



Universidad de Chile
Facultad de Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

REFLEJOS DIGITALES:
La representación del cuerpo femenino en redes sociales

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
Categoría: Reportaje

JAVIERA LEÓN BADARACCO

Profesora guía: Carolina Muñoz Castillo

Santiago, Chile
2024

AGRADECIMIENTOS

Realizar este trabajo fue, de principio a fin, bastante difícil. Empezar una etapa nueva de la vida, con todas sus penas y alegrías, alargó un proceso que de por sí es extenso y demandante. Al navegar por los temas que trata este reportaje, también fue inevitable el volver a abrir y cerrar heridas que en algún minuto creí superadas.

Por eso, quiero agradecer en primer lugar a mi papá Juan Pablo y mi hermano Diego, que estuvieron siempre ahí para darme palabras de aliento y un abrazo cuando lo necesité, y que aguantaron - con mucha paciencia - mis momentos de rabia y frustración. A mi mamá, Carolina, que me hizo como soy, por seguir enseñándome a pesar de su ausencia, y por ser el ejemplo de mujer imparable que me gustaría llegar a ser.

A Xabier, por darme varios empujones en la dirección correcta durante este proceso, por acompañarme en mis bloqueos, por secarme las lágrimas, escucharme y entenderme, incluso cuando ni yo entendía lo que quería decir.

A Álvaro, Ariel, Milenka y Javiera, amigos desde el día uno, por ser la mejor compañía que podría haber pedido en estos años, por los momentos inolvidables que hemos vivido, y por los que nos quedan por vivir.

Finalmente, me gustaría agradecer a mi profesora guía, Carolina Muñoz, y a mis entrevistadas, obviamente. Aprendí mucho de ellas a lo largo de este proceso.

ÍNDICE

Introducción	3
Contexto histórico: La belleza en el siglo XX.....	4
Las redes sociales.....	9
TCA en las redes sociales.....	14
El peso en la medicina.....	25
Las infancias.....	31
<i>Body positive</i> : Un movimiento que promete.....	38
<i>Body neutrality</i> : Un acercamiento más real.....	51
Anexos.....	55
Bibliografía.....	57

INTRODUCCIÓN

Mucho se puede hablar sobre la hegemonización y los patrones culturales dominantes impuestos sobre la figura femenina a lo largo de la historia. A través de estándares de belleza, creados y reforzados por distintos medios sociales, la mujer se ha visto y se ve casi obligada a encajar dentro de una “plantilla” para poder ser aceptada socialmente. Ya sea a través de la imposición de formas de pensar, comportamientos o estéticamente, elementos que se dan en revistas, películas, televisión, tradiciones históricas, entre otros.

María Martínez Oña y Ana Muñoz explican en “Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina” que somos una sociedad visual, en la que las imágenes observadas en los medios, la publicidad y las distintas industrias culturales influyen en la percepción que cada uno tiene de sí mismo. Los medios mencionados anteriormente, en la sociedad patriarcal, han impuesto, a través de la iconografía, una imagen universal de la mujer que se basa en ser sumisa y atractiva físicamente, para complacer al hombre.

El presente reportaje busca examinar cómo la representación visual del cuerpo femenino en medios de comunicación, publicidad y redes sociales afecta la salud física y mental de mujeres y niñas durante todas sus vidas. Esto se trabajó en base a entrevistas con profesionales de la salud, testimonios de mujeres que han tenido que lidiar con repercusiones en su salud debido a la presión ejercida sobre ellas socialmente, estudios académicos y el análisis de medios y publicidad, para así poder obtener una visión crítica sobre el contenido que está disponible - y que también publicamos -, y hacer una reflexión al respecto.

Para esto, en primer lugar, hay que examinar cómo históricamente se ha impuesto un estándar de belleza sobre las mujeres, que ha ido mutando con el tiempo, pero que, sin embargo, mantiene su naturaleza de ser casi inalcanzable para gran parte de la población femenina.

CONTEXTO HISTÓRICO: LA BELLEZA EN EL SIGLO XX

Corren los primeros años del siglo XX, saliendo de la Revolución Industrial, y con los nuevos procesos de producción en masa, se hace necesario aumentar la presencia de la mujer dentro del mundo laboral. María Marruecos hace un recorrido del siglo pasado en “La construcción del ideal de belleza femenino en la publicidad gráfica del siglo XX”. En este contexto, para el inicio de los 1900, explica que se le asigna un doble rol social a la mujer, como ama de casa, y también trabajadora.

Por otro lado, la producción de electrodomésticos aligera un poco las tareas del hogar para la mujer, dándole así la oportunidad de cumplir con mayores tareas laborales. Al bajar la carga de trabajo doméstico, se le comienza a exigir un cierto estándar en cuanto a su imagen y presentación personal.

Así, la industria cosmética comienza a desarrollarse, destacando la importancia de verse presentable en el trabajo. Según Marruecos, “se empieza a construir el valor de mujer embellecida para agradar en el trabajo y consecuentemente agradar al sexo masculino. Empiezan a desarrollarse cuidados y técnicas para favorecer la imagen de la mujer y para que resulte más atractiva, pulcra y esmerada”.

De esta forma, el siglo pasado comienza con una mujer que se preocupa por “embellecerse” para lograr obtener y mantener un mayor estatus social. La publicidad de esa época, en revistas femeninas, ya apunta hacia un deber ser atractiva para los hombres, con especial énfasis en la belleza facial y el uso del corset. Este último definirá la imagen de “reloj de arena” como el ejemplo de la figura femenina atractiva para el sexo masculino, estereotipo que marcará presencia durante todo el siglo, e incluso hasta la actualidad.

Marruecos continúa con su recorrido del siglo XX y expone que, con la llegada de la Primera Guerra Mundial, gran parte de la población masculina se ve imposibilitada de seguir realizando sus labores, ya que son enlistados para ir a la batalla. Esto hace que la vestimenta de la mujer se transforme en algo más práctico, con elementos más holgados, no tan

restrictivos y que no dificulten la realización de las tareas que habían quedado pendientes bajo la ausencia de los hombres.

Sin embargo, esta tendencia no duraría mucho, ya que en la década de los 30, el crecimiento de la industria cinematográfica, sobre todo en Hollywood, impondría la imagen de una mujer más refinada: cabello fino y rubio, labios rojos y cejas delgadas y arqueadas. Es en esta época en la que la depilación se convierte en un deber para las mujeres, buscando recrear esa imagen de las “divas de Hollywood” de la época: Rita Hayworth, Marlene Dietrich, Bette Davis, entre otras.

Llegando a la década de los 40, con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, aparece el primer cambio radical en la silueta de la mujer. Marruecos expone que los medios y la publicidad comienzan a mostrar a mujeres mucho más delgadas, sin la silueta de reloj de arena, enfocándose en publicitar productos que favorecían la pérdida de peso y las dietas. Y es que, con todo lo que estaba pasando, la preocupación por la imagen propia se volvió en una especie de lujo, ya que eran pocas mujeres las que podían desentenderse de las tareas del hogar para dedicarse a sí mismas. Aquellas que contaban con los medios para costear ayuda en las tareas domésticas, se podían enfocar en hacer deporte y preocuparse por lo que consumían. Es así como ser delgada no sólo se convirtió en el nuevo ideal de belleza, sino que también en un símbolo de estatus social.

Sin embargo, para la década de los 50, con el fin del conflicto bélico, hay un retroceso hacia las tradiciones pre-guerra, y la mujer vuelve a vivir para servir a su esposo. Ser atractiva para su pareja y ocuparse de las labores domésticas se convierten una vez más en lo que se espera de ella. Así vuelve también la figura más voluptuosa a los medios, y es aquí donde nos encontramos con uno de los mayores íconos de la belleza femenina: Marilyn Monroe. Según explica Marruecos, para los medios, la feminidad y sensualidad se convierten en lo más importante para la mujer.



Es durante esta época también cuando la mujer se convierte en un objeto publicitario, y comienza a aparecer en la publicidad no solamente dirigida hacia el público femenino,

sino que como un objeto llamativo y de deseo para el consumidor.

(Imagen: Publicidad Lucky Strike, 1954)

Este retroceso hacia el tradicionalismo anterior a la guerra hace que los cambios sociales que



se producen en los 60 sean aún más drásticos. Marruecos explica que, durante este período, se comenzó a comercializar la primera píldora anticonceptiva, lo que desencadena una liberación sexual para las mujeres. La ropa es más reveladora, el bikini se vuelve popular, y la juventud y libertad se vuelven los principales pilares de la belleza. Es en esta temporada también cuando aparece Twiggy, supermodelo, actriz y cantante inglesa, quien, con sus ojos grandes y cuerpo delgado, marca el retorno de la tendencia hacia la delgadez y hace que la apariencia

juvenil se vuelva el estándar de belleza. Como respuesta a esta tendencia, durante esta época, específicamente en 1967, nace el Movimiento de Aceptación Gorda (*Fat Acceptance Movement* en inglés) en Estados Unidos, un movimiento que buscaba erradicar la discriminación contra las personas gordas¹.

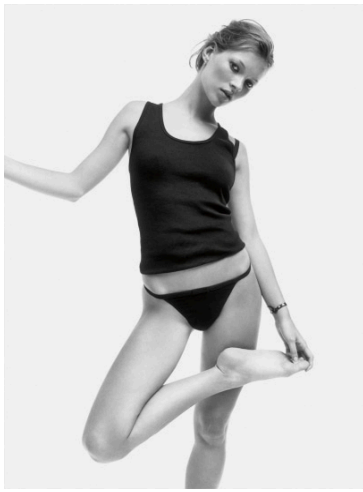
(Imagen: Twiggy)

Sin embargo, este patrón de extrema delgadez seguirá durante la década de los '70, cuando la sexualización de la imagen femenina se intensifica. Si bien existe una liberación en cuanto a la dependencia de la mujer, lo que se ve reflejado en anuncios en los que se ven a mujeres participando de actividades que eran típicamente masculinas (publicidad de tabaco, alcohol, etc.), su presencia está marcada por el atractivo sexual que esto implica para el consumidor, explica la autora Marruecos.

Para los años 80, la sexualización del cuerpo en los medios alcanzó niveles aún más altos. Incluso se llega a hablar de la hipersexualización, como mencionan Kaitlin Graff, Sarah Murnen y Anna Krause en "*Low-Cut Shirts and High-Heeled Shoes: Increased Sexualization Across Time in Magazine Depictions of Girls*". Las mujeres eran mostradas en la publicidad y medios con ropa cada vez más reveladora, y muchas veces también en poses provocadoras,

¹ Información sacada de Center for Discovery. Artículo: "La historia rebelde del Movimiento de Aceptación Gorda. (x)

perpetuando la cosificación femenina y la percepción del cuerpo femenino no sólo desde el punto de vista del espectador, sino que para las mismas mujeres, e incluso niñas.



