como Platón y Aristóteles mantienen un pensamiento sobre el control de los impulsos, dado que la jerarquía social estaba gobernada por varones, quienes se consideraban los representantes de la

capacidad adquisitiva se ve representada por un ideal corporal atlético² como el de personajes televisivos como actores o deportistas famosos. Esta cultura del consumo promociona distintos modelos de belleza masculina asociados al cuidado estético popularizando la idea de que el hombre es un sujeto que “desea ser deseado”, caracterizado por la posesión de un cuerpo atlético construido gracias al ejercicio físico.

Además, hay que tener en cuenta que gracias a la globalización se han popularizado estilos de vestir extranjero, los cuales vienen imponiendo el modelo de belleza de esos países donde muestran, en ocasiones cuerpos más delgados y estilizados. Por otro lado, ha surgido un modelo denominado curvy que va dirigido a las mujeres que usan tallas grandes, en el cual se exigen curvas perfectas, donde no existe el sobrepeso ni obesidad afirma Seguro (2017).

Este modelo surge a partir del movimiento body positive que tiene por objetivo la aceptación de los cuerpos naturales que se encuentran alejados de las rigurosas medidas corporales exigidas por los modelos de belleza hegemónicos. *Curvy* como su nombre lo indica, hace referencia a las mujeres que poseen cuerpos voluptuosos. Según Blanes (2017) la elección del término curvy para referir este modelo de belleza es a partir de la suavización de la palabra gorda que llega a tener una connotación negativa en varios contextos sociales. En nuestro trabajo de campo encontramos varios sujetos que mencionan que sentían como ofensa referirse a ellos como gordos y preferían el uso de curvy o plus size. Por otro lado en las redes sociales los sujetos que visten tallas grandes y se identifican con el término curvy han expresado su inconformidad por los limitantes de tallas en ciertas prendas, además de reproducir el

máxima expresión del concepto de “humanidad”, considerándose más racionales que las mujeres, esclavos y niños que para ellos no lo eran (Sambade, 2017). Es por ello que los hombres aprenden a vivir en una mentira como lo menciona Victor Seidler como citado en García (2023) donde el hombre aprende a vivir como un “agente racional” viviendo como si lo emocional no existiera, al menos en sociedad. Es como si actualmente se esperará que la naturaleza masculina fuese controlada y sin apertura a la exteriorización de las emociones.

² La normalización de este estándar de belleza del cuerpo atlético tiene su origen en Estados Unidos en las décadas de los 50 y 60, donde la expansión de la industria del cómic distribuyó la imagen de los superhéroes de ciencia ficción que eran representados con cuerpos con una musculatura potente y equilibra, lo que aumentó el deseo de los hombres a identificarse con estos personajes imaginarios (Sambade, 2017).

modelo curvy por medio de consejos y contenido de moda. Dejando en claro que su cuerpo es algo de lo que no se avergüenzan sino algo que muestran con orgullo.

El modelo curvy exige prendas de vestir estrechas, colores llamativos, ropa interior mínima que busca resaltar la curvatura de los cuerpos. Este modelo crea una discusión referente a los ideales que buscan cuerpos esbeltos, pues como se mencionó antes, se pensaba que los cuerpos que usan tallas grandes eran cuerpos enfermos y el éxito solo se encuentra en la delgadez. Por lo cual consideramos que el sujeto trata de mostrar ese aspecto idealizado por la cultura, materializando los estereotipos que se le exige seguir, si no lo logra tiende a cubrir lo que se encuentra fuera del ideal, en este caso de los hombres y las mujeres que usan tallas grandes su elección de vestido se basa en cubrir su cuerpo con prendas holgadas para ocultarlo por no cumplir con lo demandado por la sociedad. Demostrando que según lo mencionado por Esteban (2013) la delgadez es una forma de control social que impide a los sujetos salirse de la norma a pesar de que su cuerpo por naturaleza no cumple con esas exigencias estéticas.

Cornejo (2016) habla acerca de que los modelos de belleza femenina exigen cierta altura, peso y forma siendo inalcanzables de manera saludable, además que muchas jóvenes recurren en el mejor de los casos al Photoshop y en los peores a la cirugía estética para alcanzar ese ideal impuesto. Además, nos encontramos con los medios de comunicación y sus propagandas que venden esos ideales a los sujetos para que los deseen conseguir. Por otro lado comenta Barrera (2021) que en México una de las principales razones por las cuales las mujeres hacen dietas es por la presión familiar de tener un cuerpo delgado junto con frases como “eres lo que proyectas”, la cual tiene un fuerte peso puesto que en el trabajo de campo se escuchó que a las mujeres se les puede negar un trabajo por usar tallas grandes al considerarlas descuidadas.

Esta propaganda se encuentra desde las películas hasta las redes sociales, donde se presenta que los sujetos delgados y sin ninguna marca o curva fuera del estándar son los que alcanzan el éxito y son felices puesto que en muchas ocasiones muestran personajes que usan tallas grandes como villanos, sujetos de poco cuidado personal o que solo son personajes que brindan momentos de diversión y no más allá, sin

desarrollo a comparación de los personajes delgados. Hasta se toman estos cuerpos que visten tallas grandes para expresar algo fuera de lugar o incluso grotescos.

En la actualidad se han mostrado diversas perspectivas en las series televisivas donde ya dan mayor protagonismo a sujetos que usan tallas grandes como es el caso de la serie de Netflix titulada *La flor más bella* estrenada en 2022 la cual está basada en la vida de la comedianta mexicana Michelle Rodriguez, donde Mich es una joven que usa talla grande y relata cómo dentro de la preparatoria es una chica invisible que luchará para cumplir sus sueños y mostrar que es talentosa, a pesar de no parecerse a su prima Brenda quien es la popular de la preparatoria por cumplir con los modelos de belleza establecidos en su contexto los cuales son ser delgada, tener ojos de color y pelo rubio. Donde ambas buscan ser la protagonista de la obra de teatro "Alice in Xochiland". Lo que busca esta serie es mostrar amor propio y cómo a pesar de no encajar en los modelos de belleza puede ser la protagonista de una obra de teatro y al mismo tiempo se busca romper con los estándares y etiquetas que existen en la sociedad.

Por otro lado, un ejemplo de la propaganda de la delgadez sería el video musical de Moenia de la canción titulada *Ni Tu Ni Nadie* lanzada en 2012 donde se muestra a una mujer que usa tallas grandes la cual es violentada por unos hombres deportistas que rodean a otra mujer delgada, provocando que la primera mujer practique varios ejercicios para adelgazar y cuando llega a cierta meta usa ropa más descubierta siendo ahora ella la rodeada por esos chicos, aunque se muestre como la imaginación de la protagonista del video musical, es interesante ver como venden la idea de que para evitar esa intimidación es necesario tener ciertas medidas corporales.

Aunado a esto, la moda ofrece estilos que solo pueden ser usados por sujetos que usan tallas chicas fomentando una brecha entre las prendas que pueden conseguir los sujetos que usan tallas grandes donde Cornejo (2016) alude que el vestido se convirtió en un producto que ya no ofrece comodidad, si no solo fomenta el consumo y el crecimiento de la industria de la moda.

Hablando acerca de esta industria de la moda, consideramos que las prendas de vestir dirigidas a las mujeres tienen un constante cambio y están más apegadas a los modelos de belleza obligándolas a seguir esa norma, mientras que en el caso de los

hombres los modelos de belleza al vestir no tienen una gran importancia, pero si existe una exigencia de un cuerpo tonificado. Aunque pareciera que el género está implícito en la práctica de vestir de los hombres y mujeres que usan tallas grandes, consideramos necesario realizar el siguiente apartado donde se muestra de manera clara la relación del género con esta práctica cotidiana.

Capítulo 2. El género como norma social del vestir

Es importante hablar de género porque está vinculado con el vestir, debido a que este marca la formación de códigos de vestimenta que separa a los sujetos según su sexo y cómo estos deben vestir el cuerpo dentro del espacio y la forma en la que deben actuar, por ello resaltamos la importancia de enfocarnos tanto en hombres como mujeres que visten tallas grandes. Por ello entendemos que el género es un aspecto social como lo menciona Oakley (1976, citado en Entwistle, 2002), quien señala la diferencia que existe entre el sexo y el género, definiendo a estos dos conceptos de la siguiente manera: *Sexo* como la distinción entre las características biológicas que existen entre hombres y mujeres como la visible diferencia en sus genitales o la función reproductiva. *Género* por su parte lo define como una cuestión cultural, con esto se refiere a la clasificación y jerarquización social de lo “masculino” y lo “femenino”.

Goffman (1997, citado en Sabido, 2019) comenta que cada género tiene “un área particular de expresiones y comportamientos rituales asociados a la exhibición del género” (Sabido, 2019:57), él lo denomina como Generismo, un ejemplo que brinda el autor son los sistemas de cortejo, pues cada género se identifica con ciertas prácticas y rituales para atraer al otro, en el caso del vestir podemos pensar en la elección de las prendas para verse más atractivos, más deseable. Sabido añade a esto la tesis de Friedman donde señala que cuando se observan los cuerpos femeninos o masculinos en realidad observamos cuerpos filtrados al enfocar la atención en las características sexuadas³ y no en las similitudes, esto lo llama expectativas que generan un demérito en las semejanzas entre los individuos por cuestiones socio-culturales, en especial por los roles de género de cada contexto.

El género y la indumentaria están enlazados, donde según Zambrini (2009), el vestir está normado por el género por lo cual las prendas se han diseñado para diferenciar la ropa que debe usar cada sujeto, esto está presente desde que nacemos donde se busca vestir de un color representativo, en el caso de los hombres es el azul y las mujeres el rosa. Así mismo Entwistle (2002) menciona que por medio de la

³ Por características sexuadas menciona Friedman citada por Sabido (2019) que abarca los rasgos como son: el comportamiento, el olor, la voz, el vello facial y corporal, la manzana de Adán, la estatura, el sonido que produce al caminar, los senos y los genitales.

indumentaria se busca resaltar los rasgos corporales de cada género, por lo cual se han diseñado prendas de ropa que resalte una silueta femenina para ser más seductoras y resaltar la feminidad además de mostrar un cuerpo esbelto.

Es por esta búsqueda de resaltar la silueta femenina que existe una variedad de telas y colores que se usan para estos propósitos, Zambrini (2009) también menciona que dentro del vestir se buscaba que las mujeres combinen sus prendas de ropa con accesorios, peinado y calzado. En el caso de los hombres tenía que mostrar masculinidad, madurez y elegancia por lo cual las prendas eran más simples y sobrias además Sabido (2019) menciona que a partir de ciertos objetos se pueden apreciar las expectativas acerca de cómo *debe ser* el cuerpo masculino (grande, fuerte), ya sea por usar de las navajas de afeitar, pantalón y las camisas, mientras que el femenino (pequeño, débil) por el uso de falda, vestido, maquillaje y aretes.

Con lo anterior podemos observar que hay diferencias de género dentro del vestir y esto se hizo más notorio al realizar nuestro trabajo de campo y observar que hay una gran variedad de emociones, gustos, estilos y formas de vestir entre hombres y mujeres donde no solo los colores o tipo de ropa son diferentes sino también el tiempo que cada uno tiene para arreglarse, escoger sus prendas y si utiliza accesorios o no.

Las prendas se relacionan con la sexualidad porque se busca, como fue antes mencionado, resaltar ciertas partes del cuerpo y principalmente esto pasa con las mujeres donde por medio de las prendas se busca resaltar el busto y las caderas. Sabido habla acerca de un habitus sexuado⁴, que hace referencia al mecanismo social que ha naturalizado las prácticas de cada género.

Aunque en la actualidad existe la ropa unisex, sigue presente la marcada distinción de la ropa que es para hombres y mujeres, podemos observar que estas normas dictaminan que prendas refieren a lo masculino y lo femenino, pero no solo el género está vinculado con la indumentaria y los modelos de belleza, si no en como se experimenta y habita el cuerpo los sujetos, que aprenden las normas sociales que deben cumplir para convivir en sociedad.

⁴ Sabido (2019) descarta el uso de identidad al hablar de género puesto que considera que el término oscurece la lógica colectiva al denotar la individualidad del sujeto. Por ello en vez de hablar de identidades de género habla de un habitus sexuado.

Capítulo 3. La importancia del cuerpo en las prácticas del vestir

El cuerpo es la máxima representación de quienes somos y lo que hacemos, el cual denota diversas características como el sexo, la raza, el género, la nacionalidad además se ve influenciada por las normas estéticas de su contexto social. De igual manera estas concepciones se adquieren de las relaciones que el sujeto forma con su entorno y los otros.

Retomando lo mencionado por Bourdieu (1998, citado en Zambrini, 2009), el cuerpo es social, ya que es moldeado según las estructuras sociales y culturales en las comenta Le Breton (1995) que la sensorialidad es un filtro para modificar la atención que le brinda a los otros y a su entorno donde “ese sentir da lugar a (...) formas de relación” (Le Breton ,1995). Así que lo que aprendemos por medio del cuerpo es con base a las experiencias sensoriales y emocionales que se experimentan en la convivencia con el otro. Por ende, la ropa carga de manera simbólica con estas experiencias corporales y sensoriales del cuerpo, siendo embestida con esas vivencias que el sujeto recordará o revivirá al usarlas o como lo menciona Mathé como citado en Zalpa & Vélez (2020) donde el cuerpo vestido es parte de la experiencia cotidiana en la construcción de significados y de su interpretación.

El cuerpo se puede estudiar desde distintas perspectivas como biología, física o química, pero en nuestro caso se toma desde la práctica del vestir, la cual será comentada en el capítulo 5 del presente trabajo. Entwistle (2002) menciona que el cuerpo tiene una importancia para poder comprender las prácticas del vestir al estar investido por la sensorialidad y cómo nos relacionamos con la vida social, también es importante decir que así como el vestir está establecido por normas socioculturales, el cuerpo está normado socialmente porque en el entorno en que se desenvuelve no puede estar desnudo sino al contrario debe de estar vestido por lo cual una práctica de la vida cotidiana del cuerpo es vestirlo.

Resaltando lo que menciona Entwistle (2002) entendemos el cuerpo como un medio donde el sujeto expresa sus sensaciones, emociones e ideas, además de que “los cuerpos invariable e ininterrumpidamente comunican, ya sea por medio de la vestimenta, gestos, olores, marcas, porte...” (Sabido, 2019:52) las cuales están ligadas a factores subjetivos en los que el sujeto, según Perez & Redondo (2006), se

implica y genera una valoración de la situación o evento en el que entran en juego las diferencias individuales de cada sujeto además pueden estar ligadas a un proceso controlado o voluntario de información.

El cuerpo es el principal sistema de clasificación según lo mencionado por Douglas como citado en Esteban (2013) donde se asignan los roles sociales que cada sujeto desempeñará con respecto a la cultura en la cual se desarrollan, además de establecer diversos valores a cada parte y elemento del cuerpo como el uso de determinadas prendas para ocultarlo o exponerlo. Aludido además de que el cuerpo está regulado, controlado, normatizado y condicionado por cuestiones de género, pero tiene la capacidad para oponerse a esos mismos parámetros sociales impuestos.

En el caso de los sujetos que usan tallas grandes, en especial en las mujeres, los discursos les dictaban que al tener un cuerpo de mayor tamaño debían ocultarlo con prendas holgadas, actualmente se puede percibir, en especial en las aplicaciones para comprar ropa mencionadas en el trabajo de campo como se les incentiva a mostrar más sus curvas. En los discursos de estos sujetos están los que apoyan las nuevas tendencias de usar ropa que destaque las curvas y otros que lo menos deseado es mostrarlas.

Hablando justamente de cuerpos grandes encontramos diversos discursos sociales que les asignan calificativos referentes al descuido, ya que dentro de la cultura y sociedad se ha buscado un autocuidado del cuerpo fomentado por modelos de belleza hegemónicos los cuales imponen prácticas que van desde el ejercicio que puede ser moderado hasta sobre exigente, el uso de maquillaje o hasta cirugías estéticas lo cual conlleva a que el cuerpo sea susceptible a cambios como en la forma y el tamaño. Entwistle (2002) menciona que el cuidado del cuerpo está dirigido a la satisfacción con el mismo, de esta manera acercarse a los modelos de belleza establecidos lo consideran una realización personal y es una clara demostración de que tipo de imagen quiere mostrar al otro.

Además, mencionan Zalpa & Vélez (2020) que “las mujeres autoperceben su cuerpo como instrumento de atracción y seducción” (p. 325) por lo cual a pesar de la incomodidad que lleguen a presentar por la ropa, prestan más atención a la imagen que muestran a los demás. Cabe resaltar que esto no solo pasa en las mujeres, los

hombres, a pesar de no expresarlo tan abiertamente, también se preocupan en la imagen que deben presentar, aunque las exigencias son distintas para cada sexo.

3. 1 Imagen corporal

La imagen corporal o personal es lo primero que se le muestra al otro, la cual está conformada por diversos aspectos como lo son: el lenguaje, las características físicas, los colores y estilos que se eligen para vestir, el peinado, el carácter, el estado de ánimo, etcétera. Además, menciona Cornejo (2016) que es una herramienta para relacionarnos con el entorno y conseguir, tanto de manera consciente o inconsciente, lo que se desea. Rescatando que la imagen personal comunica a los demás como somos, la cual contiene tres registros: forma, contenido y significado.

El registro hace referencia al cuerpo físico y sus características como la altura, el peso, el color, las medidas y la postura, además de su espacialidad considerando la movilidad. El contenido son las sensaciones que el cuerpo recibe como el dolor, el placer, el hambre, cansancio, etcétera. Mientras que el significado es la parte inconsciente que es capaz de comunicar, simbolizar y crear vínculos con los otros y el mismo entorno.

En la convivencia con los otros se generan ciertas expectativas con respecto a lo que mostramos de nosotros mismos, de quien aparentamos ser y cómo nos ven encontrándose con algunas expectativas que sobrepasan al sujeto generando daños en su autoestima, donde según Goffman (1997) se les exige ser modestos y razonables con la imagen que proyectan para cumplir con lo que muestran. En nuestro trabajo de campo observamos que los sujetos que usan tallas grandes reciben comentarios por parte de los otros acerca del tipo de ropa que usan y cómo suponen que les quedarían mejor, más que nada enfocadas en el aspecto de la forma de su cuerpo. Encontramos desde comentarios que los halagan o hacen recomendaciones o críticas constructivas⁵, mientras que por otro lado están los comentarios agresivos contra su cuerpo que también podríamos denominar críticas destructivas.

⁵ Con críticas constructivas nos referimos a las observaciones que se hacen al sujeto de manera respetuosa acerca de algunos aspectos sin enfocarse solamente en lo negativo, mientras que con las críticas destructivas nos referimos a comentarios hirientes, irrespetuosos y agresivos que atacan directamente la imagen del otro dejando vulnerable la autoimagen (Múgica & Bellosta, 2006).

Con base a ambas críticas los sujetos que usan tallas grandes se llegan a enfrentar al efecto Pigmalión o profecía autorrealizada que según García (2015) se refiere a las expectativas que se desean cumplir con intensidad acerca de cómo el sujeto debería ser en base a lo mencionado por el otro. Cuando no se logran cumplir con esas expectativas el sujeto recibe un daño en su autoestima y más directamente a su autoimagen.

3.2 Autoestima y Autoimagen

Para poder hablar de la autoimagen, consideramos importante para esta investigación definir la autoestima ya que es de donde se desprende la autoimagen, además de ser mencionada en el trabajo de campo de manera superficial por parte de nuestros colaboradores al hablar de cómo perciben su cuerpo, es decir, su autoimagen.

La autoestima es el amor que tenemos hacia nuestra persona, la estima a uno mismo como su nombre lo dice, se construye a través de la convivencia con su entorno, el cual desencadena, según Riso (2012) un autorreconocimiento y un sentimiento de bienestar. Por otro lado, menciona Cornejo (2016) es la valoración que nos asignamos de nuestra totalidad, abarcando rasgos corporales, mentales y espirituales. La cual tiene varias dimensiones como lo son: física, afectiva, social, ética y académica, teniendo a su vez tres pilares donde se gesta. El primero es la significación familiar donde por medio de la familia y el lenguaje que se le inculca al sujeto va obteniendo valores, reglas y conceptos que lo forman. El segundo es el logro de los objetivos que es cuando se le asignan ciertas metas a conseguir en la relación con los otros. Por último, está la aprobación de los sujetos significativos de su entorno donde se le reconoce como sujeto y se le brinda la atención para alimentar la autoafirmación.

En el caso de nuestras colaboradoras se puede observar de manera más marcada cómo los comentarios de los otros han construido en ellas una autoimagen tanto positiva como negativa, una de ellas menciona que gracias a ir a terapia ha podido resignificar las concepciones que tenía de sí misma tras las críticas destructivas que existían en su entorno.

La autoestima añade Riso (2012) se forma a través de cuatro aspectos que se relacionan entre sí y son los soportes de un “yo” sano estos son: autoconcepto,

autoimagen, autorreforzamiento y autoeficacia. Como mencionamos al inicio de este apartado, en esta investigación nos enfocaremos en la autoimagen que se construye por medio de cómo el sujeto se percibe a sí mismo y como es su relación con los otros, los cuales le devuelven esa imagen que proyecta, sumando ambas perspectivas asignándoles un valor construyendo su imagen.

Según Barrera (2012) la autoimagen es un conjunto de creencias acerca de cómo supone el sujeto que lo perciben los otros, donde están presentes diversos valores y juicios sociales emitidos por la sociedad acerca del *deber ser* física, intelectual, emocional además de su capacidad para establecer relaciones sociales. Esto lo va construyendo conforme va creciendo y se relaciona con los otros, donde supone percibir los juicios de los otros acerca de sí mismo, la valoración que le dan al sujeto de acuerdo con sus características y cómo influyen en la imagen que tiene sobre sí mismo. Además, la autoimagen conlleva a conocer las fortalezas y debilidades del propio sujeto.

Nuestros colaboradores y colaboradoras comparten una perspectiva de cómo perciben su cuerpo, abarcando lo que les gusta y disgusta del mismo, añadiendo los comentarios de los otros los cuales les transmiten lo que se les ve bien y lo que no construyendo esa autoimagen que en algunos casos los puede limitar en la práctica del vestir en determinados espacios o la manera en la que pueden expresar como son, o mejor dicho su identidad.

Capítulo 4. La identidad y su relación con la práctica del vestir

Hablamos acerca de cómo los sujetos se construyen a partir de la mirada del otro, de forma que pareciera que solo los otros son los que construyen a cada individuo lo cual sería un error, puesto que el propio sujeto selecciona de manera inconsciente lo que su entorno le provee, formando así su identidad. Por ello a pesar de que los sujetos que usan tallas grandes comparten un contexto sociohistórico y cultural no viven de la misma manera las experiencias del vestir.

Consideramos que la identidad no es algo natural sino es un proceso naturalizado, es decir que es un proceso donde se conforma a través del lenguaje, donde la identidad no solo se conforma o se apega a lo que está estipulado dentro de la sociedad sino a lo que el mismo sujeto siente o con lo que se identifica. Es un proceso donde los roles sociales son fundamentales para ubicarse dentro del contexto donde se desarrolla el sujeto además “en estos roles -es- donde nos conocemos mutuamente; es en estos roles donde nos conocemos a nosotros mismos” (Goffman, 1997 p.31), así que podemos pensar a la práctica del vestir y a la identidad como una relación donde el sujeto, por medio del cuerpo, expresa quien es a los demás dentro de la sociedad, porque a través de la ropa podemos mostrar parte de nuestra identidad.

De acuerdo a lo anterior podemos observar en nuestro trabajo de campo, en especial en una de las entrevistas piloto, cómo es que los sujetos que usan tallas grandes terminan, de manera inconsciente, juntándose con otros de su misma complexión reconociéndose como sujetos de tallas grandes.

Para Giménez (2010) la identidad hace referencia a cómo el sujeto se piensa a sí mismo y a los otros, donde existen comparaciones para encontrar semejanzas y diferencias. Además que se construye a partir de los materiales culturales de sus redes inmediatas como es la familia. Dichos materiales culturales incluyen los ideales dictados por la sociedad en la que se desarrollan. De igual manera este autor refiere que se necesita de una validación por parte de los otros para que sea una identidad sentida y vivida. Por otro lado, menciona que la identidad tiene dos tipos de atributos: de pertenencia social y particularizantes.

El primer aspecto hace referencia a lo que los identifica con los otros de su entorno como serían la clase social, la etnia, la raza, el género, la edad y la territorialidad; mientras que los atributos particularizantes son los que los diferencian de los otros, aunque ambos están dados por la cultura, estos son más individuales como lo es la red personal de relaciones, los estilos de vida, la biografía, el apego afectivo a ciertos objetos materiales.

Es necesario puntualizar que la identidad no es algo fijo, si no que se reestructura constantemente junto a las experiencias que vive el sujeto donde puede mantener ciertas características o reemplazarlas por nuevos aspectos o justo como menciona Hall (2003) “es un proceso de articulación, una sutura, una sobredeterminación y no una subsunción” (p.15). Por ejemplo, en los sujetos que usan tallas grandes se muestra cómo se identifican con ciertos conceptos como gordo o llenito, los cuales fueron formando parte de sí y que se sienten parte de, mientras que otros rechazan totalmente estos términos y adoptan otros como curvy o plus size⁶. En este último caso hay discursos acerca de cómo dejaron de identificarse con gordo y pasaron a otros términos. Aunque nos gustaría volver a puntualizar que por esta cuestión en la investigación, para evitar ofender y/o estigmatizar a estos sujetos, nos referimos a ellos como sujetos que usan tallas grandes.

Entwistle (2002) considera que vestir, cuerpo e identidad no se puede comprender por separado, sino que estos tres concretos se deben de considerar como una totalidad para poder comprender las experiencias del vestir dentro de la vida cotidiana, porque la ropa es parte de las normas y modelos de belleza que están establecidos dentro de la sociedad en la que vivimos, y al vestir al cuerpo también se expresa una identidad y contexto en el que se encuentra el sujeto, pero ¿en qué consiste la práctica cotidiana de vestir al cuerpo?

⁶ Menciona Verdejo (2019) que estas connotaciones (curvy y plus size) se refieren a mujeres, en especial, que se alejan de los cánones de belleza y delgadez hegemónicos por usar una talla mayor a la 40 como tal el término surgió del movimiento Body Positive donde se tomó la palabra curvy que hace referencia a las curvas para crear el sub movimiento denominado curvy, actualmente se usa el término para referirse a tallas grandes tanto las que lo usan como las tiendas de ropa, en el caso de Shein que tiene su sección curvy.

Capítulo 5. El vestir: una práctica social dentro de la cotidianeidad

El cuerpo, según Sabido (2017) es nuestra primera propiedad que al adornarlo (vestirlo) se vuelve algo más, donde el adorno tiende a ser para uno mismo y para los otros. El vestir es una práctica cotidiana que forma parte del habitus de los sujetos, entendiendo el habitus desde la perspectiva de Bourdieu como citado en Capdevielle (2011), como sistemas adquiridos por medio de las experiencias pasadas que performan las prácticas presentes y futuras. Este habitus lo considera Sabido (2019) como un estado corporal que está dispuesto a percibir, actuar y sentir de una manera específica.

Al ubicar el vestir como una práctica adquirida por el sujeto al convivir con los otros permite pensar que más allá de cubrir el cuerpo con ropa, tanto la práctica de vestir como las prendas conllevan una carga simbólica y expresa desde el estado de ánimo hasta la personalidad. Por otro lado, para Squicciarino (1990) el vestir consiste en una práctica que denota género, clase social, emociones, relaciones de poder, entre otros. Haciendo énfasis en el uso de ropa de manera simbólica donde la ropa carga desde un inicio con los imaginarios de los sujetos, poderes y creencias religiosas más allá de ser lo que cubría el cuerpo, este vestido iba acompañado de accesorios o, como él los nombra, adornos que añadían otros significados. Como también lo mencionaba Entwistle (2002) todos los sujetos “visten” el cuerpo de alguna manera, ya sea con prendas, tatuajes, cosméticos, el uso de determinados colores⁷ u otras formas de pintarlo. Es decir, ninguna cultura deja el cuerpo sin adornos, sino que busca enaltecer la belleza de este o decorarlo. Cabe mencionar que la ropa también se volvió parte del atractivo sexual, donde no ver causaba más deseo por el cuerpo oculto.

Además, se considera que el vestir también es una forma de comunicación, de acuerdo con Goffman (1997) cada acción que realiza un sujeto es con el fin de influir en el otro transmitiéndole cierta impresión de sí mismo y como desea que se le trate,

⁷ En el vestir se puede ubicar una selección de colores específicos para cada sujeto independiente de la edad o sexo. Según lo mencionado por Squicciarino (1986) los colores influyen en el estado de ánimo de los demás y denota el carácter y personalidad, además pueden suscitar recuerdos relacionados al color que se utilice. Sumando a esto como la sociedad cita que ciertos sectores de la población deben elegir ciertos colores por encima de otros. Los colores claros, menciona el mismo autor, es más cercano al amarillo que expresa alegría, euforia, crea cercanía, seduce, mientras que los colores oscuros están más cerca del azul que él supone que aleja al otro, expresa tristeza y paz.

donde el vestido cumple con su cometido en las relaciones con el otro de ser una fachada social. Asimismo, este vestir es algo transitorio y rutinario que se adecua a las expectativas e ideales corpóreos impuestos en el contexto sociocultural al que pertenece el sujeto, a su vez esas prendas son una representación de la propia imagen del sujeto que construye con base a los discursos predominantes.