Los 90 llegan con fuerza y potencian cada vez más la ultra delgadez. Un gran ejemplo es Kate Moss, supermodelo e ícono de la moda de la década, reconocida por su figura menuda. Fueron modelos como ella, y marcas de alta moda como Calvin Klein, Miu Miu o Hugo Boss, entre otras, las que comenzaron a acentuar aún más las poses y los cuerpos ultra delgados, a veces incluso con aspectos “un tanto enfermizos”, como mencionan Katharine Wallerstein y Mónica Mansour en “La delgadez y otras negaciones en la publicidad de la moda contemporánea”.

(Imagen: Kate Moss para Calvin Klein, 1993)

Se termina la década de los 90, y la delgadez extrema sigue dominando los medios, sin embargo, con el cambio de siglo llegan los indicios de una ruptura en el patrón que veníamos



observando a través, por ejemplo, de la marca Dove, con su campaña “Por la belleza real” en 2004. La campaña mostraba a mujeres que no eran extremadamente delgadas, de distintos tonos de piel, que no cumplían con el estereotipo que se había apoderado de los medios para esa época. Sin embargo, esta movida publicitaria causó revuelo, ya que una mirada más crítica frente a estos anuncios puede dejar ver que en realidad no cambia los

estándares, sino que los reconoce como tales y les da mayor importancia, como mencionan María Consuelo Balado y Eva Brevia en “La marca Dove: representación de la mujer en sus campañas publicitarias”. Más aún, una edición de la Revista The New Yorker de 2008 reveló que las imágenes utilizadas igual habían sido retocadas, por lo que la “belleza real” que buscaban mostrar, resultó no ser tan así. Aún así, la maniobra de la marca puede ser reconocida como una de las más relevantes e influyentes en el mundo de la publicidad en cuanto a romper con los modelos impuestos.

(Imagen: Campaña Dove, Por la belleza real)

Así comienza a tomar fuerza el movimiento *Body Positive*, que busca reconocer la diversidad de cuerpos, etnias y capacidades, y busca ser un antagonista frente a los estereotipos fijados durante el final del siglo pasado (la delgadez), y los que han nacido en la actualidad (silueta curvilínea). Si bien este movimiento nace en la década de los 60, no es hasta la década pasada que comienza a adquirir mayor relevancia e incluso a aparecer en los medios tradicionales. Noelia González menciona en “Estudio y análisis del movimiento Bodypositive en la red social Instagram” que este movimiento le enseña “tanto al público como a las grandes industrias que existe otra forma de hacer la publicidad y de comercializar sus productos, sin necesidad de engañar o de crear falsas expectativas”.

Sin embargo, y a pesar del crecimiento exponencial de este movimiento durante los últimos años, los restos de siglos y siglos de estándares impuestos sobre las mujeres dejan sus marcas. Generación tras generación se pueden observar distintos cambios, pero también cicatrices que dejan la imposibilidad de ser “la mujer perfecta”.

LAS REDES SOCIALES

Actualmente, estamos viviendo el auge de las redes sociales, un período en el que la manipulación fotográfica no sólo se aplica en campañas publicitarias, sino que en fotografías regulares que *influencers* y figuras públicas comparten en sus perfiles. También durante esta época se popularizan los procedimientos quirúrgicos estéticos, que anteriormente eran lujosos para quienes se los realizaban, y por lo general se mantenían en secreto.

Durante estos últimos años, las intervenciones estéticas se han hecho cada vez más accesibles y ambulatorias. Hoy en día, casi todas las zonas de la cara y cuerpo pueden ser intervenidas y “mejoradas” para encajar dentro del estándar. Procedimientos como la bichectomía, rinomodelación, inyecciones de botox en labios y típicas zonas en las que aparecen líneas de expresión con los años, son parte del paquete de las muchas clínicas estéticas ubicadas en Santiago. Estos tratamientos por lo general no toman más de una hora y son completamente ambulatorias; en su gran mayoría con cuidados mínimos luego de la intervención.

El doctor Ignacio Carrasco es odontólogo de profesión, pero luego de terminar sus estudios decidió especializarse en el área de los tratamientos estéticos, una práctica que se ha vuelto tendencia entre muchos de sus colegas, según explica en entrevista para el presente reportaje. “Cuando entré a la carrera me enteré de que existe un área en la que los odontólogos podemos desarrollar, que es la estética. Después de salir, hice unos cursos, unos diplomados y decidí dedicarme a esto, como muchos de mis compañeros lo han hecho”, menciona.

Ignacio se dedica principalmente a la rinomodelación y aumento labial a través de inyecciones de ácido hialurónico y a inyecciones de botox para rellenar líneas de expresión. Comenzó a desarrollarse en el rubro en 2016, período en el que creó y perfeccionó su propia técnica de rinomodelación, conocida como “*Tinkerbell tip*” - que consiste en levantar la punta de la nariz, dejándola más respingada y con una apariencia más fina -, técnica que él mismo realizó en su propia nariz, y que luce con orgullo en entrevista para el presente reportaje. Ignacio explica que desde que empezó en el rubro ha visto un aumento exponencial en pacientes, y en

su opinión, “creo que la vanidad siempre ha existido, la gente siempre ha querido hacerse estos tipos de cambios, pero como ahora es mucho más accesible, además cada vez hay más profesionales dedicados a esto, entonces se ha generado como un “boom” de los procedimientos estéticos muy notorio”.

Por otro lado, están las intervenciones en el cuerpo, como implantes en el busto, glúteos y caderas, liposucción, e incluso se ha implementado la técnica de la lipoescultura, que según la clínica española Pilar de Frutos, se define como un “tipo de cirugía del contorno corporal destinada a corregir aquellas áreas del cuerpo en las que persiste grasa localizada, habitualmente rebelde a los regímenes dietéticos”². En resumen, consiste en tomar la grasa “que sobra” de partes del cuerpo en la que “no es deseada”, como por ejemplo, la zona abdominal, para luego moverla a zonas en las que “sí es deseada”, como glúteos o senos.

Es importante destacar que quienes se realizan estos tipos de procedimientos, en su gran mayoría lo hacen por temas de autoestima, y cada uno es libre de hacer con su cuerpo lo que le plazca, sin embargo, nunca está de más cuestionar el por qué en ciertas zonas del cuerpo buscamos tener mayor volumen, y en otras, menor.

Según el doctor Ignacio Carrasco, “todos, o la gran mayoría de las personas, tiene algo que le causa inseguridades o que no lo satisface por completo físicamente, y no está mal hacerse esos “arreglines”, si van a lograr subir tu autoestima... sin embargo, es importante también generar cambios desde adentro. Mucha gente se pierde en el mundo de los cambios estéticos, y su autoestima comienza a depender de los cambios que se hacen. Ahí es cuando se convierte en un problema”.

Cabe destacar también que muchos de estos cambios físicos nacen de inseguridades que se originan cuando una persona no encaja dentro de los estándares de belleza, o cuando por tener ciertas características físicas son objeto de burlas o discriminación de parte de sus pares. Al respecto, Ignacio menciona que “el bullying por ser gordo, o tener la nariz de cierta forma, o cosas así... son situaciones fuertes. Entonces esas cosas generan traumas que hacen que uno quiera cambiar partes de sí”.

² Información sacada del sitio web del centro estético Pilar de Frutos. ([x](#))

Finalmente, el doctor concluye que “está bien querer hacerse pequeños cambios, para sentirte mejor, para sentirte más linda, eso está perfecto... pero también es importante ver hacia adentro, ver qué es lo que hace que quieras hacer esos cambios, por que si no se hace nada al respecto y dependemos de cómo nos vemos para sentirnos tranquilos, nunca vamos a ser felices. La belleza no dura para siempre”.

Cabe destacar también que, la presión de querer encajar dentro de estos estándares puede llevar incluso a realizarse procedimientos quirúrgicos a menor precio en establecimientos no autorizados, lo que pone en riesgo la salud de los pacientes. Así se ha podido apreciar en distintos casos que han dado de qué hablar en distintas partes del mundo, y Chile no ha sido la excepción, con el caso más reciente reportado, al cierre del presente reportaje, siendo en septiembre de 2023, cuando una mujer de 27 años falleció en la comuna de Puente Alto durante una operación estética clandestina, en la que supuestamente le pondrían implantes mamarios. El procedimiento fue realizado por una persona con una falsa licencia de doctor en su hogar³.

Uno de los grandes íconos de la actualidad en cuanto a procedimientos estéticos es la familia Kardashian, conocida por su programa reality *Keeping Up With The Kardashians*, y quienes destacan por realizarse diversos procedimientos estéticos para cambiar su figura e imagen, y que fijaron la nueva plantilla de belleza que se toma los medios hasta el día de hoy. En “El fenómeno Kim Kardashian: Las representaciones de belleza dentro de sus múltiples submarcas”, Lucas Bettini explica que la silueta de Kim Kardashian “fue adaptándose y a la vez moldeando el estereotipo de belleza de una generación”.

Las integrantes de la familia, Kim, Kourtney, Khloe, Kendall y Kylie, todas rodean los 300 millones de seguidores en Instagram, lo que las posiciona entre las personas más seguidas del mundo en esta plataforma. Este dato es relevante al momento de analizar la influencia que tiene esta familia en cuanto al contenido que se consume a diario en redes sociales, y el tipo de imagen corporal que promueven en sus perfiles.

A través de los años, la familia Kardashian ha popularizado distintas prácticas estéticas, desde el *contouring*, técnica en la que el maquillaje se utiliza para resaltar las facciones de la cara,

³ Información sacada del portal de noticias 24 Horas: “Mujer murió tras cirugía estética clandestina en su casa de Puente Alto” ([x](#)).

aplicando sombras y luces en distintas zonas para realzar los pómulos, mandíbula, labios y frente; hasta el uso de fajas de cintura y ropa interior diseñada para moldear el contorno del cuerpo, dando una apariencia de “reloj de arena” a quien la utilice.

Sin embargo, estas no son las únicas prácticas que utilizan estas *influencers* para alterar su imagen corporal con el fin de encajar con el estándar de belleza que, en parte, ellas mismas han moldeado. Muchas veces han sido criticadas por utilizar programas de edición de imágenes para aumentar sus siluetas de “reloj de arena”, o para alterar sus facciones o líneas de expresión en sus rostros.



(Imagen: En el lado izquierdo, una fotografía publicada por Khloe Kardashian en Instagram. En el lado derecho, la imagen original. Fuente: Infobae).

Sin embargo, a pesar de ser de los rostros más populares en la actualidad, las Kardashians no son las únicas que alteran su imagen, tanto virtualmente como en la vida real, para encajar con estos estándares de belleza.

El fenómeno de la manipulación digital de las fotografías ha ido aumentando con el tiempo: si bien antes se reservaban herramientas como Photoshop para instancias como la publicidad o revistas, actualmente, manipular una imagen tomada con la cámara del celular es mucho más accesible, con cientos de aplicaciones disponibles para descargar al dispositivo. A esto se suma el uso de filtros que aumentan el tamaño de los labios, cambian el aspecto de la nariz, aclaran el tono de piel, y eliminan imperfecciones como espinillas o arrugas. En este sentido, según Haiga Ahmed en “*A thematic analysis exploring body image and the use of social media amongst young women*”, la manipulación digital está relacionada con la teoría de la autodiscrepancia, que establece que “al ver imágenes idealizadas, se aumentan las discrepancias entre el yo real y el deber ser”, lo que puede resultar en “comportamientos dañinos” que se emplean para “dar la impresión al resto de que un individuo tiene la apariencia que la sociedad le obliga tener”.

Ahmed también explica en su estudio que las personas saben que estos estándares son “irrealistas e inalcanzables”, pero el estar consciente de esto no evita que se sientan mal consigo mismos e intenten de igual manera encajar dentro de este molde, llegando a distintos extremos con el fin de lograr la silueta deseada que vemos en las redes sociales. En este sentido, es relevante mencionar un estudio realizado en 2015 por las investigadoras Sian Mclean, Susan Paxton, Eleanor Wertheim y Jennifer Masters, en el que se analizó el comportamiento de niñas de alrededor de 13 años de edad en Instagram, y se concluyó que mientras más tiempo pasaban en la plataforma, compartiendo, manipulando y observando imágenes de ellas mismas, más propensas eran a desarrollar sentimientos de insatisfacción corporal, y restricciones alimentarias.

TCA EN LAS REDES SOCIALES

Los trastornos de conducta alimentaria (TCA) se definen como “trastornos psicológicos graves que conllevan alteraciones de la conducta alimentaria”⁴. Según la Asociación contra la Anorexia y la Bulimia de España, estos trastornos causan que la persona afectada sienta preocupación en cuanto a su alimentación e insatisfacción con su imagen corporal y peso. Se comienzan a desarrollar en su gran mayoría desde temprana edad, principalmente en las etapas de preadolescencia y adolescencia.

En Chile, el Ministerio de Salud no cuenta con un registro de la cantidad de personas afectadas por estos trastornos. Sin embargo, un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica de Chile⁵ en 2021 arrojó que las consultas médicas por esta causante aumentaron en un 30% para ese año. El mismo estudio menciona que la probabilidad de sufrir alguna de estas patologías en Chile afecta a un 12% de los adolescentes del país, con una mayor prevalencia en mujeres.

Los TCA pueden tener consecuencias psicosociales, en tanto al cambio de estilo de vida y aislamiento social, debido a la interferencia en la salud mental de quien los padece, según la psicóloga Victoria Reyes. Además, puede traer graves problemas de salud, como lesiones dentales, anemia, fallas renales, úlceras y hemorragias gastrointestinales, arritmia, convulsiones, daño cognitivo, e incluso pueden causar la muerte⁶. Existen muchos tipos de trastornos alimentarios, pero principalmente se pueden clasificar en anorexia, bulimia y trastornos alimentarios no especificados (TANE).

Según el Centro de Excelencia para Trastornos Alimentarios de la Universidad de Carolina del Norte, la anorexia nerviosa consiste en una incapacidad o no disposición de mantener un

⁴ Según la Asociación contra la Anorexia y la Bulimia de España.

⁵ Estudio: Chile ha experimentado un 30% de aumento en consultas clínicas por posibles trastornos alimentarios. Pontificia Universidad Católica de Chile, 2021. ([x](#))

⁶ Según el estudio *Consecuencias clínicas y nutricionales de los TCA de mayor prevalencia*. Myriam de León, 2013. En *Conductas y trastornos alimentarios*. ([x](#))

peso adecuado. Añade que “incluso, aún estando bajo peso, la persona con anorexia nerviosa continúa teniendo miedo a aumentar peso”⁷. La anorexia se caracteriza por ser un trastorno restrictivo, en el que se restringe el consumo de alimentos y se complementa con ejercicio excesivo. Según el estudio “Trastornos de la conducta alimentaria: alteraciones cardiovasculares al ingreso y evolución a 3 meses”, publicado en la Revista Médica de Chile en 2019, la anorexia tiene la mayor tasa de mortalidad entre todas las enfermedades psiquiátricas.

Por otro lado, está la bulimia nerviosa, en la que las personas pueden presentar episodios de descontrol, en los que consumen grandes cantidades de comida, conocidos como “atracones”, para luego tomar medidas purgativas, generalmente induciendo vómito, utilizando laxantes, ayunos y ejercicio en exceso, para compensar el consumo de alimento.

Los trastornos alimentarios no especificados, según la Universidad de Carolina del Norte, son una clasificación que se asigna a “personas con conductas distorsionadas de la alimentación, con síntomas similares a los de anorexia o bulimia pero que no cumplen unos de los criterios esenciales para la anorexia nerviosa o la bulimia nerviosa”.

Victoria Reyes es psicóloga clínica y comunitaria, forma parte de la red de psicólogas Minka, una red de atención con enfoque feminista que se dedica principalmente al tratamiento de pacientes con historial de violencia de género y trastornos de conducta alimentaria. En entrevista para el presente reportaje⁸, destaca que los TCA son multicausales. En este sentido, explica los factores de riesgo se pueden dividir entre individuales, sociales y familiares.

En primer lugar, entre los factores individuales que pueden llevar al desarrollo de un TCA, explica que sí existe un determinante genético que puede gatillar conductas de riesgo. Por otro lado, existe un factor psicológico, que describe como “un excesivo perfeccionamiento, un alto grado de exigencia, necesidad de control, poca flexibilidad, lo cual nos lleva también a otro factor de riesgo que es la baja autoestima”.

⁷ Información sacada del sitio web de Center of Excellence for Eating Disorders, Universidad de Carolina del Norte.

⁸ Ver anexo entrevistas.

La psicóloga Reyes explica que los factores sociales y familiares muchas veces van de la mano. “Un ambiente familiar desestructurado o demasiado exigente puede gatillar conductas de riesgo. Además, si hay una familia con padres gordo-fóbicos o con sesgos en cuanto al peso, hay mayor riesgo de desarrollo de un trastorno. Esto a su vez va de la mano de los factores sociales, ya que los modelos históricos de bellezas imperantes pueden ser, en gran parte, los responsables de estos sesgos en los padres”.

Otro factor que destaca es la presión social que existe de cumplir con los estándares impuestos por los medios en cuanto a la belleza. El estudio “Trastornos de conducta alimentaria (TCA) en las redes sociales: Perfil de uso y posibles peligros”, de Iñigo Ochoa de Alda, Laura Bleye y Rubén Carmona, posiciona al internet como un “potenciador de la patología”, por la exposición a imágenes poco realistas, técnicas para bajar de peso, dietas, entre otros mecanismos que promueven el desarrollo de trastornos alimentarios. Apuntan principalmente a las redes sociales, como Instagram o Facebook.

Karen Salvo es nutrióloga clínica, diplomada en trastornos de conducta alimentaria y docente en la Facultad de Medicina de la Universidad del Desarrollo, y en entrevista para este reportaje explica que el factor genético de los TCA juega un rol importante, pero que se gatilla dependiendo del contexto, por ejemplo, “en entornos en los cuales se promueve la delgadez, donde los estereotipos de belleza son súper rígidos, donde tendemos exponernos a muchas imágenes y mensajes que todo el tiempo están diciéndonos que esa es la forma corporal que hay que tener”.

Esta exposición a patrones de belleza “hegemónicos” y la necesidad de encajar, de cualquier forma, dentro de estos moldes, puede causar la auto-limitación al momento de expresar las propias emociones, “lo que hace que las personas vayan perdiendo ciertas habilidades como el de reconocer las señales internas de nuestro cuerpo respecto a la alimentación y nos conducen a conductas alimentarias que son poco favorables”, explica.

En este sentido, las redes sociales tienen un rol protagónico en modelar los patrones que buscamos seguir. “Las redes sociales tienden a mostrar una parte de la realidad, por lo tanto empiezan a construir la idea en la mente de quienes observan esa imagen, de que hay una sola forma de ser, que es la que te llevará al éxito y la felicidad”, menciona Karen Salvo. En dicha forma de ser, entra no sólo la apariencia física, sino que también ciertos estilos de vida, que

incluyen las dietas o restricciones alimentarias, ejercicios, entre otros que, en conjunto y llevados al extremo, tienen consecuencias dañinas para la salud, a pesar de que su objetivo es el “ser saludable”.

Otro factor que es importante mencionar, es que en las redes sociales se tiende a mostrar sólo lo que uno quiere mostrar, y se dejan de lado las dificultades o carencias que existan. En este sentido, al observar a una figura pública hegemónica o que pueda ser un “ejemplo a seguir” para su público -ya sea en cuanto a su físico como su estilo de vida-, que muestra sus hábitos alimenticios, rutinas de ejercicio, que promociona productos para adelgazar, entre otros, y que además lleva una vida acomodada, con muchos lujos, crea una imagen que buscamos replicar en nuestras vidas. Sin embargo, en su mayor parte, las exigencias de la vida “común y corriente”, como el trabajo, la situación económica y otros factores sociales, hacen que este estilo de vida sea casi imposible de replicar para la gran mayoría.

La doctora Salvo explica que el estilo de vida “común y corriente” es “prácticamente sin tiempo libre y sin tiempo para el autocuidado, sin tiempo para poder alimentarse adecuadamente, para poder moverse. El nivel de estrés en el que vivimos es altísimo. O sea, hay muchas cosas que pasan en la sociedad que me parece que han afectado el que todos vayamos subiendo peso”.

Por otro lado, es también relevante la superficialidad de las redes sociales en cuanto al valor de una persona. En la investigación “La construcción del cuerpo imagen en las redes sociales: Prevención desde el trabajo social” de Elisabeth García, se dice que “La presentación y representación del “yo” ha ganado una especial relevancia en relación con los nuevos estilos de vida. (...) Esto supone que el cuerpo se ha ido transformando en mercancía con el auge de la cultura consumista y pasa a ser el medio principal de producción y distribución de esta sociedad”. Finalmente, la importancia que se le atribuye a la apariencia física es mucho mayor, si se pone en una balanza con otras características identitarias, como puede ser la personalidad o habilidades varias, especialmente en el caso de la mujer, quien ya ha sido valorizada por su físico por siglos antes de que existieran las redes sociales.

Son todos estos factores sociales y culturales, perpetuados y exagerados por las redes sociales, los que causan un estado casi generalizado de insatisfacción propia, al no poder cumplir con

estas normas. En cuanto a los TCA, la doctora añade que “hay una responsabilidad genética, por supuesto, pero también una responsabilidad social de la que no nos hemos hecho cargo”.

Ana y Mia: las princesas del internet

La proliferación de las redes sociales, además de otros sitios web o foros digitales, han dado la oportunidad a miles de personas de crear comunidades que giran en torno a sus intereses, o de apoyo mutuo en distintas situaciones. Sin embargo, no todas estas comunidades son positivas. Un ejemplo perfecto es el fenómeno de Ana y Mia en internet - Ana siendo una palabra clave para Anorexia, y Mia para Bulimia.