5.1 Espacialidad del vestir

Pensar la práctica del vestir desde la espacialidad es muy importante para este trabajo ya que nos parece necesario destacar las emociones que aparecen en la experiencia del los sujetos como bien lo plantea Lindon (2006) y Malmberg (1984) que consideran importante tener en cuenta que la territorialidad no abarca solo el vínculo del sujeto con los grupos sociales, sino que de igual manera expresa un componente de tipo emocional entre los individuos y su espacio. Es por eso que debemos pensar la espacialidad más allá de solo el espacio territorial ya que Raffestín (1977) posiciona el nudo central de la territorialidad como la relación con el otro, el problema de la alteridad asumiendo que es todo lo externo a un individuo como un lugar, una comunidad, otro individuo o un espacio abstracto como puede ser un sistema institucional. No es algo que el sujeto establece de manera estructural, sino en forma situacional, es decir que es una relación que se replantea en las distintas experiencias prácticas, siempre situadas en un espacio, en un tiempo y en una trama social es esta alteridad en la que podemos ver como existen factores externos que influyen dentro de las experiencias de la vida cotidiana de cada sujeto. Siendo que el vestir es una práctica social no sólo limitada a lo individual es necesario poner atención a las relaciones emocionales que surgen entre el sujeto y los otros que se ven envueltos en las experiencias del vestir.

Lindón (2006) menciona que los escenarios en los que se desarrolla la vida cotidiana corresponden a distintos momentos biográficos en los que el espacio es vivido de diferentes formas y en los cuales participan diferentes figuras de la alteridad que representan roles particulares para los sujetos posicionando sus experiencias individuales dentro de contextos espaciales que fluyen por el tiempo.

Es así como las experiencias del vestir de mujeres y hombres se ven atravesadas en primera instancia por una territorialidad concreta ubicada en un plano específico de la

realidad como los lugares en donde compran y usan las prendas de vestir; en segundo lugar se ven mediadas por las relaciones que los sujetos tienen con los demás, creando circunstancias en las que el vestir se ve influenciado por juicios externos y significados preestablecidos por el contexto social en el que se vive; en un tercer nivel las experiencias pueden presentar modificaciones significativas dependiendo de la remembranza de dichas experiencias dotandolas de sentimientos, sensaciones y significados que particulariza cada sujeto.

Siguiendo la perspectiva de Le Breton (1995) y lo mencionado por nuestros colaboradores, se puede pensar al hogar como un espacio que garantiza seguridad física y moral donde pueden vestir de la manera más cómoda posible y favorece una relación más cercana con los habitantes del mismo, pero no solo el espacio físico y las relaciones sociales determinan la espacialidad de la vida cotidiana ya que según Le Breton "el hombre habita corporalmente el espacio y el tiempo de la vida" (Le Breton, 1995 p. 100), esto visto desde las narrativas que nos ofrecen nuestros colaboradores identificamos que el vestir depende de la edad y los lugares en los cuales habitan, siendo que a lo largo de sus vidas han presentado cambios en su vestir, dejando de utilizar ropa más juvenil y optando por ropa más formal en sus últimos años teniendo una noción más amplia del dónde y cuándo se puede o no vestir casual.

Si bien ya hemos hablado de cómo la espacialidad está mediada por la territorialidad, las relaciones sociales y la temporalidad que vive el sujeto, no es hasta que existe un cuerpo que habita esta espacialidad que esta puede ser percibida, como bien lo menciona Merleau-Ponty (1957) como citado en Sabido (2017) menciona que el cuerpo es un fragmento en el espacio pero que si no tuviera cuerpo no estaría en ese espacio. Si bien no es hasta que el cuerpo se mueve que el sujeto puede tener una percepción particular del espacio como lo plantea Sabido (2017) y no solo en el movimiento del cuerpo por sí mismo, sino que el movimiento de los objetos e incluso del mismo espacio en el que el sujeto se desarrolla dan un acercamiento a la espacialidad.

5.2. Moda dentro de la práctica del vestir

Las prendas de vestir han servido además, como medios disciplinarios para el cuerpo, por ejemplo, el uso de corsé en el caso de las mujeres que por medio de presión buscan cierta figura al cuerpo o el uso de faja⁸ que ha sido mencionado en el trabajo de campo, que evita mostrar un vientre abultado. De esta manera se busca moldear el cuerpo para vestir determinadas prendas y estilos de acuerdo a los ideales predominantes del contexto sociocultural que también podríamos denominar como Moda.

Entwistle (2002) define el concepto de moda como una norma de vestir que está presente dentro de la modernidad occidental y que siempre ha existido en todas las culturas. Por otro lado, Zambrini (2009) menciona que la moda denota elegancia y buen gusto por medio de los atributos deseables y estéticos que brinda la ropa que son transmitidos por los medios de comunicación masivos que establecen parámetros estéticos acerca de lo que significa “estar a la moda” y poseer un cuerpo dentro de esos modelos de belleza.

A pesar de que la moda influye en la elección de las prendas que se utilizarán durante el día, nuestro enfoque está en las prendas que ya poseen, puesto que “en el vestido de la vida cotidiana las prendas parecen mantener un significado más estable que en la moda” (Zalpa & Vélez, 2020 p. 312). Además la moda tiende a ser subjetiva al ser un código dentro de la cultura y depende del contexto socio-histórico que influye en cómo es vivida por cada sujeto.

⁸ El uso de la faja está presente en algunos de los discursos de nuestras colaboradoras, las cuales recurren a ella para moldear u ocultar su cuerpo, según Ninacuri & Jenny (2017) el tipo de faja a la que recurren es la faja moldeadora, la cual tiene por objetivo crear una “silueta atractiva”, aunque es recomendada tras una cirugía pero tiene un tiempo indicado por el médico, no se debe usar por prolongados periodos ya que crea humedad en la piel generando a su vez hongos, limita la movilidad corporal y ejerce presión en los órganos. Pero para algunos sujetos que quieran cumplir con las medidas que exigen los modelos de belleza recurren a un uso excesivo que les provoca daños a corto y largo plazo.

Capítulo 6. Experiencias corporales y emocionales del vestir en la vida cotidiana

El vestido es una parte fundamental de la vida cotidiana de todos los sujetos, así que las experiencias corporales del vestir son algo fundamental en el desarrollo de sus relaciones con el otro. Según Le Breton (1995) la vida cotidiana es un lugar seguro para el sujeto, ya que se refiere a un espacio de tranquilidad, controlado que está atravesado por las rutinas y hábitos que han sido construidos con base a las relaciones que forma con los otros. Con respecto a la práctica del vestir se puede pensar como el sujeto trata de poseer su cuerpo por medio de los rituales de la vida cotidiana, donde al naturalizar esta práctica no le presta atención al porqué lo hace por parecerle algo familiar.

Se habla de experiencia desde la perspectiva de Scott (2001) la cual reproduce los sistemas ideológicos existentes en el contexto sociocultural haciendo visible los mecanismos represivos, en este caso los modelos de belleza occidentales y los discursos acerca de estos ideales corporales impuestos por la sociedad. Además, menciona la importancia de las realidades de la vida social, es decir las relaciones que tiene con los otros sujetos de su entorno y como son los lazos afectivos que forman. Pero para interpretar las experiencias de hombres y mujeres que visten tallas grandes a partir de las narraciones de ellos mismos consideramos necesario retomar los conceptos de la triada señalada por Entwistle (2013): Vestir, Cuerpo, Identidad y por supuesto los modelos de belleza que fueron mencionados en los capítulos anteriores.

6.1. Experiencias corporales y emocionales del vestir

Las experiencias son un medio para acercarnos a la realidad que viven los sujetos ya que según Diaz (1997) cada experiencia es una parte de la realidad, puesto que no es experimentado de la misma manera por todos los sujetos, en este caso hombres y mujeres que usan tallas grandes. Como se mencionó en el apartado de *Vida cotidiana*, se pensará la experiencia desde perspectiva de Scott (2001) ya que las narrativas que se construyeron en el trabajo de campo denotan lo que menciona acerca de que la experiencia es una reproducción de sistemas ideológicos y la

existencia de los mecanismos represivos como son las cuestiones de género, los modelos de belleza, los códigos de vestimenta, entre otros.

Siguiendo con Scott (2001) vemos que estas experiencias están cruzadas por la vida social, donde la familia al ser el primer contacto con los otros le enseña el actuar y las normas que existen para poder convivir en sociedad, además de los simbolismos y afectos que le ayudarán en la construcción de su propia experiencia. Añadiendo lo mencionado por Diaz (1997) esta construcción produce reflexibilidad dado que el sujeto repiensa lo que ha vivido al narrarlo. Además, la experiencia no es algo fijo puesto que al construirla estructura y transforma las expresiones que brindan diferentes significados a la interpretación y puede ser narrada con un orden cronológico o tener varios saltos en el tiempo.

Nuestro enfoque está en las experiencias corporales y emocionales de los sujetos que son adquiridas por medio de la práctica del vestir, donde el cuerpo es el receptor de sensaciones que dejan una marca en el sujeto e influye en la manera que se vestirá en el futuro, añadiendo lo que menciona Luhmann como citado en Sabido (2019) donde al percibir las sensaciones brindadas por el entorno implica cierta atención a puntos centrales para abarcar casi una totalidad de la realidad, por otro lado menciona Crossley como citado en Sabido (2017) que esta práctica corporal atribuye significados siendo así una experiencias tanto corporal como significativa que le brinda al sujeto nuevo conocimiento acerca de la realidad que vive, pues cada prenda tiene una carga simbólica que hace que recuerde ciertos momentos de su vida, además según Simmel (2014) el cuerpo puede sentir sensaciones agradables o al contrario desagradables por medio de los sentidos, los cuales crean una impresión sensorial impregnadas de significados las cuales influyen en el sujeto en su relación con los otros, ya que comenta el autor que es una cuestión de dar y recibir el conocimiento acerca de uno mismo usando al otro como un espejo.

Por otro lado, Le Breton (2007) presenta la frase "Siento, luego existo" planteando como la condición humana está mediada ante todo por el cuerpo. Poniendo al sujeto como alguien que solo toma consciencia de sí mismo a través del sentir, experimentando su existencia mediante las resonancias sensoriales y perceptivas por las que atraviesa diariamente. Además menciona Sabido (2019) que los sujetos no

perciben de la misma manera ya que la percepción sensorial implica aprendizaje y este proceso depende de las condiciones físicas, sociales, culturales, económicas, históricas y psicológicas que posee el sujeto. En el caso de nuestras colaboradoras y colaboradores se puede identificar como la experiencia de vestir su ropa varía dependiendo de su talla, presupuesto económico, lugar en el que residen, su sexo y género.

Cuando el sujeto se relaciona con los otros, estos influyen en su vestir por medio de acciones tanto conscientes como inconscientes que llevan a cabo en la convivencia donde el lenguaje es fundamental para comprender la realidad. Sabido (2019) comenta que el cuerpo del sujeto es un medio material para coproducir esa realidad, según lo mencionado por Le Breton (1995) existe una lucha por la supervivencia contra el cuerpo de sí mismos, en este trabajo ubicamos esta lucha cuando los sujetos que usan tallas grandes someten su cuerpo a diferentes situaciones como es el uso de la faja, donde se ve presente un deseo de encajar con los modelos de belleza que son impuestos por los otros.

También lo podemos ubicar las experiencias sensoriales con la comodidad e incomodidad donde Solórzano (2006) menciona que la comodidad es el cúmulo de impresiones sensibles que generan un sentimiento de bienestar. Esta comodidad empezó a tomar un lugar dentro de la vida del hombre moderno por la practicidad, ya que en la actualidad no se tiene tanta rigidez y exceso de etiqueta. Por otro lado, el hogar brinda a los sujetos un espacio de confort después de un día ajetreado, además menciona que la comodidad viene acompañada de los gustos del sujeto y la utilidad de estos gustos. En el caso de nuestros y nuestras colaboradoras había ciertas prendas con las cuales podían moverse con libertad y las usaban para descansar o realizar diversas actividades, además el autor comenta que cuando los sujetos se sienten cómodos, la experiencia se vuelve agradable.

De acuerdo a Simmel como citado en Sabido “cada sentido implica una simplificación extrema de la realidad” (Sabido, 2017 p.379) por lo cual el analizar las experiencias corporales de 12 sujetos que usan tallas grandes nos permite solo observar una pequeña parte de esa realidad, donde la vista es uno de los principales sentidos expresados porque la mirada del otro es una acción recíproca, es decir, cuando el

sujeto es observado, este observa a quien lo mira de tal manera que no solo uno de los sujetos genera una experiencia sensorial en este intercambio de miradas, en el caso de nuestros colaboradores solo contamos con el relato de ellos siendo observados donde en los discursos de nuestras colaboradoras se encuentra el que “sienten las miradas de los otros” al usar ciertas prendas de vestir. Mientras que una de ellas menciona que la ropa entallada que hace que resalten sus curvas es incomoda y provoca un sentimiento de ser observada por todos, otra menciona acerca de “miradas masculinas” en su espacio de trabajo al usar ciertas prendas más llamativas.

Por otro lado, el autor comenta acerca del sentido del oído, siendo este más fácil de engañar que la vista en la convivencia con el otro. En este caso menciona que es el sentido más egoísta al no dar nada a cambio a comparación de la vista. Además tenemos el sentido del tacto que registra todo lo que toca, donde nuestros colaboradores mencionan acerca de la comodidad e incomodidad al vestir, ya sea con prendas holgadas o estrechas. Con base en los discursos de nuestros colaboradores estos son los sentidos que más han creado experiencias en su práctica del vestir.

Fundamentación de la estrategia metodológica

La presente investigación es de corte cualitativo, por lo tanto nos encontramos bajo el paradigma comprensivo interpretativo donde nuestro objetivo es conocer la realidad desde el punto de vista de quien la vive por lo cual consideramos importante generar una horizontalidad con nuestros colaboradores.

Hablamos de horizontalidad desde la perspectiva de Briones (2020) que menciona que los investigadores deben reflexionar su campo, desatender los privilegios del saber sobre los colaboradores, para escucharlos sin prejuicios teóricos que puedan nublar nuestra objetivo de investigación. La selección de los participantes fue por medio de una invitación para que formaran parte del presente proyecto y no solo del trabajo de campo, puesto que sus experiencias son el alma del trabajo y rechazamos el solo “usarlos” para conseguir sus narrativas, además ellos conocen lo que es vestir tallas grandes y tienen experiencias que nosotros desconocemos y deseamos comprender.

Los sujetos son parte de la construcción del conocimiento ya que nos brindan su tiempo y relatos para conocer la realidad que ellos viven, viéndolos como colaboradores, los cuales no son inferiores en ningún sentido, puesto que ellos poseen un conocimiento que nosotros no y viceversa, por ello al trabajar juntos se crean nuevas perspectivas. En este caso nuestros colaboradores son mujeres y hombres en un rango de edad de 20 a 30 años que usan tallas grandes y residen en la Ciudad de México y Estado de México, cuyas características sociodemográficas se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Características sociodemográficas de las y los colaboradores

MUJERES	HOMBRES
Nombre: Angelica Edad: 20 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Universidad Estado civil: Soltera No. hijos: /	Nombre: Andrés Edad: 25 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltero No. hijos: /

Alcaldía o municipio: Ixtapaluca	Alcaldía o municipio: Coyoacán
Nombre: Ilce Edad: 24 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Licenciatura Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Xochimilco	Nombre: Juan Pablo Edad: 23 años Ocupación: Fotógrafo Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltero No. hijos: / Alcaldía o municipio: Ixtapaluca
Nombre: Jessica Edad: 23 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Ixtapaluca	Nombre: Jorge Edad: 21 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltero No. hijos: / Alcaldía o municipio: Coyoacán
Nombre: Karen Edad: 23 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Coyoacán	
Nombre: Marcela Edad: 22 años Ocupación: Estudiante Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: 1 Alcaldía o municipio: Xochimilco	
Nombre: Melisa Edad: 28 años Ocupación: Diseñadora Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: San Felipe del Progreso	
Nombre: Suleymy Edad: 28 años Ocupación: Empleada Nivel educativo: Carrera técnica Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Xochimilco	

Nombre: Yaret Edad: 30 años Ocupación: Bartender Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Iztapalapa	
Nombre: Yasojara Edad: 31 años Ocupación: Diseñadora Nivel educativo: Superior Estado civil: Soltera No. hijos: / Alcaldía o municipio: Ecatepec de Morelos	

Antes de realizar un acercamiento directo con los colaboradores mencionados, realizamos una fase exploratoria la cual consistió en visitar tiendas departamentales y conversar con algunos sujetos que iban a comprar ropa con el objetivo de observar cómo se dan las prácticas del vestir y cuáles eran las prendas de tallas grandes que existían para las mujeres y hombres, apoyándonos en la observación participante con el propósito de acercarnos a comprender la realidad en la que se desarrollan nuestros colaboradores, siendo que esta técnica consiste en, según Rekalde, Vizcarra & Macazaga (2014), una interacción entre el observador y el entorno que frecuentan los sujetos que se desea investigar donde se acercan a las experiencias que ellos viven y además poder formar una perspectiva del objeto de estudio más sensible y horizontal.