Estas comunidades destacan por difundir información para lograr “mantener” estos trastornos alimenticios y pasar desapercibidos, compartir imágenes de cuerpos extremadamente delgados (conocidas como “*thinspo*”, mezcla entre *thin* - delgado, e *inspo* - inspiración), idealizándolos e incluso “romantizando” estas enfermedades.

Claudia Mandich, Constance Delucchi, Macarena Bugmann, Cristhian Villalobos y Jean Paul Lackington, en “Sitios Pro-ana y Pro-mia: Una aproximación reflexiva ante este fenómeno” mencionan que dentro de estas comunidades “es posible encontrar ‘cartas a Ana’, en donde su autor o autora se ofrece sin condiciones a Ana. Esta última proporciona belleza, virtud y dignidad; a cambio, lo exige absolutamente todo, incluida la propia vida”.

Aunque existen comunidades dentro de esta categoría que, más allá de perpetuar las conductas alimentarias de riesgo, tienen el fin de generar comunidad entre personas que sufren de TCA y acompañarse, el estudio “Trastornos de conducta alimentaria (TCA) en las redes sociales: Perfil de uso y posibles peligros”, de Iñigo Ochoa de Alda, Laura Bleye y Rubén Carmona reveló que el 75,5% de los sitios que hablan de Ana y Mia son pro anorexia y pro bulimia.

Estos datos pueden ser aún más preocupantes, considerando que en la actualidad, niños y niñas tienen acceso cada vez más liberado al internet y las redes sociales, y las consecuencias de esta temprana exposición ya se vuelven evidentes. Así lo explica la nutrióloga Karen Salvo, añadiendo que en el último tiempo han aumentado los pacientes de menor edad. Menciona que antes, los síntomas de TCA se podían evidenciar desde los 14 años,

aproximadamente. Actualmente, habla de pacientes de 9 años que han llegado con signos de TCA. Añade que “además llegan niños de cuatro o cinco años que ya te hablan de su insatisfacción corporal, que te dicen que son gordos, que son guatonas, que son feas”.

Testimonios: Las “discípulas” de Ana y Mía

En el contexto del presente reportaje, se realizó un llamado a través de la red social Facebook, en una comunidad privada de mujeres usuarias de la plataforma, para compartir sus testimonios en el caso de que hubiesen participado en estos grupos - ya sea en el pasado o aún en la actualidad - o que padecieran de algún TCA. El llamado tuvo un total de 48 comentarios y 39 mujeres que encajaban con la descripción y que habían sido miembros de las agrupaciones de Ana y Mía, 15 de ellas con TCA no diagnosticado y 24 con distintos diagnósticos. De este último grupo, 16 mujeres se habían recuperado de sus trastornos, mientras que 8 aún seguían sufriendo de estos, e incluso nunca habían buscado algún tipo de terapia o apoyo profesional.

A todas las mujeres que respondieron la publicación se les contactó y se les realizó una entrevista en forma de cuestionario de preguntas abiertas, para poder filtrar de manera más eficiente la información⁹. Esta modalidad también se escogió debido a la naturaleza delicada del padecimiento de un trastorno de conducta alimentaria, de tal manera que quien entregara su testimonio, lo hiciera bajo sus propios términos y de manera segura, y sobre todo se buscó que el hecho de compartir sus historias no causara que volvieran a aflorar sentimientos o hábitos negativos en cuanto a sus TCA. A continuación, se presentan cuatro de los testimonios que más destacaron entre quienes ofrecieron contar sus vivencias.

Constanza M. tiene 26 años y sufrió de anorexia nerviosa durante cuatro meses cuando tenía 16 años. Luego de estos cuatro meses, desarrolló bulimia: “Me empezó a dar hambre. Porque obvio, el cuerpo necesita comer, entonces luego de esos cuatro meses que no comí, me empezó a dar hambre”. Desde los 16 hasta los 22 años vivió en un ciclo repetitivo de restricción alimentaria, atracón, y luego purgación: “A partir de cierta hora del día, me empezaba a perder a mi misma, y mi enfermedad me ganaba”. Recuerda que incluso cuando salía con amigas, se encerraba en el baño luego de comer para vomitar todo lo que había consumido.

⁹ Ver anexo Cuestionario.

Su trastorno se comenzó a desarrollar por múltiples factores, y uno de ellos fue su interés por la música pop coreana. “Me gustaba mucho el K-pop, y las chicas coreanas tienen unos físicos muy distintos a los que se ven en este lado del mundo. En especial yo seguía a una chica que era muy, muy delgada, y quería ser como ella”, cuenta. Así llegó al sitio web Tumblr, una red social en la que los usuarios crean blogs donde comparten imágenes, textos y videos sobre sus intereses. En esta plataforma se comenzó a relacionar con personas que compartían fotografías de chicas asiáticas muy delgadas, que compartían sus “metas” de llegar a ser como ellas, y cómo podían hacerlo. Una de las personas con las que se mensajaba en la red social, con quien compartía sus “progresos” en su pérdida de peso, le recomendó un grupo de Whatsapp donde los miembros podían compartir sus pesos actuales, pesos ideales, dietas, ejercicios y consejos para lograrlos. “Teníamos una especie de “carrera”, para ver quién podía bajar más de peso”, agrega Constanza. Finalmente, estos grupos creaban una “competencia” entre quienes sufrían más, quienes eran más delgadas, y Constanza decidió alejarse del grupo de Whatsapp, pero continuó visitando blogs que trataban el mismo tema, esta vez sin interactuar.

Constanza estuvo con tratamiento psiquiátrico para tratar su trastorno en dos ocasiones, sin embargo, explica que las tendencias restrictivas que tenía en esa época siguen grabadas en su cabeza.

Patricia tiene 28 años y sufre de bulimia y trastorno de atracón desde los 14 años hasta la actualidad. “Me diagnosticaron con obesidad cuando era niña, y esto causó que mi familia me pusiera a dietas y me prohibieron ciertos alimentos”, explica. Comenzó a desarrollar su TCA cuando se enteró que una amiga suya también padecía de bulimia, y fue ella quien la introdujo a las comunidades de Ana y Mía en redes sociales. Juntas visitaban foros y sitios web en los que buscaban “inspiración” para poder bajar de peso. “Me acuerdo que ahí recomendaban comer hielo, o cosas que no eran comida, como algodón o pedazos pequeños de papel de diario, para no sentir hambre. Decían incluso que, si no te gustaba el sabor, podrías echarle un poco de sal. También había técnicas para evitar hacer ruido al vomitar”, recuerda.

Patricia ha estado en tratamiento psiquiátrico por su TCA por años, sin embargo, no ha podido sanar. Luego de tantos años con conductas purgativas, su cuerpo se ha ido acostumbrando a esta respuesta: “Cada vez que me estreso, me dan ganas de vomitar; o por el contrario, de

comer mucho y después vomitar”. También desarrolló rechazo a ciertas comidas: “Hay cosas que no puedo comer, porque automáticamente me dan asco. No puedo comer pizza, por ejemplo. La única comida que sé que es segura, porque mi cuerpo no la rechaza, son los tallarines blancos, sin nada. A pesar de esto, no puedo evitar comerlos sin culpa, porque cuando los como siento que son muchos carbohidratos”.

A pesar de que ya no frecuenta las comunidades de Ana y Mía en redes sociales, los “tips y consejos” que aprendió en esa época los recuerda como si fuera ayer. “Algunas cosas que vi ahí, hace tanto tiempo, hasta el día de hoy las tengo presentes, todavía me acuerdo y las aplico”, precisa.

Constanza P. tiene 25 años, y cuenta que desde temprana edad sintió mucha curiosidad por la salud. Desde pequeña investigaba sobre distintas enfermedades, una de ellas siendo la anorexia. A sus 16 años comenzó a desarrollar un TCA, y todo lo que había aprendido se volvió útil: “Toda esa información, que en su momento la usaba para advertir a mis amigas, la empecé a usar en mi contra. Como yo sabía que existían estos grupos, se me ocurrió la idea de meterme un día”. Su interés por la salud la llevó a conocer sobre ciertas “señales de alarma” que se podían identificar en alguien con anorexia, datos que aplicaba para evitar ser descubierta. “Decían que la piel se ponía fea con la anorexia, así que empecé a cuidarme mucho la piel, para que no me pillaran”, advierte.

Su relación con las comunidades de Ana y Mía fue a través de Wattpad, una plataforma de lectura y escritura en la que se pueden compartir relatos de distintos tipos, y que además tiene una función social, en la que los miembros se pueden enviar mensajes entre ellos. Constanza explica que a través de estas comunidades encontró validación para las conductas que tenía. “Yo ya tenía estas conductas desde antes, pero estos grupos me las reforzaron mucho más. Fue encontrar que no era la única... y pensaba, si alguien más está haciendo lo mismo que yo, es porque voy por buen camino”, relata.

Nadie de su círculo cercano se enteró de su trastorno, por lo que, al día de hoy, Constanza no ha tenido ningún tratamiento para la anorexia. Afirma que ya no tiene estas conductas, y que está mucho más sana que antes, pero que su enfermedad sigue siendo parte de su vida. “Para mí sigue siendo un fantasma de todos los días, la dismorfia la peleo todos los días, y ya estoy

cansada. Lo he intentado abordar de distintas formas, pero hasta el día de hoy no he podido eliminar algunas conductas”, sostiene.

Gabriela desde pequeña tuvo una mala relación con la comida: su familia la premiaba con comida chatarra, lo que la llevó a tener sobrepeso. A pesar de esto, el peso nunca fue un problema para ella, hasta que vio un reportaje en la televisión sobre los grupos pro-anorexia y pro-bulimia, lo que le causó curiosidad y la llevó a buscar foros y sitios web en internet. Sin embargo, su enfermedad no se desarrolló hasta unos años después, luego de volver de un viaje de vacaciones y percatarse de que había subido de peso. “Cuando vi que había subido hartito, me acordé de estos grupos y las dietas que promocionaban para bajar de peso”, comparte.

Gabriela caminaba todas las mañanas hasta su colegio, que quedaba bastante lejos de su hogar, con el estómago vacío. En el colegio no comía nada, y luego de la jornada escolar volvía a casa: “A las cinco y media de la tarde tenía mi única comida del día, que eran cinco hojas de lechuga y un pedacito de pollo. Si comía seis hojas de lechuga, pensaba que iba a subir de peso”. Cuenta que, en esa época, su peso rodeaba los 90 kilos, y que luego de un año de mantener estos hábitos, llegó a pesar cerca de 50. “Obviamente me enfermé, tuve anemia en esa época, me desmayaba muy seguido, siempre tenía frío y sueño”, dice.

Con el tiempo mejoró su relación con la comida, “pero esto es algo que nunca te abandona, la cabeza nunca se apaga”, explica. Sus pensamientos restrictivos siguen presentes, a pesar de haber eliminado las conductas: “Ahora como bien, me alimento normal, pero sigo sintiendo culpa, o que podría ser más flaca, que podría bajar unos kilos más”.