Este acercamiento nos permite, según Schettini (2016), brindar a los sujetos que deseamos entrevistar cierto nivel de comodidad y relajamiento que puede ofrecer un mejor espacio para dialogar de manera más libre acerca de sus experiencias con las prendas de ropa. Por medio de los conocimientos obtenidos en este primer acercamiento identificamos que la práctica del vestir se gesta en el hogar y permea al sujeto en todos los espacios donde se desarrolla, lo que nos permitió problematizar la forma en que se desarrollan estas experiencias, construyendo así preguntas y

objetivos de investigación más enfocados a estas cuestiones que nos permitieron observar y reflexionar dentro de nuestro trabajo de campo.

Proseguimos con la búsqueda de sujetos que quisieran participar en entrevistas donde nos compartieran sus experiencias que han tenido con sus prendas y su práctica del vestir con la intención que nos mostraran su guardarropa y realizarán una actividad acerca de la elección de un outfit para salir en determinada situación. Para conseguir participantes optamos por la técnica de bola de nieve, donde por medio de nuestros conocidos buscamos a sujetos que aceptaran participar en nuestra investigación, en uno de los casos una de nuestras colaboradoras nos comunicó con otras tres colaboradoras interesadas a participar en el proyecto. Al momento de comunicarnos con los sujetos que quisieron colaborar tratamos de mitigar las dudas que tuvieran con respecto a la entrevista que se realizó después, la cual se programó con anticipación con cada uno de ellos. Además de comunicarles para que fines eran las narrativas que construimos junto con ellas y ellos.

El objetivo de estas entrevistas del tipo semiestructurada fue profundizar en las experiencias del vestir por medio de preguntas sencillas, recordando que dependiendo del flujo del diálogo podían modificarse, agregando nuevas preguntas según consideramos pertinente para nuestro objetivo. La entrevista semiestructurada al ser una técnica de naturaleza flexible nos permitió entablar un diálogo con nuestros colaboradores acerca de sus experiencias al vestir ropa de tallas grandes por medio de preguntas abiertas que se presentan en el guión de entrevista (anexo 1)

Algunas de nuestras entrevistas fueron presenciales y otras fueron en línea por la plataforma Meet y Zoom, esto debido a que por fiestas decembrinas los colaboradores no se encontraban en su casa y en uno de los casos, en el país.

Cuando aplicamos las preguntas de nuestra guía, algunas fueron contestadas en una sola respuesta y otras nos ayudaron a profundizar más en el relato, por ejemplo, en la pregunta *¿cuál es tu prenda favorita?* Hablamos de lo que la hace destacar de las demás o si tiene relación de cómo la obtuvo. Cabe resaltar que dejamos que los colaboradores nos mostrarán las prendas que sean de su elección, la cantidad y tipos de prenda fue a elección de nuestros colaboradores.

Realizamos dos entrevistas piloto las cuales nos ayudaron a desarrollar una actividad que antes hicimos mención, esta actividad se llevó a cabo con algunos de los entrevistados, ya que hubo quienes no contaban con el tiempo o disposición de realizar la actividad. Esta consiste en:

-Armar tu outfit para distintos momentos especiales:

En esta actividad les pedimos a nuestros colaboradores que armen sus outfit favoritos para un día de su vida cotidiana, otro para una salida con amigos o pareja y por último para una fiesta, tomamos fotografías de las prendas que nuestros colaboradores seleccionaron, donde solicitamos una breve explicación de por qué las eligieron para lograr generar un momento de reflexión sobre los significados que le dan a dichas prendas. Dando como resultado los siguientes ejemplos con su respectiva explicación:



a) Andrés más que mostrar un outfit para un momento especial, optó por mostrar dos prendas superiores, la primera (camisa azul) la considera adecuada para salir de fiesta o para eventos no tan formales en los que deba verse más formal. La segunda (playera morada) es una playera con el mismo estilo y corte que muchas de sus prendas que utiliza cotidianamente para acudir a la escuela o estar en casa.



b) Jorge no nos mostró un outfit para alguna ocasión especial, él prefirió mostrarnos un conjunto lo más similar a las prendas que utiliza cotidianamente (camisa polo y short beige).





c) Ilse nos mostró un palazzo el cual es nuevo porque tiene pensado usarlo para recoger su título e ir a una pequeña comida con su familia.



d) Yaret nos muestra este vestido el cual compró para su cumpleaños y lo considera como una prenda significativa por ser un logro personal, ella se llevó este vestido a Canadá y lo usa en ocasiones especiales.

Descripción del proceso de trabajo de campo

Al iniciar las entrevistas preguntamos si había cualquier duda que no se hubiera resuelto en la invitación o en el encuadre, de esta manera buscamos generar una relación de confianza con nuestros colaboradores. Para empezar a construir las narraciones iniciamos con la pregunta cuál es su prenda favorita y porqué esa en específico, de esta manera abrimos el diálogo para poder conocer las historias y experiencias con sus prendas de ropa, para posteriormente hablar de su cuerpo y la relación que ellos identifican que hay entre su cuerpo y su ropa.

En una de las entrevistas mencionaron el proceso del desapego a la ropa, por lo cual la colaboradora no tenía prendas que considera especiales, le gustan o disgustan en específico porque se estaba haciendo el hábito de no guardar demasiada ropa que no usa. A pesar de esa narración si llego a identificar algunas prendas, pero se decidió profundizar en cómo ha sido ese proceso y porque surgió dicha práctica.

Dentro de las estrategias metodológicas que planeamos se buscó que nuestros colaboradores nos pudieran contar sobre sus experiencias del vestir dentro de la vida cotidiana, donde hablamos de situaciones en las cuales nuestros colaboradores tuvieran que escoger determinadas prendas o conjuntos como el caso de una cita romántica, salir en compañía de amigos, asistir a la escuela o al trabajo, además de lo que usan cotidianamente. En algunos casos mencionaron que era más importante la comodidad, así que tratamos de profundizar en las prendas que consideraban cómodas y el porqué sentían esa comodidad esa ropa.

Como mencionamos anteriormente la mayoría de nuestros colaboradores los contactamos directamente o los conocimos por la técnica de bola de nieve, en nuestra primera entrevista nos dimos cuenta que podía ser un poco difícil que en el primer encuentro nos pudieran abrir las puertas de su casa y más que nada de su guardarropa porque es parte de su intimidad, por lo cual con nuestros primeros colaboradores las entrevistas las realizamos en una plaza, dentro de la universidad o en otros lugares y ellos nos daban otras opciones para conocer parte de su guardarropa, como por ejemplo un colaborador llevo una maleta con sus prendas de para la entrevista o dentro de la entrevista describieron cómo son las prendas que

existen dentro de su guardarropa y la experiencias e historias que hay con dichas prendas.

En estas primeras entrevistas también nos dimos cuenta que todavía existía nerviosismo de nuestra parte y que nos faltaba tener una mejor escucha, así mismo ser más flexibles y abiertos para que no fuera una entrevista tan estructurada o apegada a las preguntas que íbamos a realizar, sino que fuera más una conversación con nuestro colaboradores y permitir que ellos nos pudieran narrar cosas que nosotros no teníamos planeado hablar o llegar a realizar una nueva estrategia metodológica dentro de la entrevista para que nuestros colaboradores nos pudieran hablar con mayor confianza sobre las prendas de su guardarropa. Con nuestros siguientes colaboradores nos dimos cuenta que al convertir la entrevista en una conversación pudimos conocer mejor las experiencias del vestir de nuestros colaboradores y que con hacer una pregunta nuestro colaborador muchas veces nos llegaba a contestar otras preguntas que teníamos planeadas realizar a lo largo de la entrevista.

En otra entrevista al estar presente un tercer sujeto que estaba de oyente limitó la narración del colaborador, o el mismo colaborador buscaba confirmación en ese sujeto de lo que estaba narrando. Además, cuando se buscaban colaboradores por medio de amistades de cada uno de los integrantes del equipo nos llegamos a encontrar con sujetos que se sentían ofendidos al hacerles la invitación de participar en las entrevistas por usar tallas grandes y nos negaban o ignoraban nuestra petición.

También nos llegamos a enfrentar a silencios prolongados después de respuestas demasiado cortas aunque se tratamos de profundizar en el discurso, en unas ocasiones logramos retomar el curso al preguntar otras cosas y obtuvimos respuestas más prolongadas, no obstante en otras ocasiones terminamos la entrevista antes del tiempo deseado al no saber cómo atravesar este obstáculo.

Otro de los aspectos que nos gustaría resaltar es que al hacer entrevistas con sujetos que nunca hemos visto logramos desarrollar más a fondo la narración y no dudar en

preguntar acerca de diversas experiencias que sentíamos fundamentales para nuestra investigación, el nerviosismo bajaba y nuestra atención aumentaba.

Las experiencias que nos contaron son bastante enriquecedoras y cuando se daban el tiempo de mostrarnos la ropa que les gustaba, la relación que formamos durante la entrevista fue respetuosa y con cierto grado de confianza con cada colaborador y puede ser que debido a la falta de experiencia no logramos profundizar en algunas narraciones más a fondo.

Descripción de cada entrevista

Entrevista de Sofia

Entrevista 1

La entrevista la realizamos el 6 de enero de 2023 de manera presencial, con una duración aproximada de 15 minutos. Angelica es una mujer de 20 años que reside en el municipio de Ixtapaluca, en el Estado de México, es una estudiante de licenciatura. El lugar donde la llevamos a cabo fue en un domicilio cercano para ambas, porque menciona que “se sentía más cómoda de esa manera”, ella trajo sus prendas favoritas, las que no usaba, las que considera especial y las que no le gustaban. El desarrollo de la conversación fue demasiado rápido y la presencia de un tercero hizo que en varias ocasiones no supiera cómo continuar construyendo las narraciones, sin embargo las experiencias que nos compartió fueron muy interesantes, puesto que menciona la comodidad por encima del estilo, donde las blusas holgadas son sus preferidas. Hubo cierto momento donde caí en la búsqueda de estigmas pero lo que comentó fue que en su círculo social no hay críticas contra su persona. Por otro lado, hablamos de cómo consigue sus prendas y menciona que a falta de tallas tiene varias posibilidades para obtener algo a su gusto y medida, por ejemplo el hecho de comprar en bazares o segunda mano.

Entrevista 2

La entrevista la llevamos a cabo el día 6 de enero de manera presencial con una duración aproximada de 15 minutos. Jessica es una mujer de 23 años que reside en el municipio de Ixtapaluca en el Estado de México, es una recién egresada de la carrera de diseño gráfico. Al momento de terminar la entrevista con Angelica, Jessica

nos comento de que igual le interesaba participar, entonces le comente de qué trataba el proyecto y dimos inicio a la entrevista. Ella profundizó más en algunos aspectos de cómo se siente con la ropa, mencionando que en casa no puede ser ella misma y usar la ropa que le gustaba y al salir con amigas e ir a la universidad le brindaba la oportunidad de vestir a su agrado. Ella describió sus prendas de vestir, ya que no las traía consigo mencionando que “le gusta la ropa cómoda y sus blusas favoritas son las de mangas de $\frac{3}{4}$ y no le gustaban las mangas cortas”. La conversación fue demasiado rápida y tuve dificultad para profundizar más en algunos aspectos; Jessica me hizo el favor de compartir por WhatsApp las fotografías de las prendas días después. Me parece importante mencionar que Jessica contactó a tres de sus amigas para realizar las próximas entrevistas, quienes accedieron.

Entrevista 3

La entrevista la realizamos el día 9 de enero de 2023 por la plataforma Zoom por la disponibilidad de ambas partes, tuvo una duración de 45 minutos aproximadamente. Yasojara es una mujer de 31 años recién egresada de la carrera de diseño gráfico que reside en el municipio de Ecatepec de Morelos en el Estado de México. En esta entrevista no fui tan apegada al guión y creo que es lo que me permitió desarrollar el diálogo y profundizar más en su discurso. Yasojara me comenta de que ha estado en el proceso de desapego a su ropa, además de comprar sola, puesto que por parte de su mamá hay comentarios hirientes hacia su cuerpo. Menciona que ha empezado a ir a terapia y eso le ha ayudado a subir su autoestima; por otro lado, alude a la influencia de las series coreanas en el estilo de ropa que desea usar, encontrándose con la dificultad de encontrar las prendas que concuerden con ese estilo. Habla acerca de que acepta a su cuerpo ya que es parte de ella, y si no lo quisiera no se aceptaría a sí misma. Ella menciona que este desapego a la ropa le ha ayudado y mantiene la idea de que es mejor vender o tirar la ropa que no usa, en vez de tenerla ocupando espacio. Yasojara no mostró ninguna prenda de las que hablamos y aunque pregunté si gustaba compartir unas fotografías de su ropa no recibí respuesta.

Entrevista 4

La entrevista la realizamos el 10 de enero de 2023 por la plataforma de Meet, esto debido a que nuestra colaboradora se encuentra en Canadá. La duración aproximada

fue de 45 minutos. Yaret es una mujer de 30 años que se dedica al Bartender que reside en la alcaldía de Iztapalapa, aunque en ese momento se encontraba en el extranjero. Algo muy interesante en esta entrevista es el hecho de que hizo comparaciones del tipo de prendas que se usan en Canadá, los cuerpos de los residentes de este país y la variedad de tallas que se encuentran allá, a diferencia de México. Además, describió las prendas que usa al no tener la mayoría en ese momento, posteriormente me envió las fotos de algunas de ellas como fue la prenda favorita y que recuerda con mucha claridad el cómo la obtuvo. Al igual que Yasojara, Yaret menciona la influencia de otros países en los estilos de ropa que le gustaría probar, aunque en su caso no lo ha hecho por la incertidumbre de si ofende a esos sujetos. Comenta que al ser alta y usar talla grande le ha dificultado encontrar prendas de su agrado pero ha encontrado diversos lugares donde obtenerlos.

Entrevista 5

La entrevista la llevamos a cabo el día 12 de enero de 2023 por la plataforma Meet por disponibilidad de ambas partes con una duración aproximada de 15 minutos. Melisa es una mujer de 28 años que trabaja como diseñadora gráfica y reside en el municipio de San Felipe del Progreso en el Estado de México. Algo que me quedó marcado de esta entrevista es el hecho de que menciona el tipo de vestimenta que se ve obligada a usar por el entorno de trabajo, ya que existe cierta incomodidad al usar ropa más reveladora gracias a las miradas masculinas de los espacios laborales. La entrevista tuvo dificultad porque en ocasiones se trabó el audio y supongo que por la misma presión del tiempo fue muy rápida y no me di a la tarea de profundizar más en sus narraciones.

Entrevistas de Ana Karen

Entrevista 1

La entrevista la realizamos el 23 de noviembre de 2022 por la plataforma Zoom por disponibilidad de nuestra colaboradora, con una duración de media hora aproximadamente. Karen es una mujer de 23 años, quien reside en la delegación Coyoacán, es estudiante de licenciatura. Al iniciar con la entrevista semiestructurada mencionó que las prendas de ropa que existen en su guardarropa “la mayoría fueron adquiridas en su tienda de confianza porque puede encontrar diversidad de tallas y

existen pocas prendas de tiendas de ropa comerciales porque es muy difícil encontrar prendas de su talla y gusto”, también comento que ya tenía diseñado el logotipo y pensaba diseñar prendas de ropa para mujeres de tallas grandes, relata nuestra colaboradora que “a ella le gusta utilizar ropa un poco pegada y mostrar el cuerpo que tiene aunque hay veces que prefiere utilizar ropa holgada”, ha recibido comentarios que cuestionan las prendas de ropa que ha usado por ser de tallas grandes pero a ella no le afectan, también contó que en una ocasión acompañó a su mamá a buscar un vestido para una fiesta y fue muy difícil encontrar un vestido con el cual su mamá se sintiera cómoda y no fuera tan aseñorado, pero cuando entraban a tiendas no encontraban vestidos de su talla y terminaron comprando un vestido en el tianguis que les gustó pero su mamá se sintió un poco incómoda cuando lo utilizó, por último mencionó que a veces es difícil encontrar prendas de su talla, otra dificultad es encontrar ropa interior y a la vez sentirse sexy de una u otra manera. A lo largo de la entrevista la relación con la colaboradora fue buena, hubo risas, estuvo tranquila pero en la parte del relato de su mamá al buscar un vestido pude notar que se mostraba un poco triste. Un tema que no había pensado es sobre la ropa interior y cuando lo mencionó la colaboradora nos dio también una nueva visión sobre no solo pensar en prendas exteriores como un pantalón y una blusa sino también la ropa interior que es algo que usamos a diario.

Entrevista 2

Esta segunda entrevista buscamos realizarla de manera presencial, el 01 de diciembre de 2022 en una cafetería, con una duración de 30 minutos. Marcela es una mujer de 22 años, tiene una hija, reside en la delegación Xochimilco y es estudiante de licenciatura. Al no hacerla en su casa se tuvieron que modificar algunas preguntas en el momento, a lo largo de la entrevista mencionó que “al ser mamá su guardarropa era muy pequeño y sencillo porque la mayoría de ropa es para su hija”, también relató que “antes de ser mamá vestía ropa más juvenil, utilizaba faldas y vestidos pero cuando se convierte en mamá su guardarropa cambió en su mayoría porque ahora buscaba ropa más cómoda y sencilla como una blusa de manga larga, pantalones de mezclilla y tenis”, también comentó que “cuando se ponía vestidos la gente llegaba a juzgarla diciendo que ya no se podía vestir con falda, vestidos o blusas un poco escotadas por el hecho de ser mamá y eso era mal visto”, otra razón por la que dejó

de utilizar vestidos y faldas fue porque “ha visto a hombres acosando a mujeres por lo cual ella prefiere evitar ese tipo de situaciones y vestir ropa sencilla”. La entrevista fue corta porque tuvo que recoger a su hija de la escuela, pero a lo largo de la entrevista existieron preguntas que no sabía cómo contestar por lo cual realizaba la pregunta de otra manera, algunas preguntas las tuvimos que descartar o dirigir las a las prendas de ropa que traía puestas, en relación al tema de que su guardarropa cambio al ser mamá fue interesante conocer cómo puede cambiar tu guardarropa después de ser mamá, que llegues a evitar utilizar algunas prendas porque por el hecho de ser mamá ya no tienes permitido usar ciertas prendas y ahora la mayoría de la ropa que existe en su guardarropa es de su hija y las prendas que ella utiliza consisten en pantalones de mezclilla y blusas.

Entrevista 3

En esta tercera entrevista hubo accesibilidad a su casa y su guardarropa, la realizamos el 20 de diciembre de 2022 con una duración de 75 minutos aproximadamente, Suleymy es una mujer de 28 años, quien reside en la delegación Xochimilco. A lo largo de la entrevista menciona que “desde los 15 ha sido de tallas grandes y hubo un momento donde empezó a hacer ejercicio y se empezó a comprar blusas más pegaditas y empezó a ponerse vestidos, pero después volvió a subir de peso y dejó de utilizar las blusas pegadas, cambiándolas por sudaderas o blusas más holgadas que permitan tapar su estómago”, tenía planeado iniciar la actividad de línea de tiempo con las prendas que más utiliza a las que lleva tiempo sin utilizar, pero nuestra colaboradora empezó a hablar sobre las prendas que ya no ha usado después de subir de peso, mostró vestidos y blusas que solo se ha puesto una vez o las compró y no las ha utilizado comentando que “algunas prendas solo las utilizó una vez porque recibió comentarios de que las prendas no le favorecían o se sentía gorda o incomoda al vestir estas prendas”, también comentó que “no está a gusto con su cuerpo y lo que más les causa inseguridad es su estómago” por lo cual procura ocultarlo o utiliza fajas para que se vea más plano. Otro tema que causó interés y un poco de tristeza por parte de nuestra colaboradora fue cuando relató que sufrió acoso sexual y para evitar que más adelante se volviera a repetir, decidió ser gordita porque pensaba que así ya no la acosarían, pero cuando después tuvo un novio y le fue infiel, pensó que fue por ser gordita y esa situación le afectó mucho, nuestra

colaboradora comentó que normalmente le pregunta a su mamá que prendas utilizar o cual elegir para sentir su aprobación y seguridad con las prendas que se va a poner. En esta entrevista hubo una relación con más confianza, nos permitió ver las prendas que existen en su guardarropa, nos contó sobre algunos sucesos muy personales y cómo percibe su cuerpo, también nos dimos cuenta de que al recibir comentarios en relación a las prendas que vestía le podía afectar mucho, a tal grado de no volverse a poner esas prendas o causarle inseguridad.

Entrevista 4

Esta entrevista también fue de manera presencial, la realizamos el 21 de diciembre de 2022, con una duración de 75 minutos aproximadamente, Ilce es una mujer de 24 años que reside en la delegación Xochimilco. Nuestra colaboradora menciona que los palazzos son sus prendas favoritas porque es una prenda que para ella es cómoda y a la vez un poco formal, aunque de pantalón es talla M de blusas es talla grande y relata que es difícil encontrar blusas porque tiene un busto grande y cuando estudiaba enfermería era difícil encontrar batas que le quedara bien del busto y optó porque su mamá le hiciera las batas a su medida, comenta que cuando estuvieron de moda los mom jeans ella fue feliz al encontrar pantalones más flojos y no tan apretados, pero a todos los pantalones e inclusive los palazzos que ha comprado normalmente les tiene que cortar 15 centímetros de las piernas para que no le queden tan largos. Nuestra colaboradora relató que tiene prendas significativas como lo son dos batas que eran de su tía cuando trabajó de enfermería, un palazzo de su mamá y ha llegado a ponérselo en algunas ocasiones y un vestido que le recuerda la primera vez que fue a conocer el mar, por último menciona que cuando sale de fiesta con sus amigos evita ponerse vestidos porque en una ocasión intentaron faltarle al respeto y sus amigos la defendieron y para evitar peleas o pasar un momento incómodo evita los vestidos, además de que le faltaron varias veces al respeto cuando iba de camino a la universidad y llevaba el uniforme de enfermera, menciona que aunque no llevaba vestidos o algo similar le faltaron al respeto. En esta entrevista hubo un vínculo de confianza al permitirnos que la entrevista fuera en su casa, nos relató algunas situaciones personales y nos permitió conocer las prendas que existen en su guardarropa, conocer cómo ha dejado de utilizar vestidos para salir a alguna fiesta

para evitar faltas de respeto o cómo a pesar de ir vestida con un uniforme de enfermería le han llegado a faltar al respeto en el transporte público.

Entrevistas de Mauricio

Entrevista 1

El sujeto con el se realizó la primera entrevista fue un joven de 25 años que reside en la delegación Coyoacán al comentar la duración de la entrevista no hubo objeción (y fue de aproximadamente 45 minutos) y tras proponerle ir a su casa y ver sus prendas, el colaborador aceptó, al generar el rapport tuvimos una breve charla de cómo se manejaría la entrevista y se bromeó respecto al objeto de estudio permitiendo un buen desenvolvimiento de parte del colaborador, ya dentro de la entrevista fue interesante como sin hacer mención de ciertas preguntas que tenía en el guión de entrevista el colaborador llegó a darles respuesta haciendo que pensase en las preguntas como un conjunto hilado que permitía acercarnos al objeto de estudio que estábamos buscando y se sentía un círculo de confianza ya que el entrevistado logró compartir ideas propias que quizá no hubiese contado a alguien más. Posterior a las preguntas se realizó la actividad donde nos mostró su ropero y un comentario que se quedó en nosotros fue *Ahora que lo veo bien necesito darle un nuevo orden a toda mi ropa*; haciéndome pensar en cómo es que el simple acto de acercar a los sujetos a ver de otra forma el espacio en el que se desarrollan diariamente los hace reflexionar sobre sus propias ideas, después comentó a grandes rasgos la forma en que organizaba su ropero y es interesante como las prendas que menos utiliza estaban en los lugares más inaccesibles del ropero dando paso a una pequeña espacialidad, todo lugar y objeto tiene un propósito y un significado. Finalmente eligió prendas que fueran de su elección y contó un poco sobre ellas, fue interesante como una camisa le parecía que por su singularidad era buena para combinar con todo y otra playera que eligió al azar debido a que esta tenía un estilo muy similar a muchas que hay en su guardarropa dando a entender que no era la prenda como tal la que tenía sentido para él, sino la forma de la prenda la que generaba gusto y comodidad en él. Al concluir la entrevista se agradeció el tiempo brindado y el colaborador comentó que le agradó participar en la entrevista dejando un muy buen sabor de boca al término de nuestra conversación.

Entrevista 2

La segunda entrevista fue un poco menos didáctica ya que por tiempo y comodidad del colaborador, un joven de 21 años que reside en la delegación Coyoacán, la entrevista se realizó en la Universidad Autónoma Metropolitana, así que se buscaron formas de adecuar el sitio en el que se desarrolló la entrevista dado que el espacio eran áreas verdes para comodidad de mi colaborador y porque se pensó que apropiado estar en un espacio abierto para que no sintiese muy formal la entrevista. Uno de los principales problemas que sucedieron en esta entrevista fue en hallar la forma de realizar la actividad de las prendas sin poder ir a su casa así que se acordó con el colaborador que llevase prendas a su elección a lo que aceptó. Ya en la entrevista esta se desarrolló de buena manera ya que desde el primer contacto hasta el lugar donde realizamos la entrevista se desarrollo una pequeña charla informal que podría ser considerada como el rapport debido a que con anterioridad se había platicado los lineamientos de la entrevista vía WhatsApp así que la conversación fue sobre su día y como se encontraba en ese momento, al iniciar con la entrevista el colaborador se presentó accesible y a pesar de que sus respuestas fueron concretas sí dieron respuesta a las preguntas y de igual forma como en la primer entrevista el colaborador dio respuesta a preguntas que no se habían formulando dando pauta para indagar más en los temas que surgían dentro de la entrevista que no eran parte inicial de ella pero que para mi colaborador eran de suma importancia. Finalmente durante la actividad de mostrar las prendas al no poder verse su ropero sacó de su mochila algunas prendas que en sus palabra “eran las que mejor cabían en mi mochila” pero no por ello eran menos significativas siendo como el caso del primer entrevistado me mostró prendas con un significado individual en el que el estampado de su sudadera era el motivo por el cual la adquirió y a su vez mostró una camisa tipo polo que representaba todas las camisas polo que él tenía siendo esta el tipo de prenda que más le gustaba vestir, dado que ya teníamos un cierto vínculo de confianza formado mostró su ropa interior comentándome porqué era de ese tipo y no de otro haciéndome reflexionar sobre cómo el colaborador brindó tal confianza para mostrar sus prendas íntimas. Al concluir la entrevista se agradeció el tiempo brindado recibiendo una respuesta positiva y con iniciativa de seguir apoyando la investigación en un futuro apoyo si se requería.

Entrevista 3

La tercera entrevista fue la más diferente, esta fue realizada por medio de zoom para comodidad del colaborador, esto no imposibilitó el desarrollo de la entrevista, así como con los primeros dos colaboradores ya se había conversado por medio de mensajes en donde se describió la forma en que se trabajaría la entrevista y es este mismo medio por el que se compartió la liga para unirse a la reunión en la que en todo momento como en las anteriores entrevistas se les solicitó de primera instancia si podría grabarlo a lo que accedió. En la entrevista fue complicado obtener información ya que el entrevistado daba respuestas concisas y en algunas ocasiones repetitivas pero no por ello su información es menos útil ya que este fue el que más abordó un tema que fue recurrente durante todas las entrevistas, siendo este el color. El entrevistado hablaba de cómo su vestir estaba mediado por elecciones en la combinación de colores para su uso cotidiano y un punto interesante fue el tema de cómo hay colores que le quedan mejor a unos sujetos que a otros, siendo esto lo que lo hacía elegir colores más cálidos. Llegado el término de la entrevista hubo un inconveniente dado que se acabó el tiempo de la reunión en zoom obligando a realizar una pausa en la entrevista para abrir una nueva liga, pero esto no influyó mucho ya que al momento del término del tiempo ya se había cubierto la totalidad de las preguntas guía y solo quedaba desarrollar la actividad de ver su ropero. En un inicio no sé sabía cómo sería manejar la actividad sin estar presente ahí pero lo que ayudó fue que el entrevistado enseñó mediante su cámara su ropero y explicó brevemente cómo era la distribución, lo que pareció más curioso es que su ropa estaba distribuida de la misma forma que el cuerpo humano. Su ropero contaba con entrepaños en todo el mueble abajo tenía su calzado, subiendo la mirada estaba su ropa interior como calcetines, calzones y los pantalones, subiendo más se podía ver chamarras y camisas junto a sus artículos de higiene personal —aquí me gustaría hacer un paréntesis ya que mis tres colaboradores tienen artículos de higiene personal junto a donde tienen su ropa—, finalmente mostró algunas prendas que le gustaban y una vez más se logró ver prendas a las que otorgan significados particulares y generales siendo un pantalón beige de sus prendas favoritas por poder usarlo con todo tipo de camisas al igual que mostró una chamarra tipo militar que le gusta mucho pero no la usa muy a menudo debido a que le provoca mucho calor. Finalmente despedimos al colaborador y agradeciendo su tiempo y atención.