Javiera tiene 27 años, nacida y criada en Antofagasta, pero vive en Santiago desde hace 6 años. Desde pequeña se le inculcó la fijación de su peso, a través de comentarios de sus compañeros de colegio e incluso de su madre. “Desde chica me hicieron bullying en el colegio, por ser más gordita. Además, mi ambiente familiar no era tan sano con la comida, mi mamá siempre decía cosas si te veía comiendo algo, o si notaba que subías de peso... me decía que no comiera tales comidas, que podía engordar... entonces fue algo que siempre estuvo presente en mi vida”, explica.

A sus 13 años comenzó a participar de foros, y comunidades, principalmente en la actualmente extinta red social Fotolog, en los que se compartían imágenes e historias de sus

celebridades favoritas, pero de pronto notó otros grupos, dedicados a bajar de peso y la delgadez extrema. “A esa edad tomé la decisión de hacer algo por bajar de peso, no me gustaba mi cuerpo, no me gustaba como me veía”, menciona. Así se volvió miembro activo de las agrupaciones pro Ana y pro Mía.

“Primero empecé a dejar las bebidas, las masas, todas esas cosas típicas que una deja de consumir cuando está a dieta... y me compré una pesa. Me pesaba todos los días, y al cabo de un mes había bajado tres kilos. Me sentí muy bien”, relata. Sin embargo, con el paso del tiempo se fue adentrando más en conductas de riesgo, eliminó ciertos alimentos por completo de su dieta. Además en estos foros se compartían imágenes de mujeres delgadas, a las que Javiera veía como inspiración: “eran chicas tan flacas, hermosas... y yo me sentía horrible, quería ser como ellas”.

Javiera destaca el sentimiento de comunidad y acompañamiento de estos grupos. Menciona que “en el mundo real, por decirlo así, todo era feo y hostil, y las chicas que compartían cosas de Ana y Mía te hacían sentir bien... yo sentía que todos pensaban que yo era gorda, que era fea, y cuando leía las cosas que escribían las que estaban ahí, sentía cariño y apoyo para poder seguir bajando de peso”. Para ella, estas comunidades representaban una especie de “espacio seguro” para seguir con su objetivo.

Javiera seguía un régimen estricto de alimentación. Explica que cuando empezó, consumía 1.500 calorías diarias, y que con el paso del tiempo llegó a consumir sólo 700 al día. “Esto fue por alrededor de un año, y bajé mucho de peso. Me sentía muy bien conmigo misma, tenía el cuerpo que quería. Me sacaba fotos de cómo se me notaban los huesos, y era feliz”, menciona. Llegó a pesar 47 kilos, midiendo 1.70 metros. Explica que, a pesar de sus hábitos estrictos de alimentación, cada cierto tiempo sufría de atracones, que la dejaban con un sentimiento de culpa casi intolerable y que la llevaba a inducir el vómito, o consumir laxantes.

Finalmente, luego de un año fue internada en un recinto de salud mental, luego de haber bajado más de 15 kilos y con un intento de suicidio entre medio. “Justo antes de que me internaran, intenté suicidarme... tomé muchas pastillas. Pero como ya me había acostumbrado a vomitar, las vomité todas, y ahí me pillaron y me hospitalizaron” relata.

Javiera logró mejorarse luego de estar tres meses internada, pero explica que las consecuencias de este trastorno alimentario las siente hasta la actualidad. “He tratado de mejorar mi relación con la comida... pero las ganas de volver a tener un régimen restrictivo como el que tuve no me faltan. Actualmente, me siento horrible conmigo misma, pero intento pelear contra eso. Es una lucha diaria el no odiarte a ti misma, sobre todo sabiendo el potencial que tuviste en algún momento... yo fui una gran discípula de Ana y Mía”, explica, y añade: “me imagino que hoy en día estos grupos deben ser mucho más masivos, por Tik Tok, o otras redes sociales... pero no me atrevo a buscarlos, porque temo ser capaz de volver a desarrollar anorexia, pero de una forma mucho más severa”.

Los grupos y comunidades de Ana y Mía siguen presentes en las redes sociales hasta el día de hoy, disponibles para quien tenga acceso a internet. Una simple búsqueda por Facebook arroja una advertencia sobre el contenido de estos grupos, pero de todas formas da acceso a grupos que van desde los mil hasta los nueve mil miembros. Este escenario se repite en las redes sociales más populares en la actualidad, como Twitter, Instagram o TikTok.

EL PESO EN LA MEDICINA

En casos de trastornos de conducta alimentaria, generalmente el tratamiento consiste en trabajo en conjunto de más de un especialista. En entrevista para el presente reportaje, la nutricionista de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Rocío Cares, explica que gran parte de los casos de pacientes que logran recuperarse de TCA son exitosos gracias al trabajo en conjunto de nutricionistas, psicólogos y, en algunos casos, psiquiatras.

En este contexto, las problemáticas cifras mencionadas anteriormente en cuanto a la incidencia de TCA en niñas y adolescentes pueden ser incluso más graves, tomando en cuenta una situación que recientemente ha comenzado a llamar más la atención: el estigma por peso en la medicina, o la gordo-fobia médica.

El estigma por peso en la medicina, según Elena Castro, en “Gordofobia médica: Vivencias, violencias y resistencias”, consiste en un “prejuicio sobre el peso que manifiestan las y los profesionales de la salud, que les hace más propicios a atribuir a la gordura la causa de la dolencia manifestada por el o la paciente”. Esto genera consecuencias para los pacientes, entre las que se puede encontrar el retrasar o, incluso completamente evitar buscar asistencia médica si no es “un caso de vida o muerte”. Finalmente, la calidad de vida de estos pacientes disminuye, ya que enfermedades o trastornos que se pueden identificar y prevenir con visitas habituales al médico, son descubiertas cuando ya están avanzadas y ya es poco o nada lo que se puede hacer al respecto.

Según la nutricionista Rocío Cares, quien con los años ha adoptado el enfoque H.A.E.S. (Health At Every Size - Salud en todas las tallas), existen prácticas peso-centristas que no son necesarias en todas las consultas médicas, y que generan en los profesionales de la salud sesgos o prejuicios en cuanto a los pacientes antes incluso de que la consulta médica comience. Rocío explica que “muchas veces pacientes no llegan por temas relacionados al peso, pero sin embargo el enfoque tradicional de un médico puede incluso gatillar conductas de riesgo de TCA”.

Desde su consulta médica privada, Rocío explica que existen muchos dolores o molestias que no están directamente relacionadas con el peso de un paciente, pero sin embargo, si un médico ve que dicho paciente presenta sobrepeso, según el enfoque tradicional, puede hacer esta conexión, y entregar una solución tan simple como “bajar algunos kilos”, ignorando las necesidades de la persona e incluso pasando por alto posibles síntomas de alguna enfermedad.

La nutrióloga Karen Salvo también comparte este pensamiento, añadiendo en entrevista que “los profesionales de la salud somos educados en una cultura muy peso centrista. Entonces, uno va al traumatólogo, y el traumatólogo te dice que tu dolor de espalda es porque estás gordo... o vas al ginecólogo y te dice que no te embarazas porque eres gorda, cuando finalmente, el peso normal o adecuado para cada persona es un peso único que solamente su cuerpo lo conoce”. Agrega que “los mayores perpetradores de las prácticas gordo-fóbicas somos los profesionales de la salud”.

La gordo-fobia médica, según la doctora Rocío Cares, puede incluso causar un deterioro en la salud de los pacientes. “Las personas que sufren este estigma de peso van mucho menos al médico. ¿Por qué? Porque tienen una experiencia en la que no fueron escuchados, e incluso discriminados y obviamente evitarán volver, evitarán hacerse exámenes, y evitarán de lleno ir al médico, porque su condición se reduce al número que aparece en la pesa”, precisa.

A raíz de esto, explica que hay distintas prácticas que ha eliminado en sus consultas. Entre ellas se encuentra principalmente el pesar a un paciente al principio de la consulta - “muchas veces ese dato es irrelevante en una consulta médica, y de todas formas muchos doctores lo hacen” -, el uso del Índice de Masa Corporal (I.M.C.), que, según ella, “es un instrumento que ya ha quedado completamente obsoleto, y que nunca fue diseñado para medir la salud en primer lugar”, entre otros. Además, explica que “no todos los tratamientos nutricionales conllevan el bajar de peso. La medicina tradicional nos ha llevado a tener esta imagen de la rama de la nutrición, pero no es así”.

Otras prácticas que ha eliminado de su consulta son las dietas o los planes de alimentación porque “está demostrado en estudios que las dietas no funcionan”. Recalca que su enfoque va dirigido hacia mejorar la relación de los pacientes con la comida, y llevar un estilo de vida sano, sin fijarse en el peso. “Yo creo que, en el área de la salud, es normal asumir un hábito o una condición de salud por el tamaño corporal de la persona. Pero, ¿por qué le voy a dar a las personas indicaciones distintas, si pesan más o pesan menos, si tienen el mismo motivo de consulta?” se pregunta. La nutrióloga Karen Salvo concuerda con esta forma de pensar, y explica que “el peso normal no existe, el peso normal o adecuado para cada persona es un peso único que solamente su cuerpo lo conoce”.

En este sentido, el estigma por peso en la medicina no sólo afecta a pacientes con trastornos de conducta alimentaria, sino que también a pacientes con sobrepeso u obesidad.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la obesidad se define como “una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud”¹⁰. En este contexto, uno de los principales indicadores para el sobrepeso u obesidad es el índice de masa corporal (IMC). Bajo este criterio, según el Atlas Mundial de la Obesidad 2023, creado por la Federación Mundial de la Obesidad, informa que al 2020, más de 2 mil millones de personas sobre la edad de 5 años sufren de obesidad. Desde 1975 a la fecha, el número de personas con esta condición crónica se ha triplicado, según datos de la OMS.

Sin embargo, es importante destacar que existen dos tipificaciones de obesidad: endógena y exógena. La obesidad endógena - también conocido como obesidad secundaria - está relacionado enfermedades endocrinológicas, neurológicas, síndromes genéticos y como efecto secundario de ciertos fármacos¹¹.

La obesidad exógena es causada por factores externos, tales como el sedentarismo y mala alimentación. Sin embargo, también existen factores sociales, principalmente relacionados a la clase social y económica. En las zonas más populares se tiende a escoger alimentos que

¹⁰ Según el sitio web oficial de la Organización Mundial de la Salud. ([x](#))

¹¹ Según datos de la Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica ([x](#)).

dan más sensación de saciedad, y que por lo general son más baratos: alimentos que tienden a ser menos saludables, con mayor cantidad de carbohidratos y grasas. Otro elemento que influye son las nuevas formas de trabajo de muchas profesiones, que se han vuelto más sedentarias con el paso del tiempo.