Posibles líneas de investigación

1. El vestir y su relación con el espacio dentro y fuera del hogar: una práctica diferenciada por el género.

En primera instancia los sujetos se desarrollan en conjunto con su entorno, experimentando una realidad que es vivida de distinta manera por cada uno, en esta investigación nos centramos en un grupo de mujeres y hombres que visten tallas grandes. Donde esta realidad está atravesada por construcciones de sentido que van más allá de ellos mismos y que se han formado a través del tiempo por medio de la subjetividad social en la que se desarrollan, siendo la familia, los amigos y/o la pareja uno de los medios por el cual el sujeto aprende estas formas de percibir sus cuerpos debido a que los modelos de belleza establecidos difieren entre hombres y mujeres que usan tallas grandes y aunque el vestir es para todos, se ve una clara diferencia en los modelos de belleza y el vestir los cuales están normados por el género.

Podemos observar que dependiendo el género existe una mayor presión social, por ejemplo entre las mujeres que entrevistamos conocimos el caso de Karen una mujer de 23 años, quien es estudiante, soltera y reside en la delegación Coyoacán, donde comenta: *la parte de vestirme para mi es muy importante, siempre me han enseñado que tu forma de vestir, pues le pega mucho a la gente, importa el cómo te vistes, el cómo te presentas, no es lo mismo que un día vayas con tus amigos y te vistas casual a que te quieras vestir casual para una entrevista de trabajo*; referente a esto podemos pensar que los sujetos se visten según las normas sociales de su entorno y los otros que la habitan, estas normas les enseñan cómo deben vestir según dónde y con quien estén, siguiendo la perspectiva de Raffestín (1977) los sujetos se someten a las estructuras sociales existentes en su contexto que influyen en su agencia⁹, en este caso los modelos de belleza y su relación con los otros son aspectos que median el vestir del sujeto.

⁹ Según Corredor (2020) la agencia es la capacidad de toma de decisiones del sujeto donde procede a realizar una acción.

Así mismo encontramos el caso de Yasojara una mujer de 31 años, diseñadora, soltera que reside en Ecatepec de Morelos, donde ella narra cómo estos ideales de un cuerpo esbelto la llevan a tener conflictos consigo misma: *me traumó por un tiempo de que tenía que estar más delgada porque sino de plano no iba a encontrar ropa*; siguiendo con esta idea podemos pensar al vestir como una práctica normada por cuerpos esbeltos y estilizados que difícilmente están adaptados para los sujetos que visten tallas grandes. Desde la perspectiva de Esteban (2013) se considera que la delgadez es una forma de control social que ejerce una mayor presión hacia cómo debe ser el cuerpo de las mujeres imponiendo ciertas medidas corporales con las cuales se pueden considerar atractivas y deseables.

Siendo que el vestir es una forma de adornar el cuerpo para uno mismo y para los demás no podemos simplificarlo como solo una práctica que cubre al cuerpo, sino que esta conlleva una carga simbólica que es un medio para expresar el estado de ánimo y la personalidad como lo plantea Squicciarino (1990) y esto lo podemos identificar en las narrativas de nuestras y nuestros colaboradores al mencionar que mantienen consigo prendas que pueden o no usar debido a que están cargadas de sentimientos y rememoran momentos biográficos específicos que representan la forma en que los sujetos habitan el espacio como lo plantea Lindón (2006).

Entre nuestros entrevistados, encontramos el caso de Karen una mujer de 23 años, quien es estudiante, soltera y reside en la delegación Coyoacán, ella menciona: *soy mucho de prendas significativas, guardo mi primer blusa de mi primer trabajo, tengo una sudadera y una blusa que mi mamá me dejó que eran suyas antes de fallecer entonces las tengo muy guardadas y no me gusta que las toquen*; o como el caso de Andrés un hombre de 25 años, quien es estudiante, soltero y reside en la delegación Coyoacán, donde nos relata: *mis parejas me han regalado algunas playeras o algunos suéteres y pues creo que si los guarda*; de acuerdo con estas narrativas nos hace pensar que las prendas no solo son utilizadas para vestir al cuerpo sino también como algo significativo que nuestros colaboradores le asignan a esas prendas, de acuerdo a ciertas experiencias particulares generando que en el caso de no usarlas, las guardan por ese valor sentimental.

Como hemos visto a lo largo de los discursos de las y los colaboradores el espacio cumple un papel importante dentro del vestir como lo plantea Le Breton (1995) siendo que los lugares y los sujetos que interactúan en él influyen en la forma de vestir de los sujetos. Por ejemplo en el hogar se gesta un sentimiento de seguridad y comodidad al vestir de determinada manera como es el caso de nuestras y nuestros colaboradores los cuales optan por utilizar prendas más cómodas como pants, tenis y camisas holgadas que podrían romper con los modelos belleza planteados por la sociedad en la que habitan, pero fuera del hogar se retoman estas normas como en el lugar de trabajo, donde nuestros y nuestras colaboradoras comparten que utilizar ropa formal como pueden ser pantalón de vestir, saco y zapatos resultan incómodos para los sujetos que los visten haciendo notar que incluso la comodidad está entredicha en la vida en sociedad.

2. Los modelos de belleza y su influencia en el vestir cotidiano de las mujeres y hombres que visten tallas grandes

Posterior al análisis de las narraciones de nuestras y nuestros colaboradores podemos identificar como los modelos de belleza estipulados por la sociedad influyen en los sujetos que visten tallas grandes, siendo que estos ideales estéticos limitan el vestir y cómo debe ser el cuerpo de los sujetos pero la mayoría de población mexicana no encaja en ellos dado que las medidas de los mexicanos sobrepasan las estipuladas por estos modelos de belleza hegemónicos, generando que los que buscan adaptarse a estos ideales estéticos lleguen a modificar su cuerpo para lograrlo. Podemos observar que los modelos de belleza y las prendas de vestir están normados por el género, donde se busca resaltar lo femenino y masculino pero también podemos observar que existe una mayor presión social por medio de los modelos de belleza femeninos que buscan resaltar sus atributos al mostrar una silueta más seductora y tener un cuerpo esbelto como lo menciona Entwistle (2002), por lo tanto los modelos de belleza van más dirigidos a las mujeres generando que obtengan más prendas de ropa aunque no les brinde comodidad.

Los cuerpos y los estándares de belleza están mediados por el género como Guadarrama como citado en García (2023) menciona que las mujeres deben ser delgadas, que resalten sus atributos como el busto o los glúteos, una cintura estrecha,

una cara fina, una tez blanca y abdomen plano. Mientras que, en el caso de los hombres estos modelos de belleza se les exige que presenten un cuerpo atlético con abdomen marcado, pecho prominente y espalda ancha, haciendo que todos estos requerimientos sean muy difíciles de cumplir de manera saludable como lo propone Cornejo (2016) llevando a los sujetos a buscar alternativas para cumplir estos estándares de belleza cómo serían las cirugías estéticas, debido a que los cuerpos de las mujeres y hombres que visten tallas grandes no se adaptan a los modelos de belleza estilizados buscando formas de modificar su cuerpo como son la implementación de dietas, la práctica de algún deporte o ejercicio pero en casos más extremos se implementan las cirugías estéticas.

Entre las mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Suleymy una mujer de 28 años que se dedica a realizar aseos en casa, soltera, vive en la delegación Xochimilco y desde los 15 años ya utilizaba tallas grandes y extragrandes, donde narra: *cuando vi a las chicas así curvy que no tienen panza, dije “yo quiero ser así”, le digo a mi mamá “yo me quiero operar la panza y hacerme un aumento de pompi o un aumento de bubi”, pero yo quiero ser como las curvys que no tiene panza;* con base esta narración podemos pensar que las autopercepciones que tienen las mujeres y hombres que usan tallas grandes de su cuerpo frente a los modelos de belleza es muy importante, puesto que permite al sujeto generar una imagen de sí mismo donde según Barrera (2012) esta se construye por medio de las relaciones donde el sujeto tiene una percepción de sí mismo y un conocimiento de como lo perciben los otros, donde en ocasiones se le imponen ciertos ideales que debe alcanzar por lo cual algunos sujetos han buscado otras alternativas para modificar su cuerpo y poder sentirse bien consigo mismos, con esto podemos identificar como la sociedad reproduce los ideales corporales que le exigen al sujeto ciertas medidas casi imposibles de alcanzar.

Pero debemos tener en cuenta que el vestir está mediado por los modelos de belleza que en México se han arraigado desde el occidente, estos presentan un devenir corporal “estético”, presentando una forma de control social por medio del cuerpo. En México difícilmente los cuerpos se adaptan a estas normas estéticas, debido que la

mayoría de la población mexicana presenta sobrepeso y obesidad¹⁰. Además las medidas corporales difieren de las establecidas por los modelos de belleza mostrando una diferencia entre los cuerpos reales de las mujeres y hombres donde las medidas son las siguientes, para las mujeres: altura 1.58, peso 68.7, busto 104.2, cintura 89.2 y cadera 105.3 mientras que el ideal exige que las medidas sean 90 cm pecho, 60 cm cintura y 90 cm cadera. En comparación con las medidas de las hombres reales son: altura 1.64, peso 74.8, busto 106.1, cintura 91.4 y cadera: 103.2 en contraposición con el ideal que exige una altura de 1.82 m, pecho 100 cm y cintura 83 cm que define al hombre estético (Canaive, 2011 y Cambio16, 2023).

Con base a esta comparación en las medidas de la población mexicana y las exigencias de los modelos de belleza identificamos que los sujetos que visten tallas grandes están alejados de las medidas que se consideran ideales, las cuales hacen referencia a que la forma de sus cuerpos son diferentes a los cuerpos esbeltos, comentando que tienen una espalda ancha (en el caso de las mujeres), brazos gruesos, abdomen pronunciado, piernas anchas y papada haciendo aún más difícil seguir con los modelos de belleza debido a que sus cuerpos no cumplen las exigencias de lo que se puede considerar un cuerpo estético, como lo encontramos en el caso de Ilse, una mujer de 24 años que es recién egresada de la universidad, es soltera y vive en Xochimilco, donde comparte: *siento que los palazzos es lo que me favorecen y me hacen sentir cómoda porque con los vestidos, pues batallo mucho también, pues no me gusta ciertas partes de mi cuerpo como la espalda o los brazos que los tengo anchos, entonces, cómo que siento que con los vestidos me siento más expuesta;* y también entre los hombres entrevistados, encontramos el caso de Jorge, un hombre de 21 años, que es estudiante de licenciatura, es soltero y vive en la delegación Coyoacán, donde relata: *yo engordo como en forma de pero digámoslo así, qué quiere decir esto, que yo engordo más en la parte de los glúteos, en la parte de las piernas entonces cuando tú buscas un pantalón en las tiendas pues es más*

¹⁰La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición en 2018-2019 registró a nivel nacional que el 75.2% de la población de 20 a 59 años padece sobrepeso y obesidad. De los cuales el 76.8% son mujeres y el 73% son hombres, en la Ciudad de México se registró que el 75.9% de la población de 20 a 59 años padecen sobrepeso y obesidad. Además, el Programa Estatal Intersectorial para la Prevención, Tratamiento y Combate del Sobrepeso, Obesidad y Trastornos Alimentarios del Estado de México y sus Municipios en 2016 menciona que el 71.1% de la población de 20 a 59 años del Estado de México sufre sobrepeso y obesidad.

complicado; con base a estas narraciones podemos identificar que hacen mención de determinadas partes de su cuerpo las cuales son las que salen de estos estándares estéticos llevando a algunos a sentir cierta incomodidad, ya sea sensorial como cuando una prenda no les queda o emocional cuando les llega generar algún tipo de inseguridad.

Como es el caso de la cantidad de prendas que utilizan nuestros y nuestras colaboradoras, esto se aprecia más en el caso de las mujeres que guardan mayor cantidad de prendas en su guardarropa en comparación de los hombres siendo que los cuerpos han pasado por filtros que buscan guiar la atención a las características sexuales de los sujetos, es por eso que el vestir se convierte en un medio para poder resaltar estos atributos sexuales como lo propone Friedman como citado en Sabido (2019), llevando a las mujeres a resaltar su figura para mostrarse más seductoras y resaltar su feminidad como lo plantea Entwistle (2002).

Son estas diferencias en el vestir cotidiano de los sujetos con las que podemos analizar las sobreexigencias que tiene la sociedad frente a las mujeres siendo que estas deben de lucir “bellas” todo el tiempo, como es el caso de la cantidad de prendas que utilizan nuestras colaboradoras, las cuales guardan una mayor cantidad de prendas en su guardarropa, ya que se les exige que deben de vestir de múltiples formas y utilizar diferentes estilos. Además que el vestir se convierte en un medio para poder resaltar estos atributos sexuales como lo propone Friedman como citado en Sabido (2019), llevando a las mujeres a resaltar su figura para mostrarse más seductoras y resaltar su feminidad como lo plantea Entwistle (2002). En comparación de los hombres solo utilizan algunas prendas para su vestir.

Entre las mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Yasojara una mujer de 31 años, quien es diseñadora, es soltera, vive en Ecatepec de Morelos, donde comenta: *para elegir mis prendas dependerá mucho a dónde voy y creo que lo que cambia mucho es el maquillaje que usó. Si usas un maquillaje muy natural, pues es algo normal, ya le metes un poquito más de producción es para algo más especial más específico*; y podemos observar que entre los hombres que entrevistamos mencionan que le dedican un menor tiempo e importancia como el caso de Andrés

un hombre de 25 años, quien es estudiante, soltero, vive en la delegación Coyoacán, donde relata: *si son presentaciones en la uni o en la oficina pues si me voy más de camisa igual casual y no tardó más de 10 a 15 minutos a veces menos en vestirme*; analizando lo anterior podemos decir que en el caso de nuestras colaboradoras si existe una mayor importancia a los modelos de belleza y en la moda en comparación con los hombres.

Para los hombres estos modelos de belleza son diferentes respecto al de las mujeres debido a que se les exige lucir una musculatura bien formada para demostrar su masculinidad, pero con nuestros colaboradores es más común deslindarse de estos modelos de belleza sin dejarlos completamente, por otro lado buscan seguir determinado estilo de vestir entrando en una contradicción donde ya aceptan su cuerpo que se encuentra fuera de los modelos de belleza pero buscan seguir dentro de las modas que plantean estos modelos estéticos, entre los hombres entrevistados, encontramos el caso de Juan Pablo un hombre de 23 años, es fotógrafo, es soltero, vive en Ixtapaluca y nos narra: *no me baso en un estilo porque luego las prendas que quiero de ese tipo de estilos no están aptos para mi cuerpo o así es como de armo mi vestimenta con lo que tengo con lo que puedo, pero básicamente son colores como estándares sin tanto estampado ni nada por el estilo porque no me gusta, me gusta más colores planos*; con base a esta narración podemos identificar como los hombres están normados por estos modelos de belleza pero no de la misma forma que las mujeres pues al ser tallas grandes quieren seguir un estilo que está dirigido a los cuerpos delgados, generando una contradicción entre no seguir la moda y prestarle atención a los detalles estéticos de lo que “se ve bien”, como la combinación de colores y tipos de telas.

En las narrativas de las y los colaboradores se plantea la idea de que cierta ropa ayuda a resaltar los atributos aunque los limite en su movimiento, encontrando dos posturas: la primera el uso prendas que a pesar de ser incómodas las siguen vistiendo, entre las mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Jessica una mujer de 23 años, estudiante, soltera, que vive en Ixtapaluca quien nos comparte: *la verdad a veces uso ropa que no es cómoda, sino más que nada intentando seguir un estilo*; y la segunda en la que optan por vestir ropa más holgada que les permita

experimentar de mejor manera la vida cotidiana y de alguna forma el ocultar su cuerpo les permite sentirse más cómodos consigo mismo, entre los hombres que entrevistamos, encontramos el caso de Juan Pablo un hombre de 23 años, es fotógrafo, es soltero, vive en Ixtapaluca y nos relata: *es que bueno como soy una persona de talla grande pues obviamente a mí me gusta que mi ropa me quede un poco más grande y si esa playera no me rebasa en la parte de la panza siento que es más cómodo*; donde podemos observar que por medio de las prendas se puede experimentar comodidad e incomodidad dependiendo de la importancia que le dan a los modelos de belleza.

3. Hombres y mujeres que visten tallas grandes frente a los juicios y la mirada del otro: comodidad e incomodidad, comentarios pasivo-agresivos

Como bien sabemos el vestir cotidiano no se da de manera individual dado que siempre está mediado por un otro, esto es aún más claro cuando retomamos las perspectivas de nuestras colaboradoras que expresan cómo las miradas de los otros masculinos y los juicios de valor que son impuestos por un sujeto ajeno influye en el vestir cotidiano, entre las mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Marcela una mujer de 22 años, quien es estudiante, reside en Xochimilco y tiene una hija, donde nos narra: *siento que más que nada es encaminado hacia los hombres o sea te pones un short y ya sientes como las miradas incómodas y por ese tipo de cuestiones si dejas de ponerte una blusa de tirantes o una falda*; referente a esto podemos identificar como la mirada del otro va limitando la forma en que visten puesto que en el caso de Marcela se ha limitado en utilizar ciertas prendas por la mirada del otro la cual le genera incomodidad.

Dentro del vestir cotidiano se llegan a presentar juicios ajenos que se imponen a los sujetos y más en los que visten tallas grandes. Gracias a las entrevistas es posible tener un panorama de cómo son estas nociones de autopercepción que las y los colaboradores tienen de sí mismos y de la percepción que consideran que los demás tienen de ellos como lo plantea Riso (2012). Hablando de la imagen corporal y cómo se construye identificamos en las narraciones de nuestras y nuestros colaboradores la presencia de una gran cantidad de comentarios negativos o positivos que influyen en la autopercepción, dado que cuando son comentarios negativos el sujeto llega a

generar sensaciones y perspectivas de sí mismo que pueden ser desagradables y que no les permitan alcanzar una comodidad en su vestir, incluso si el sujeto presenta una determinada comodidad y recibe ciertos comentarios o miradas esa comodidad se pierde. Dado que la forma en que experimentamos el mundo social es por medio de las sensaciones, pero estas sensaciones no se dan por sí solas, sino que es por medio de la relación con los demás como lo plantea Le Bretón (2007) las que estructuran la forma en que vivimos la especialidad y estas sensaciones, por ello es necesario analizar cómo es que el otro puede influir en estas sensaciones.

En el caso de las mujeres y hombres que visten tallas grandes podemos identificar que los comentarios negativos influyen directamente en la autoimagen de los sujetos que visten tallas grandes dado que estos comentarios están dirigidos a su cuerpo como es el caso de Suleymy una mujer de 28 años que se dedica a realizar aseos en casa, es soltera, vive en la delegación Xochimilco y desde los 15 años ya iniciaba a utilizar prendas grandes y extragrandes que en su narración nos comparte como le afectan estos comentarios: *me desanima, me pongo triste entre que me obsesionó por bajar de peso y entre que digo ya me vale voy a comer, a tomar, voy a hacer todo lo que sea ya me voy a dejar así gordita, mi cuerpo es así gordito pues ya así gordita voy a ser;* con base a esta narración podemos ver como la influencia del otro afecta las autopercepciones que tiene el sujeto sobre su cuerpo y por ello buscan ocultarlo con prendas más holgadas, entre los hombres que entrevistamos, encontramos el caso de Juan Pablo un hombre de 23 años, es fotógrafo, es soltero, vive en Ixtapaluca y nos relata: *es que bueno como soy una persona de talla grande obviamente pues obviamente a mí me gusta que mi ropa me quede un poco más grande y esa playera no me rebasa en la parte de la panza para que no se me asome nada siento que es más cómodo;* de acuerdo con lo comentado pensamos que los modelos de belleza han sido reproducidos por la sociedad mientras que el sujeto los internaliza tratando de seguir lo que se consideran un cuerpo dentro de estos estándares estéticos.

4. Técnicas de autocuidado en la práctica del vestir que implementan las mujeres en el espacio público

Vivimos en una sociedad donde las relaciones de poder dentro del género siguen muy presentes, porque el cuerpo de la mujer se ha sexualizado más que el cuerpo del

hombre y se les llega a cosificar como un objeto sexualizado, generando un imaginario colectivo que determina que puede y no hacer cada sujeto dependiendo de su género, incluyendo la forma en la que viste como lo plantea Zambrini (2009). Dentro de las narrativas de nuestras colaboradoras podemos identificar que ellas optan por utilizar otro tipo de vestimentas que podrían ser o no de su agrado, entre las mujeres que entrevistamos encontramos el caso de Ilse, una mujer de 24 años que es recién egresada de la universidad, es soltera y vive en Xochimilco, donde comparte:

He visto mucho que está en tendencia usar las faldas así como la de jaguar, pero veo que se las ponen como con crop tops, pero que nada más son como strapless y que sean súper bonitos y me gustaría hacer eso, de hecho nunca me he atrevido a usar cosas tan así y también creo que ha sido porque tengo muy malas experiencias en el transporte público donde usando falda o vestido pues me ha llegado a decir de cosas o hasta incluso tocarme, yo siento que también como que eso te va generando como el usar ropa pues ya más discreta para evitar de cómo esos malos ratos.

Es aquí donde nos podríamos preguntar cómo es que opera la capacidad de agencia de las colaboradoras al momento de optar por ciertas prendas para eludir estas vivencias con los otros creando una técnica de autocuidado pero que también se vuelve un *habitus* que desde la perspectiva de Bourdieu como citado en Capdevielle (2011), son sistemas adquiridos por medio de las experiencias pasadas que performan las prácticas presentes y futuras generando como en el caso de Ilse evite ciertas prendas a pesar que quisiera utilizarlas cuando usa el transporte público.

El espacio es vivido de manera muy diferente por cada sujeto, ya que estos se ven influenciados por cuestiones de género, clase social, contexto socio-histórico, entre otros aspectos, pero no solo el espacio está influenciado por el género y la clase social, sino también el vestir, donde los sujetos con mayor poder adquisitivo tienen acceso a otras herramientas para tener una sensación de comodidad y agrado al vestir dependiendo a donde vayan o con quien convivan. Un ejemplo de esto es la diferencia entre el trayecto de una mujer que utiliza un automóvil propio y otra que viaja en el transporte público, donde hay un contacto más cercano con los otros, es en este último donde más se presenta esta decisión por cambiar y usar prendas porque son formas de evitar una mirada o un juicio de parte de alguien ajeno a ellas.

Entre las mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Melisa, una mujer de 28 años, quien es diseñadora, soltera y vive en San Felipe del Progreso, quien nos comparte: *he notado que las chicas que llevan auto o así pues tienen más la libertad de no sé de faldas pues no tienen que pasar tanto por sitios que donde hay hombres pero no tienes que caminar o ir en el transporte público, tienes que ser más cuidadoso con eso sino para ir cómodo*; referente a esto podemos observar como la clase social intersecciona dentro del vestir, donde depende de la forma en que puedas moverte, como lo narra Melisa donde tener un carro particular difiere en la experiencia de ir en el transporte público, pero también radica en las relaciones de poder dentro del género porque las mujeres son las que peligran más en la sociedad.

Otro de los ejemplos de esta técnica de autocuidado la podemos identificar con el caso de Karen una mujer de 23 años, quien es estudiante, soltera y reside en la delegación Coyoacán, donde comenta: *normalmente si me gusta utilizar toda mi ropa no pero si hay alguna que otra ropa que me gusta ponerme la en mi casa pero no salir con ella, por lo mismo de las inseguridades me mucho con las faldas, tengo variedad de faldas pero no es una cosa que utilice muy a menudo, porque por piernona se te sube, entonces creo que es de las más prendas que tengo y que guardo*; referente a esto podemos identificar que las mujeres que usan tallas grandes tienen ciertas dificultades con sus prendas, en este caso la falda y los vestidos que se le sube por tener piernas gruesas generando un sentimiento de inseguridad que la ha llevado a usarlas solo en casa para evitando las miradas de los otros.

Podemos observar que estas experiencias no se dan de manera aislada sino que el sujeto debe de comprender que su vestir, incluso su autoestima y autoimagen se ven influenciados por los otros, donde al no cumplir con los ideales corporales se ven afectados por el efecto pigmalión planteado por García (2015) donde hay ciertas expectativas que el sujeto tiene sobre cómo debe de ser frente a un otro, es por eso que no podemos pensar en un autoestima individual ya que esta se construye por medio del entorno social en donde se desarrolla el sujeto.

5. Dificultades a las que se enfrentan hombres y mujeres que usan tallas grandes: contradicciones en el estilo ¿Siguen la moda o la rechazan?

Las prácticas del vestir se construyen por medio de los otros más cercanos, según Riso (2012) el sujeto aprende por medio de las relaciones que va formando dónde conoce acerca de lo que se considera hermoso y atractivo además de como deben ser los cuerpos de los sujetos, siendo los modelos de belleza los que rigen la forma en que percibimos las prácticas del vestir y lo que se considera estético, pensando estos modelos como un medio disciplinario para el cuerpo que norman el vestir del sujeto para estar “a la moda” siendo que se considera que quienes están dentro de estas normas denotan elegancia y buen gusto como lo plantea Zambrini (2009) pero en el caso de los sujetos que visten tallas grandes es muy complicado “estar a la moda” debido a que las prendas no están hechas para cuerpos grandes sino que están dirigidos a los cuerpos que estén dentro de los modelos de belleza establecidos por la sociedad, o sea cuerpos esbeltos

Entre los hombres que entrevistamos, se encuentra Juan Pablo un hombre de 23 años, quien es fotógrafo, es soltero y vive en Ixtapaluca, quien comenta: *No me baso en un estilo porque luego las prendas que quiero que ese tipo de estilos no están aptos para mi cuerpo o así es como armo mi vestimenta con lo que tengo con lo que puedo;* es por ello que vemos como el vestir tallas grandes hace que los sujetos busquen alternativas a las planteadas por la moda, dado que sus cuerpos no se adaptan a estos ideales corporales, llevando a las mujeres y hombres que visten tallas grandes buscar otras alternativas para lucir bien según los estándares que dicta la sociedad en la que se desarrollan.

Por otro lado, la clase social se vuelve otro aspecto que dificulta la adquisición de las prendas que tienen en su guardarropa nuestras y nuestros colaboradores. Ya que según el trabajo de campo las prendas de tallas grandes aumentan de precio a comparación de las otras tallas, pero los sujetos que las usan encuentran alternativas para vestir prendas de su agrado y talla que estén dentro de sus posibilidades como es el caso de la paca o confeccionar sus propias prendas. Por ello el precio es un factor que resaltan las narraciones de nuestra población, por ejemplo entre las

mujeres que entrevistamos, encontramos el caso de Yaret una mujer de 30 años, quien es bartender, soltera y reside en Iztapalapa, quien nos narra: *pues el precio, el precio es uno importante, que me lo tengo que probar porque por las proporciones de mi cuerpo no puede ser cualquier tipo de ropa, ya tengo una idea de que cosas me queda bien y que no me quedan bien, creo que los colores, que tengan algo particular que me llame la atención, tiene que verse como, no sé si se dice así pero algo poco común algo así diferente*; por otro lado tenemos la narrativa de Jessica que nos narra la alternativa que toma por la falta de prendas para poder armar el estilo que desea: *la mayoría es de segunda mano, porque francamente he ido a tiendas y no hay ropa de mi talla, o no hay ósea por ejemplo una talla más grande a veces esta mas cara, entonces he ido intentando armar outfits con lo que encuentro el tianguis en pacas¹¹*; con base a estas narraciones podemos identificar como los sujetos que visten tallas grandes buscan alternativas para que la falta de tallas o el aumento de los precios en ciertas prendas de su agrado no los limiten en su práctica del vestir, pensando que dicha acción es parte de su agencia que consideramos es la capacidad de toma de decisiones, Corredor (2020).

¹¹ La ropa de paca, según la revista Vogue (2021) es ropa usada ya sea nacional o extranjera que es vendida a un precio accesible, además menciona que es una manera de prolongar el ciclo de vida de las prendas y poder llegar a los sujetos con un menor poder adquisitivo.

Reflexiones finales

Al realizar esta investigación fue muy interesante descubrir la importancia y significados que pueden llegar a tener las prendas de ropa siendo que al realizar las entrevistas con nuestros colaboradores nos permitió conocer distintas perspectivas para lograr un acercamiento a la realidad que ellos viven. Un ejemplo de esto fue al inicio de nuestra investigación donde identificábamos a las mujeres que visten tallas grandes con la palabra curvy o plus size, recibiendo como respuesta una inconformidad con la utilización de estos conceptos siendo que no se identificaban con ello dado que lo consideran un estereotipo más, lo cual nos ayudó a definir la manera en que nos referimos a nuestros colaboradores dentro de la investigación como hombres y mujeres que visten tallas grandes.

Al realizar nuestro trabajo de campo empezamos a obtener hallazgos que nos permitieron entender más las experiencias emocionales y corporales de hombres y mujeres que visten tallas grandes, esto nos permitió llegar a reflexionar:

El vestir está vinculado con el género siendo que los modelos de belleza existentes hacen una distinción entre los hombres y mujeres que visten tallas grandes, debido a que la ropa, el maquillaje o la forma de actuar están dirigidos en mayor medida hacia las mujeres lo que causa una mayor presión social sobre ellas, debido a un sistema heteronormativo regido principalmente por hombres donde se les exige poseer un cuerpo con determinadas medidas y aunque está surgiendo un nuevo modelo denominado curvy, siendo imposible de alcanzar pues incluso si el cuerpo es de talla grande este debe de mantener ciertas medidas y curvas que se consideren estéticas. Esto hace visible la influencia de los modelos de belleza hegemónicos frente al cuerpo de los sujetos y cómo se siguen reproduciendo estos ideales de cuerpos delgados y estilizados.