Es por este y otros motivos que la medición con el instrumento del índice de masa corporal es inexacta al momento de diagnosticar esta enfermedad. El IMC hace una relación entre la masa y talla de una persona de manera estandarizada, dejando de lado características esenciales, como la edad, sexo y tejido muscular. Más recientemente se ha implementado una nueva técnica que trabaja con la "impedancia bioeléctrica", que consiste en medir la respuesta corporal a una corriente alterna de baja potencia. Esta, según el artículo "Definición de obesidad: Más allá del índice de masa corporal", de Edgar Gutiérrez, Evelyn Goicoechea y Edgardo Linares, mide la masa magra - que corresponde al peso de los huesos, la piel, músculos y órganos -, el tejido graso y el líquido corporal. En este sentido, "el tejido graso actúa como un mal conductor de la corriente eléctrica, por tanto, se puede considerar que el tejido graso presenta alta impedancia eléctrica", menciona el texto. Sin embargo, el IMC sigue siendo el método más utilizado para identificar el sobrepeso u obesidad, y el instrumento de medición oficial, según la OMS.

Carencias en el sistema de salud

Un tratamiento integral para un caso de trastorno de conducta alimentaria, en un caso ideal, necesitaría al menos de la participación de profesionales de salud especializados en nutrición, psicología y psiquiatría. También existen tratamientos con distintos grados de ingreso hospitalario, dependiendo de la gravedad del trastorno. En este sentido, está el tratamiento ambulatorio, en el que el paciente sigue viviendo en su hogar durante toda la terapia, a excepción de consultas médicas; el hospital de día, en la que el paciente permanece por gran parte del día en un recinto donde se encuentra bajo observación y acompañamiento médico durante sus comidas; y finalmente el ingreso hospitalario, que se utiliza cuando el estado del paciente implica graves riesgos para su salud si no existe un cambio de hábitos eficiente.

Un estudio realizado en 2018 por Ana Hjort, Rocío de la Vega y Jorge Barriguete reveló que este tipo de tratamiento puede ser de los más eficaces en casos de trastornos de conducta alimentaria, ya que con el trabajo en conjunto de varios profesionales de la salud, se trabajan

los distintos parámetros que abarca la enfermedad. Sin embargo, el acceso a un régimen médico de tales dimensiones conlleva un desembolso económico que pocos bolsillos pueden sustentar.

Los precios de un tratamiento por trastornos de conducta alimentaria fluctúan en base a la severidad de la condición, y también del grado de ingreso hospitalario. Pueden partir desde un tratamiento basado en sesiones de terapia psicológica, cuyos precios fluctúan desde los \$5.820 por sesión a través del sistema público de salud Fonasa (nivel 1)¹²; mientras que una sesión de psicología presencial en una consulta privada rodea los \$40.000 por sesión.

Un tratamiento psiquiátrico para estos trastornos puede fluctuar en precio, desde los \$10.630 por sesión a través de Fonasa (nivel 1), y puede llegar a precios sobre los 100 mil pesos por sesión en consultas privadas. Cabe destacar en este punto que, según una investigación realizada por BioBio Chile, al 2021 sólo 53 psiquiatras atendían a través de Fonasa en Chile¹³.

Para complementar este tratamiento psicológico, es recomendable también contar con la ayuda de algún profesional de la nutrición. En este sentido, una consulta con un especialista de esta área puede variar en precios desde los \$13.030 por sesión en el sistema público de salud (Fonasa nivel 1), hasta rodear los \$40.000 por sesión en consulta privada.

Ahora, si el trastorno ya llega a niveles más graves y es necesario un tratamiento hospitalario, los valores de internación en unidades clínicas privadas especializadas en TCA varían desde los 265 mil hasta 385 mil pesos diarios¹⁴. Estos valores pueden ser reembolsables a través del servicio de Isapre, dependiendo de la institución.

La hospitalización psiquiátrica por trastornos de conductas alimentarias en Chile no está cubierta por el programa de Garantías Explícitas de Salud (GES), por lo que no es posible en la actualidad acceder a este tipo de tratamiento a través de Fonasa. En octubre de 2022, la Cámara de Diputadas y Diputados ingresó una solicitud para agregar esta patología, en conjunto con el síndrome de Tourette y la enfermedad de Chagas. La resolución

¹² Los precios de referencia fueron sacados del sitio web de Fonasa para consultas en sistema de salud pública, y para las consultas privadas fueron consultados distintos sitios de consultas privadas y posteriormente promediados.

¹³ Información sacada de portal Biobiochile.cl: Sólo 53 psiquiatras atienden con bono Fonasa en todo Chile: una deuda con la salud mental ([x](#))

¹⁴ Valores referenciales obtenidos a través de consultas a instituciones privadas de hospitalización psiquiátrica.

correspondiente a los TCA fue desarrollada por los parlamentarios Carolina Tello, Danisa Astudillo, María Francisca Bello, Karol Cariola, Luis Alberto Cuello, Helia Molina, Jaime Mulet, Hernán Palma, Matías Ramírez y Luis Malla; sin embargo, al cierre de este reportaje, no ha existido avance en esta solicitud.

Además de esta solicitud, en Chile actualmente no existen políticas públicas que incluyan el tratamiento integral de trastornos de conducta alimentaria. Recién en junio de este año (2023) se ingresó un proyecto de ley, conocido como Ley TCA, que aborda esta problemática. La propuesta fue patrocinada por las Diputadas María Francisca Bello, Ana María Bravo, Helia Molina, Camila Musante, Marcela Riquelme, Camila Rojas, Emilia Schneider, Carolina Tello, Flor Weisse y el Diputado Patricio Rosas.

El proyecto considera el “reconocimiento de los trastornos de conducta alimentaria como una enfermedad que puede causar la muerte, que vele por su prevención, tratamiento e investigación”¹⁵. A través de este, se busca llegar al tipo de tratamiento integral, mencionado anteriormente, con equipos de profesionales capacitados anteriormente, además de apoyo y educación para los círculos cercanos de personas que sufran de TCA. Otro apartado del proyecto busca crear mecanismos de prevención desde temprana edad e identificar elementos que ejerzan violencia simbólica -es decir, mostrar imágenes de cuerpos extremadamente delgados o manipulados digitalmente- en medios de comunicación y publicidad.

En este contexto, la nutricionista Rocío Cares espera que el proyecto “llegue a buen puerto y que la salud pública mejore... estamos muy al debe en todas las patologías de salud mental, pero no hay que olvidar que los trastornos alimentarios tienen tasas altas de mortalidad... los TCA matan”.

Al cierre de este reportaje, el proyecto de ley se encuentra aún en primer trámite constitucional, en la Comisión de Salud de la Cámara de Diputadas y Diputados.

¹⁵ Proyecto Ley TCA, sacado del sitio web de la Cámara de Diputados y Diputadas de Chile. ([x](#))

LAS INFANCIAS

Sin embargo, no son sólo los TCA los que están afectando a niños y niñas desde temprana edad. La American Psychological Association (APA), evidenció en 2007 el aumento en la sexualización de niñas en medios, el sector de la moda, incluso la industria de juguetes. En el estudio “*Task Force on the sexualization of girls*”, la APA afirma que “en el entorno actual, se alienta a las adolescentes a lucir sexys, pero saben poco sobre lo que significa ser sexual”. Hace referencia específicamente a contenido que se puede encontrar -en esa época- en televisión, películas, publicidad y revistas.

Entre las consecuencias a la sexualización a temprana edad en niñas, según la APA, se encuentran la disminución de habilidades cognitivas, al enfocarse excesivamente en su apariencia física; la adquisición de un rol pasivo frente a sus iguales; una influencia negativa en cuanto a la percepción de la sexualidad, esto incluye adoptar conductas de riesgo a edades prematuras; el sentimiento de competencia frente a sus pares -en este caso específico de otras niñas-, al verlas “más atractivas que ellas mismas”, atraerán más a otros niños; el rechazo a otras niñas que no encajen dentro del modelo impuesto culturalmente, lo que puede llevar incluso al bullying o acoso; y finalmente, la influencia en cuanto a la percepción frente a conductas sexuales predatorias de parte de otros niños u hombres.

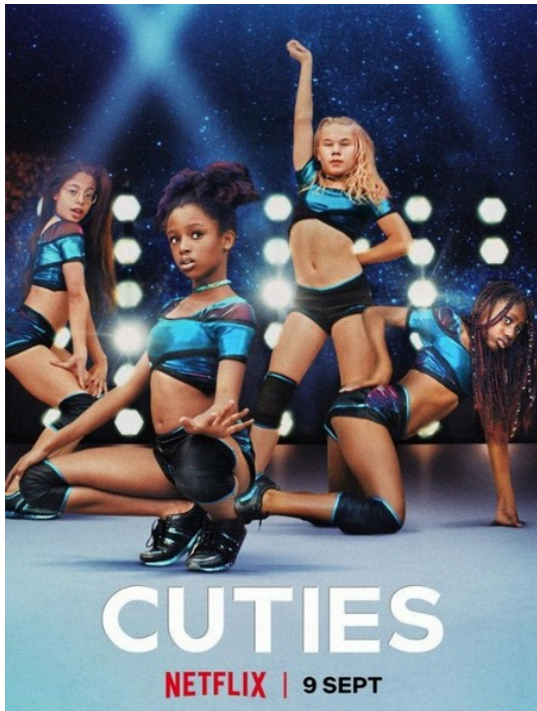
Kaitlin Kraff, Sarah Murnen y Anna Krause mencionan en “*Low-Cut Shirts and High-Heeled Shoes: Increased Sexualization Across Time in Magazine Depictions of Girls*” que “El fomento social de prácticas de sexualización para las jóvenes podrían llevarlas a aceptar un papel sexualizado tanto normativo e ideal sin darse cuenta de que puede haber consecuencias negativas asociadas con una apariencia sexualizada”.

Entonces, la cosificación del cuerpo femenino comienza desde una temprana edad, a través del contenido que consumen niñas y adolescentes, de forma casi “sigilosa”, causando que la sexualización no sea sólo desde un factor externo, sino que se interioriza en la psiquis de la niña. Desde temprana edad, las niñas aprenden que su cuerpo les “da valor” y buscan la aprobación social a través de la belleza y la sensualidad.

Un ejemplo contemporáneo de la sexualización de niñas es la película “*Mignonnes*” (Cuties en inglés, Guapis en español), dirigida por la directora francesa Maïmouna Doucouré, que se estrenó en el festival de cine Sundance de 2020 y posteriormente fue distribuida el mismo año en la plataforma de streaming Netflix. La película trata de una niña de 11 años de familia conservadora que se integra a un grupo de baile - llamado *Mignonnes* - y comienza a adoptar conductas provocativas junto a sus compañeras de baile.

Según la directora, la película originalmente se hizo específicamente para evidenciar la sexualización de las niñas y generar un debate social en el tema. En una entrevista con el portal digital ScreenDaily, dijo que la inspiración nació desde un “deseo de explorar lo que significa abordar la feminidad entre dos culturas, así como el tema más amplio de la hipersexualización de los jóvenes en la sociedad moderna”.

Sin embargo, la campaña publicitaria de Netflix comete el mismo error de sexualizar a las niñas, difundiendo un póster que mostraba a las protagonistas en poses y atuendos provocativos, en contraste con el póster original.