Asimismo, nos pusimos a reflexionar sobre cómo los hombres y mujeres de tallas grandes se enfrentan a estos estándares de belleza que imponen ciertas medidas corporales a pesar que la mayoría de la población mexicana no encaja en los

estándares de belleza hegemónicos. Dentro de nuestro trabajo de campo y con nuestros colaboradores podemos observar que las mujeres y hombres que visten tallas buscan adaptarse a estos ideales mediante modificaciones en sus cuerpos, como cirugías estéticas, dietas o ejercicio, con esto podemos observar como existen dos posturas muy marcadas dentro de las experiencias del vestir que viven nuestros colaboradores: el modificar su cuerpo o el aceptarlo. Es ahí cuando optan por utilizar determinadas prendas para ocultar su cuerpo o para mostrarlo como es el caso de la utilización de prendas holgadas que no permitan ver completamente el cuerpo de los sujetos o la utilización de prendas ajustadas que hacen que el sujeto sienta las dimensiones de su cuerpo y comprenda la forma de éste.

Dentro de la investigación encontramos una contradicción muy marcada por parte de nuestros colaboradores. Por ejemplo, dentro de su discurso refieren no seguir ningún tipo de moda y utilizar ropa de su entero gusto y talla, pero aun así buscan seguir algún estilo de vestir para tener “combinada” su ropa, incluso llegan a utilizar prendas que no les quedan o que les son incómodas para tener determinado estilo a pesar de referir que un factor importante para la elección de sus prendas es la comodidad y otros optan por ropa más holgada que les permita sentirse más cómodos, haciendo que finalmente se mantengan dentro de los modelos de belleza hegemónicos.

Además, logramos reflexionar acerca de las técnicas de autocuidado que presentan principalmente nuestras colaboradoras dentro del espacio público a la hora de vestirse, derivado de cómo la sociedad, en especial los hombres, han sexualizado el cuerpo femenino, a través de sus narrativas ellas nos comentaron que eligen utilizar ciertas prendas para evitar experiencias negativas, como situaciones de acoso verbal e incluso físico dentro del transporte público y optan por usar ropa más discreta y evitar ciertas prendas que les gustaría vestir.

A su vez, logramos observar que el estado de ánimo influye que tienen nuestros colaboradores en la forma de vestir y que estas prendas están cargadas de significados, investidos de valores sentimentales que los mismos sujetos les otorgan como ciertas prendas que han sido obsequiados por seres queridos o que representen algún momento y lugar emblemático para ellos.

Finalmente podemos reflexionar sobre cómo las experiencias emocionales y corporales de las mujeres y hombres que visten tallas grandes se llevan a cabo además de la importancia que estas tienen dentro de la vida cotidiana, permitiéndonos entender que el vestir no se presenta de manera aislada sino que está atravesado por la corporalidad, siendo que el vestir es indispensable para todos los sujetos, pero nos hemos dado cuenta que las prendas de ropa no están dirigidas a la diversidad de los cuerpos que existen puesto que estas prendas son diseñadas en relación a los modelos de belleza hegemónicos y gracias a esta investigación nos logramos acerca a un conocimiento más sensible y centrado de las sensaciones y emociones por las que atraviesan quienes no encajan en estos estándares de belleza.

Bibliografía

Alcoceba, S. (2019) Atención estas son las medidas del “hombre perfecto”. *Men's Health*. Recuperado en: <https://www.menshealth.com/es/moda-cuidados-hombre/a28761939/medidas-hombre-perfecto/>

Bara, A. (1975). “La expresión por el cuerpo”. Buenos Aires: Búsqueda.

Barrera, H. M. (2012). Influencia de la Autoestima, el Autoconcepto y la Autoimagen Social, en las Dimensiones de la Socialización de Estudiantes Universitarios. Recuperado en <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS4126.pdf> [09/01/2023]

Barrera, Y. (2021) Ideal de cuerpo femenino y cultura de la dieta: retos y recomendaciones para la mujer de hoy, en Apuntes de bioética. Recuperado en: <https://revistas.usat.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/682> [04/03/2023]

Blanes, M. (2017). Las curvy como modelos de celebritización y empoderamiento en Instagram. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/935/93552794015.pdf> [21/01/2023] Pág. 203-221

Briones, C. (2020) La horizontalidad como horizonte de trabajo. De la violencia epistémica a la co-labor, en Inés Cornejo y Mario Rufer. *Horizontalidad: hacia una crítica de la metodología*. CLACSO, CELA, CALAS. Pág. 59-92

Cambio16 (2023) 90-60-90 ¿son las medidas perfectas?. *Cambio16*. Recuperado de: <https://www.cambio16.com/medidas-perfectas-de-una-mujer/#:~:text=con%20esa%20norma.-,Las%20medidas%20perfectas%20de%20una%20mujer,le%20ocasionan%20a%20su%20salud.>

Capdevielle, J. (2011) El concepto de Habitus: con Bourdieu y contra Bourdieu. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 10, Recuperado en: <file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/Dialnet-EIConceptoDeHabitus-3874067.pdf> [21/01/2023]

Cornejo, S. (2016). *Cuerpo, imagen e identidad. Una relación (im)perfecta*. Recuperado en <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n58/n58a17.pdf> [09/01/2023]

Corredor, L. (2020). *La agencia y la acción*. en: *El sentido de agencia, la libertad, la voluntad y la responsabilidad: una relación complementaria entre la neuropsicología y la filosofía de la acción*. Recuperado en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50235/Laura%20Corredor%2C%202020.%20El%20sentido%20de%20agencia%2C%20la%20libertad%2C%20la%20voluntad%20y%20la%20responsabilidad.%20Una%20relacio%CC%81n%20complementaria%20entre%20la%20neuropsicologi%CC%81a%20y%20la%20filosofi%CC%81a%20de%20la%20accio%CC%81n.%20REPOSITORIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [10/05/2023] pp.29-36

Díaz, R. (1997) “La vivencia en circulación. Una introducción a la antropología de la experiencia”, en: *Alteridades*, 7 (13): pp. 5-15.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda una visión sociológica*. Paidós S.A. Barcelona.

Esteban, M. (2013). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona: Bellaterra

García, J., Hernández C. (2023). Estereotipos de belleza: un análisis desde la perspectiva de género. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, N° 31, pp. 65-87.

García, V. J. (2015) *El efecto Pigmalión y su efecto transformador a través de las expectativas*. Recuperado de: [/Dialnet-UIEfectoPigmalionYSuEfectoTransformadorATravesDeLa-6349231%20\(1\).pdf](http://dialnet-UIEfectoPigmalionYSuEfectoTransformadorATravesDeLa-6349231%20(1).pdf) [08/01/2023]

Giménez, G. (2010). “Cultura, identidad y procesos de individualización”, en *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. UNAM.

Gobierno del Estado de México. (2016, julio). *PROGRAMA ESTATAL INTERSECTORIAL PARA LA PREVENCIÓN, TRATAMIENTO Y COMBATE DEL SOBREPESO, OBESIDAD Y TRASTORNOS ALIMENTARIOS DEL ESTADO DE MÉXICO Y SUS MUNICIPIOS JULIO 2016*. Programa estatal- Secretaria de Salud.

https://salud.edomex.gob.mx/isem/docs/informativos/Programa_estatal_prevenccion_tratamiento_combate_sobrepeso.pdf

Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Hall, S. (2003). ¿Quién necesita identidad?. Stuart Hall y Paul Du Gay. (coord.) *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu. Madrid. pp. 13-39.

INEGI. (2020). *ENSANUT. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Resultados Nacionales 2018-2019* (1.a ed., Vol. 1) [Online]. Institución Nacional de Salud Pública. https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_info_rme_final.pdf

Le Breton, D. (1995). Una estética de la vida en *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires, Nueva Visión. pp. 91-119

Múgica, E. & Bellosta, R. (2006) La crítica como elemento de construcción/destrucción. *Universidad de Zaragoza*.

Ninacuri, T. & Jenny, M. (2017). Prendas entalladas y su relación con problemas de salud en mujeres de 18 a 25 años en la ciudad de Ambato. [Proyecto de Investigación previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Procesos y Diseño de Modas] Recuperado en <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25312/1/Jenny%20Ninacuri%20pdf.pdf> p. 23 [11/03/2023]

Pérez, M. (2015). Hundertwasser y sus cinco pieles; Blog; <https://www.blogger.com/blogin.g?blogspotURL=https://maricarmenvillares.blogspot.com/2010/12/hundertwasser-y-sus-cinco-pieles.html&type=blog>

Pérez, M. y Redondo, M. (2006). Procesos de valoración y emoción: características, desarrollo, clasificación y estado actual. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 9 (22). Recuperado de www.infocop.es/view_article.asp?id=1181 [18/01/2023]

Riso, W. (2012). *“Enamorarse de uno mismo” & “Hacia una buena autoimagen”* en *Enamórate de ti. El valor imprescindible de la autoestima (Aprendiendo a quererse a sí mismo)*. Barcelona: Océano

Rekalde, I.; Vizcarra, M.T. y Macazaga, A.M. (2014). La observación como estrategia de investigación para construir contextos de aprendizaje y fomentar procesos participativos. *Educación XX1*, 17 (1), 199-220. doi: 10.5944/educxx1.17.1.1074

Rey, P. (mayo, 2021) Se abrió paca: el documental que refleja el problema de la ropa usada en América Latina. *Vogue*. Recuperado en: <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/se-abrio-paca-documental-sobre-las-dos-caras-de-la-ropa-usada#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20paca%20de,a%20un%20precio%20muy%20accesible.> [27/05/2023]

Ruano, K. (2004). LA INFLUENCIA DE LA EXPRESIÓN CORPORAL SOBRE LAS EMOCIONES: UN ESTUDIO EXPERIMENTAL [Tesis Doctoral]. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID DEPARTAMENTO DE FÍSICA E INSTALACIONES APLICADAS A LA EDIFICACIÓN AL MEDIO AMBIENTE Y AL URBANISMO DE LA ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA.

Sabido, O. R. (2019) Los sentidos del cuerpo: un giro sensorial en la investigación social y los estudios de género. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Sabido, O. R. (2017) Georg Simmel y los sentidos: una sociología relacional de la percepción. *Revista Mexicana de Sociología* vol. 79 núm. 2. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032017000200373 [02/03/2023]

Sambade, I. (2017). La construcción social del cuerpo masculino: género, salud y conducta antisocial. *Cátedra de estudios de Género. Universidad de Valladolid*, Pp. 7-18.

Schettini, P. Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). pp. 21.

Scott, J. W. (2001) Experiencia, en: *La ventana*, núm. 13, pp. 42-73.

Squicciarino, N. (1990). El vestido habla: construcciones psico-sociológicas sobre la indumentaria. Madrid: Cátedra S. A.

Segurola, M. (2017). ¿Pluse size qué significa? Más allá de la talla 42: “La gente cree que ser curvy significa tener sobrepeso”. *El Mundo*. Recuperado en: <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2017/03/15/58c8372d22601de72d8b4618.html>

Simmel, G. (2014) Digresión sobre la sociología de los sentidos en *Sociología: estudios sobre las formas de socialización. Estudio introductorio de Gina Zabudovsky y Olga Sabido*, pp. 622-637. México, FCE

Solórzano, A. (2006) David Hume: La belleza que suscita la comodidad. Repositorio Universidad Pontificia Bolivariana. Vol. 2 No. 3. Recuperado en: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7096> [18/05/2023]

Verdejo, F., E. (2019) Las presiones estéticas en las mujeres: la estigmatización de las mujeres curvy. Universitat de Barcelona. Recuperado en: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/139118/1/TFG_SOC_Verdejo_Eva_JUN19.pdf

Zalpa, R., G. & Vélez, G., M. (2020) Vestirse en Aguascalientes: Estructura y agencia en la vida cotidiana. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, 29, pp 303-331.

Zambrini, L. (2009). PRÁCTICAS DEL VESTIR Y CAMBIO SOCIAL. LA MODA COMO DISCURSO. *Question/Cuestión*, 1(24). Recuperado en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/860> [20/01/2023]

Zambrini, L. (2009). “Modos de vestir e identidades de género. Reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo”. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires

Anexos

Anexo 1 Guía de entrevista

Encuadre:

Buenas tardes, ¿Cómo se encuentra el día de hoy? Nosotros somos estudiantes de la UAM Xochimilco de la carrera de psicología y cursamos el 11vo trimestre, estamos realizando una investigación acerca de las experiencias del vestir en mujeres y hombres de tallas grandes, por lo cual queremos realizarle una entrevista con el propósito de conocer su experiencia con la ropa, además de cómo se siente con las prendas que utiliza, cómo las obtuvo y los significados que éstas tienen para usted.

La entrevista tendrá una duración aproximada de 45 minutos, nos gustaría saber si existe la posibilidad y sin el fin de incomodar para grabar el audio de esta entrevista y la información obtenida se usará con fines académicos, además de que si lo desea se puede guardar su identidad en anonimato o con algún seudónimo.

Nombre:

Estado civil

Edad:

Número de hijos:

Ocupación:

Alcaldía o municipio:

Nivel educativo:

Queremos que nos cuentes las historias que te ha dado tu ropa, la experiencia que tienes con tus prendas, cómo te sientes con la ropa que utilizas, que dice tu ropa acerca de ti, de tu cuerpo, de tus gustos, si nos puedes contar lo que venga a tus recuerdos acerca de tu forma de vestir.

Vestir	¿Qué tipo de ropa te gusta vestir? ¿Y sueles usar esa ropa que te gusta?, ¿por qué?
--------	--

	<p>¿Nos podrías contar cómo escogiste las prendas de ropa que portas hoy?</p> <p>¿Cómo eliges la ropa que usarás durante el día?</p> <p>¿Con qué ropa cotidianamente sales a la calle?</p> <p>¿Qué tipo de talla de ropa es la que más utilizas?</p> <p>¿Usas toda la ropa que tienes?</p> <p>¿Hay alguna prenda que ya no utilices o nunca has utilizado dentro de tu guardarropa?, ¿por qué?</p> <p>¿Cómo ha cambiado tu guardarropa?</p> <p>¿Cuál es el outfit que más usas?, ¿Por qué?</p>
<p>Corporalidad</p>	<p>¿Cómo percibes tu cuerpo con las prendas que tienes?</p> <p>¿Cómo crees que perciben tu cuerpo con las prendas que utilizas?</p> <p>¿Y si tu outfit hablara qué crees que diría acerca de ti?</p>
<p>Emociones y sensaciones</p>	<p>¿Con qué ropa te sientes más cómodo?, ¿por qué?</p> <p>¿Hay alguna prenda dentro de tu guardarropa que sea especial para ti?</p> <p>¿Cómo fue tu experiencia al obtener las prendas que están en tu guardarropa?</p> <p>¿Cuál es tu prenda favorita? ¿por qué?</p>

	¿Cuál es la que menos te gusta? ¿por qué?
--	--

Archivo digital con los materiales producidos (entrevistas, transcripciones e imágenes).

Las entrevistas realizadas a nuestros colaboradores y las fotografías de sus prendas que fueron mencionadas durante sus narraciones se encuentran concentradas en una carpeta Drive donde están ordenadas por carpetas con los nombres de nuestros colaboradores, donde a su vez están las fotografías antes referidas, además se encuentran las transcripciones y las entrevistas pilotos en otras carpetas en el siguiente enlace.

https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1duN1p9b0GwIEob0iZkZK9Y0IB_XsspUM