(Póster de Netflix)



(Póster original)

El póster generó controversia a nivel mundial, y finalmente, bajo la presión social, Netflix lo cambió al original.

En otra entrevista, citada en el portal de noticias El Confidencial, la directora habló del proceso de investigación que llevó a cabo para realizar la película, en el que habló con muchas niñas, mencionando que “durante mi investigación, vi que todas estas chicas que había conocido estaban muy expuestas en las redes sociales. Muchas de ellas tenían 400.000 seguidores en redes solo por el hecho de haber publicado fotos sexis. Hoy en día, cuanto más sexi y objetivada es una mujer, más valor tiene a los ojos de las redes sociales. Cuando tienes 11 años, no comprendes realmente todos estos mecanismos, pero tiendes a imitar, a hacer lo mismo que los demás para obtener un resultado similar. Creo que es urgente que hablemos de ello, que se debata el tema”.

El reporte de APA de 2007 menciona que “la frecuente exposición a imágenes de los medios que sexualizan a niñas y mujeres puede afectar la forma en que las niñas conceptualizan la feminidad y la sexualidad, llevándolas a aceptar más constreñidas y estereotipadas nociones sobre roles de género y roles sexuales (es decir, que las mujeres son objetos sexuales)”. Un claro ejemplo de esto es el caso de la película *Mignonnes*.

Finalmente, si bien causa controversia por las imágenes sugerentes de niñas, la película es una crítica a la concepción de la feminidad de la cultura occidental, que en este caso, va de la mano con la sexualidad.

Por otro lado, hilando un poco más fino, se puede decir que, el mismo objetivo de criticar la sexualización infantil de la película se transgrede, ya que pasa a llevar las infancias de las mismas niñas que protagonizan el film e incluso se les da compensación económica por esto, lo que podría incluso perpetuar estas conductas.

Cabe destacar que, a pesar de que la película es protagonizada por niñas de 11 años, en IMDB está calificada para audiencias de 16 años o más, debido al contenido sugerente del film.

La infancia en las redes

Sin embargo, la sexualización de la infancia ya no se ve únicamente en películas o publicidad, como sucedía en épocas anteriores. En redes sociales como TikTok o Instagram se “viralizan” distintas poses o bailes considerados “sugestivos”, y muchas veces menores de edad los replican, buscando conseguir más *likes* y seguidores. En este sentido, ya no son personas externas quienes sexualizan a menores de edad, sino que ellas mismas caen en estas prácticas -probablemente de manera inconsciente- buscando la popularidad entre sus pares.

Cabe destacar que la edad mínima que pueden tener usuarios de Tik Tok o Instagram es de 13 años. En el caso de Tik Tok, aquellas personas que tengan 16 años o menos no pueden acceder a ciertos elementos sociales de la plataforma, tales como enviar mensajes directos a otros usuarios, no tienen la posibilidad de que los videos publicados en sus perfiles sean descargados, y tampoco tienen acceso a las funciones *Dúo* o *Pegar*, en la que otros usuarios pueden re-publicar videos de otros usuarios en sus propios perfiles, agregándoles sus propios videos o audios¹⁶. En Instagram, las y los menores de 16 años tienen sus cuentas automáticamente privadas y se limitan ciertas publicidades¹⁷. Aunque aclarar la edad de quien se registra en Tik Tok o Instagram es un requisito, no existe un proceso de verificación al momento de registro en estas redes sociales, sino que se activa sólo cuando una cuenta es

¹⁶ Sacado del sitio web oficial de [Tik Tok](#).

¹⁷ Sacado del sitio web oficial de [Instagram](#).

denunciada por otro usuario. Por este mismo motivo, no es posible saber con claridad cuántos niñas, niños y adolescentes utilizan estas plataformas de forma adecuada y con los filtros aplicados acorde a su edad.

En el contexto del presente trabajo, se entrevistó a la terapeuta familiar Soledad Larraín, quien también ha colaborado en distintos trabajos relacionados con infancias; y actualmente es consultora del área de protección en UNICEF Chile, respecto del acceso que niños y niñas tienen a las redes sociales. Al respecto, menciona que el control sobre el tipo de contenido al que pueden acceder menores de edad en internet es casi nulo, y que “se ha intentado generar controles parentales, pero es cada vez más difícil, debido a la masividad que existe hoy en día”. Agrega que “por lo general se dice que se debería esperar a que los niños tengan más de 10 años para poder tener perfiles en redes sociales, y ojalá que para esa edad ya tengan algo de educación digital, y que tengan alguna idea de lo que pueden ver y lo que no”.

Sin embargo, y debido a la insuficiencia de los filtros de edad en plataformas digitales, es una gran cantidad -por no decir la mayoría- de menores de edad que tienen acceso ilimitado al contenido publicado en redes sociales por todo tipo de perfiles, entre los que no sólo existe contenido sugestivo, o incluso pornográfico, sino que también violento. En el caso de las niñas, también pueden verse expuestas desde temprana edad a publicidad enfocada en productos estéticos, lo que perpetúa la fijación y la valoración propia desde el cuerpo y la imagen física.

En entrevista online desde su hogar, la psicóloga Soledad Larraín menciona que el acceso temprano a contenido sexual a través de plataformas digitales, que destaca, “tiende a ser muy gráfico, muy genital y en muchas ocasiones, con un contenido de violencia importante, potencian una concepción del género en la cual se valida la inequidad de género, y que asume una imagen patriarcal”. Por lo tanto, no sólo son las niñas quienes comienzan a generar patrones que perpetúan la valoración de la mujer a través de su atractivo sexual, sino que los niños también comienzan a desarrollar esta visión, ambos a través de distintos recursos presentes en las redes sociales.

Por otro lado, además del contenido que consumen en redes sociales, está también el contenido que crean. Como es mencionado anteriormente, las niñas desde pequeñas buscan la aceptación social desde lo sexual, ya que así han sido condicionadas históricamente. A este

tipo de contenido también tienen acceso todos los usuarios de redes sociales: desde sus mismos pares, hasta adultos. Al respecto, Soledad Larraín menciona que “hay que tener mucho cuidado con las fotos. Las niñas imitan cosas que ven, como posan las modelos y otras cosas, y puede ser muy tierno para uno como padre o familiar, pero lamentablemente, sin uno darse cuenta esas fotos se pueden masificar en redes de pedofilia sin que tengas ningún control sobre la situación”.

Las redes de pedofilia se han masificado con la llegada de las redes sociales. Así lo explican Ana Flamit y Jesica Menéndez en el estudio “Sexualización de menores en TikTok: ¿Qué papel tienen las familias?”: “Hay una demanda creciente de pornografía que muestra mujeres adolescentes: El contenido “legal de adolescentes” ha sido siempre el nicho más competitivo y popular en la industria de los adultos”. Las autoras agregan que “las edades más frecuentes que los hombres buscan en internet son trece, catorce y dieciséis años”.

También existe el riesgo de una práctica conocida como *grooming*, que consiste en el acoso sexual a menores a través del internet. La terapeuta Soledad Larraín explica que “muchos adultos se contactan con niños a través de las redes sociales, utilizando alias o perfiles falsos y crean falsas relaciones con los menores, incluso a veces pidiéndoles fotografías o videos, y como muchas veces los niños no son educados en estos temas, caen inocentemente”.

En Chile, el *grooming* es considerado dentro de la ley 20.526, con una pena que va desde los tres años y un día hasta los cinco años de presidio menor¹⁸, sin embargo, existen pocos mecanismos de prevención frente a este delito. Al respecto, Soledad Larraín opina que, para poder evitar estas conductas, es esencial no sólo la educación digital, sino que también la educación sexual desde edades tempranas, tanto en el sistema de educación como desde la crianza del hogar. “Los niños enfrentan de forma analfabeta, por decirlo así, estos tipos de situaciones, sobre las cuales todavía no existe la tecnología adecuada para que se puedan detectar estas conductas, entonces es mejor poder ver la posibilidad de evitar que desde pequeños se puedan reconocer estos comportamientos”, menciona, y añade que “ni siquiera tenemos una educación sexual en los colegios que permita entender lo que significa la sexualidad, el consentimiento, la violencia sexual. Si tu no tienes ese conocimiento básico, estás mucho más indefenso frente a situaciones de abuso”.

¹⁸ Obtenido en el sitio web de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (x)

En Chile se ha intentado implementar un plan curricular de educación sexual integral que se aplique en instituciones escolares desde la edad parvularia, abordando temas relacionados con la detección de abuso sexual infantil, prevenir embarazos tempranos en adolescentes, introducir la perspectiva de género y prevenir enfermedades de transmisión sexual¹⁹. Esta política fue ingresada a la Cámara de Diputados y Diputadas en 2019 y fue impulsada por los diputados y diputadas Camila Rojas, Pamela Jiles, Victor Torres, Maya Fernández, Claudia Mix, Rodrigo González, Gabriel Ascencio, Jaime Bellolio, Natalia Castillo y Vlado Mirosevic²⁰. Sin embargo, esta propuesta no prosperó, luego de ser altamente criticada por los sectores políticos más conservadores y finalmente rechazada en la Cámara por falta de quórum. En la actualidad, el proyecto se encuentra archivado y se mantiene la política en la que la educación sexual se imparte desde la educación media, y queda reducida a aspectos principalmente biológicos, relacionados con la fertilidad, y enseñanza sobre enfermedades de transmisión sexual (ETS).

Así, Soledad Larraín hace hincapié en que, bajo la masividad de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones), existe una muy baja posibilidad de control, y en cambio, para poder evitar la exposición a abusos sexuales a través del internet de menores de edad, la responsabilidad cae en la educación digital y sexual para prevenir conductas de riesgo. “Yo insisto en que una aproximación importante es mediante la información, tanto a los padres como a los niños. Impulsar el trabajo con los profesores sobre el tema. Incorporar el tema de la educación digital como un tema relevante a enseñar”, sentencia.

¹⁹ Sacado del sitio web de la Cámara de Diputados y Diputadas de Chile. (x)

²⁰ Proyecto de Ley Educación Sexual Integral, Cámara de Diputados y Diputadas de Chile. (x)

BODY POSITIVE: UN MOVIMIENTO QUE PROMETE

No existe una definición oficial para el movimiento *Body Positive*, o Positividad Corporal. Sin embargo, la idea general que defiende es la aceptación de cuerpos de distintos tamaños, colores y edades. Busca empoderar a personas que no encajan con los patrones de belleza hegemónicos impuestos por las grandes industrias, potenciando la diversidad.

Las primeras raíces de este movimiento se originan en la década de 1960, específicamente en 1967, cuando en Estados Unidos se organizó una manifestación en Central Park, Nueva York, en contra de la discriminación hacia los cuerpos gordos. En este evento, 500 personas se reunieron en el parque y comieron, quemaron libros de dietas e imágenes de la modelo Twiggy, muy popular en esa época²¹.

De ahí en adelante, el movimiento por la aceptación de distintos tamaños corporales ha continuado de manera más sutil, con pequeños hitos e intervenciones durante los años. Aún así, el auge de este movimiento se ha dado durante los últimos años, potenciado principalmente por las redes sociales. Una simple búsqueda en Instagram, Twitter, Tik Tok o Facebook revelan millones de posts diarios con hashtags relacionados al movimiento Body Positive.

Rocío Hormazábal es influencer, activista, modelo y artista visual de profesión. Tiene 41 años, y toda su vida ha sido gorda. En entrevista para este trabajo menciona que “yo me enteré de que era gorda a los 6 años, cuando fui a una piscina con mi bikini y todos los niños y niñas se burlaron de mí, porque mi cuerpo se veía distinto al de ellos”. Desde ese momento, la fijación con su imagen corporal y su peso se volvió un problema.

²¹ Información sacada de Center For Discovery, centro de rehabilitación para trastornos de conducta alimentaria en Estados Unidos ([x](#)).

A partir de los ocho años comenzó a ir a distintos profesionales de la salud, quienes buscaban todas las posibles maneras para que pudiera bajar de peso, para poder ser “más saludable”, en sus palabras. Finalmente, a sus 22 años, se sometió a un procedimiento bariátrico de bypass gástrico, el que esperaba fuese la solución a su problema. “Resulta que al final la operación hizo lo contrario, porque rebotó y mi cuerpo dejó de absorber los nutrientes que necesitaba”, explica. Esto la dejó con secuelas hasta el día de hoy, con suplementos vitamínicos permanentes, caída de cabello y osteopenia, condición de pérdida de masa ósea similar a la osteoporosis.

A lo largo de su carrera artística, Rocío ha trabajado en proyectos de distintas áreas de las artes, como la fotografía, performance o teatro. Sin embargo, uno de los que se volvió más popular en las redes sociales fue cuando en 2019, en pleno Estallido Social, realizó dos intervenciones en la plaza Baquedano: “Piñera me empelota”, en la que se posicionó desnuda frente a una barricada en la Alameda, y “Por un verano sin Piñera”, donde posó en bikini y dentro de una piscina inflable frente a la estatua de Baquedano. Luego de que estas imágenes se hicieran “virales”, Rocío explica que “eso me trajo mucho odio. La gente me decía que qué terrible estar en la calle y con un cuerpo así, asquerosa, el típico *feminazi*... principalmente en respuesta a Piñera me empelota”.



(Imágenes: “Piñera me empelota” y “Por un verano sin Piñera”, 2019. Del portafolio de Rocío Hormazábal)

Rocío sabe bien lo que es el bullying en las redes sociales. Comenzó a recibir mensajes de odio en el 2018, y aunque ya no son tantos los que le llegan, principalmente debido al cambio de mentalidad que se ha producido principalmente en círculos feministas, relacionados a la aceptación corporal y el movimiento *Body Positive*, afirma que aún recibe comentarios negativos en sus fotografías. “La gente se siente con la facultad de poder opinar a través de un teléfono o un computador, sobre lo que se les cruce. Me ha tocado interactuar con mucha gente odiosa, discriminatoria”, menciona, y agrega que “yo jamás he intentado promover la obesidad, como mucha gente dice. Yo a nadie le recomiendo ser gordo. En esta sociedad, que te discrimina por no tener un cuerpo hegemónico, la pasas pésimo”.

Sin embargo, a pesar de los años que ha sufrido bullying y discriminación por su cuerpo, Rocío explica que en algún momento, la sensación de angustia merma. “Hoy en día sí puedo decir que ya no me importa. Más allá de eso, me di cuenta que no puedo sentarme a interactuar con cada una de las personas que me mandan mensajes de odio, porque no voy a perder mi tiempo en esa ridiculez”. Tampoco es opción para ella cerrar sus redes sociales: “yo trabajo mucho con las redes sociales, principalmente como difusión de mi trabajo... y también como lucha y exhibición”, destaca la artista.

La apariencia física de Rocío llama la atención: su pelo está teñido de distintos colores, usa lentes ópticos con el marco color arcoíris y viste con colores llamativos. En la actualidad no se avergüenza de su cuerpo, pero no siempre fue así. “Yo antes usaba ropa ancha, negra... buscaba pasar desapercibida. Quería ser anónima”, menciona. Jamás hubiese imaginado que terminaría utilizando su cuerpo para su arte y para el activismo. Estudió artes en la Universidad de Chile, y posteriormente estudió fotografía, donde una de sus compañeras le pidió modelar en ropa interior. “Me daba mucha vergüenza, quería que las fotos sólo las viera el profesor y nadie más... y ahora me ando paseando en bikini por la calle”, recuerda entre risas Rocío.

De a poco fue destapándose, explica. “Para mí, destaparme no era mostrar mis pechos... para mí era mostrar mis brazos, mis hombros”. A través del arte y la colaboración con compañeros

y colegas fue descubriendo que su cuerpo servía como una herramienta para poder comunicar lo que ella quisiera a través de su arte.

Rocío también trabaja como modelo. “Pero no modelo de marcas. Modelo para fotografía, dibujo, pinturas, cosas así”, explica. “No trabajo modelando para marcas, porque mi cuerpo no les sirve. Les sirve otro tipo de cuerpo gordo”, añade. Menciona que, desde pequeña, nunca pudo tener la ropa que quería, porque las tallas no llegaban a adaptarse a su cuerpo. “Nunca había ropa de mi talla, tenía que comprar en la sección de niño, o mandar a alterar las cosas para que me quedaran bien”, recuerda la artista.

En la opinión de Rocío, las marcas se han ido adaptando a ciertos cambios sociales, no obstante, siguen promoviendo imágenes que no son 100% inclusivas: “claro, lo intentan (las marcas), pero igual está disfrazado. Se le fomenta a la gente el admirar ciertos tipos de cuerpos, que sigan encajando en lo que a ellos les conviene, lo que ellos dictan como belleza”, declara. Añade que tampoco le interesaría tanto trabajar en el rubro del modelaje de *retail*: “podría ser modelo de cosas así, pero mi discurso no va enfocado a eso”.

En cambio, su enfoque actual va más hacia el uso de su cuerpo como herramienta artística y de activismo. “Pongo mi cuerpo contestatario y subversivo a la merced de crear, denunciar y evidenciar”, concluye.

Así como Rocío Hormazábal utiliza su trabajo y su presencia en redes sociales para el activismo, también lo hacen distintas influencers y organizaciones. Un ejemplo es "La Rebelión del Cuerpo", colectivo feminista que existe desde el año 2017 y cuenta con colaboradoras a lo largo del país, con distintas aristas dedicadas a distintas temáticas: investigación, intervención, comunicaciones, entre otras. Esta organización funciona a través de distintas plataformas, sin embargo, una de las más importantes es a través de las redes sociales. Florencia Araya, activista miembro del colectivo, explica en entrevista para el presente reportaje que las redes sociales “son plataformas con las que podemos abarcar a mucha gente, además podemos llegar a más niñas y adolescentes, y también a personas influyentes”.

Además de activista, Florencia Araya es nutricionista de profesión. A sus 32 años, ha participado en variadas organizaciones como nutricionista docente, además de haber

colaborado con distintos medios enfocados en salud, en temáticas relacionadas con la alimentación y nutrición.

Consultada sobre el movimiento *Body Positive*, Florencia asegura que “los estereotipos de género intervienen en nuestra identidad”, y que movimientos como este nacen desde el rechazo a distintos tipos de violencia simbólica contra la mujer: en este caso, lo que busca erradicar es los patrones de belleza impuestos históricamente.

Por lo tanto, el movimiento *Body Positive* es parte del discurso feminista, ya que llama al empoderamiento de las mujeres al dejar de lado estos estereotipos. En este contexto, según Portia Campbell en “*Body, ¿Positive? How New Zealand women in young adulthood make sense of body positivity content on Instagram*”, existen distintas aristas en las que se ha enfocado esta corriente de pensamiento: en primer lugar, la aceptación de una imagen corporal distinta a la hegemónica. También hay un enfoque más tangible, que busca mayor inclusión en temas como tallas de ropa, representación en medios, discriminación sistemática a personas gordas, entre otros; y por otro lado, están los acercamientos que toman este movimiento como algo colectivo, buscando un cambio social a través de la protesta y manifestación; y finalmente, la visión de la positividad corporal como un proceso de cambio individual que cada persona puede asumir, para así llegar a la aceptación corporal y amor propio.

Es en el último punto mencionado donde se detiene la activista Florencia Araya, y destaca que el movimiento *Body Positive* nace desde una idea de cambio a nivel colectivo, mencionado anteriormente, y que así debería mantenerse, en vez de convertirse en un pensamiento individualista. “El movimiento se empezó a difundir con mucha irresponsabilidad, y se individualizó la causa... como decir “la que quiere, puede”, y eso da la sensación de que, al final, la resolución de los problemas sociales depende de ti, en vez de intentar generar un cambio social y cultural, y eso genera mucho daño”, menciona.

Por otro lado, existen distintas prácticas que han sido utilizadas colectivamente para intentar romper con los estereotipos de imagen corporal desde este movimiento, tales como el dejar de lado la edición digital o manipulación de fotografías, no utilizar filtros al momento de capturar imágenes, reforzar la idea del ejercicio físico por placer y no por la presión de cambiar cómo se ve el cuerpo, y la alimentación intuitiva. Esta última es una práctica que

también la han aplicado profesionales de la salud, especialmente nutricionistas que han adoptado el enfoque H.A.E.S. (Salud en todas las tallas, por sus siglas en inglés), mencionado anteriormente.

La alimentación intuitiva fue inventada en 1995 por Evelyn Tribole y Elyse Resch, y consiste en un enfoque hacia la nutrición que no se centra en el peso, y busca en cambio una conexión mental-corporal. Según IntuitiveEating.org, sitio oficial implementado por las creadoras de esta visión, existen más de cien estudios (citados en la misma página) que corroboran los beneficios de esta práctica. Consiste de 10 principios, dedicados a aprender a leer las señales del cuerpo, en vez de seguir dietas. Dichos principios apuntan a: rechazar la mentalidad de la dieta, honrar el hambre, hacer las paces con la comida, desafiar a la “policía de la comida” (en referencia al estigma que se le asocia a ciertas comidas, principalmente las que tienen mayor contenido calórico o graso), sentir el nivel de saciedad, descubrir el factor de satisfacción (que habla sobre la importancia de comer alimentos que a cada uno le traiga placer), aceptar las emociones con amabilidad, respetar el cuerpo, la importancia del movimiento, y finalmente el honrar la salud con nutrición compasiva (que destaca la importancia de no ser restrictivo al comer)²².

En este sentido, esta corriente de pensamiento de la nutrición busca mejorar la relación de las personas con la comida, eliminando pensamientos y dietas restrictivas, que a la larga pueden terminar dañando la salud, en vez de mejorarla.

Al respecto se le consultó a María José Vásquez, nutricionista de la Universidad Mayor con un magíster en nutrición clínica y especializada en trastornos de la conducta alimentaria, quien mencionó que “nunca he entendido esto de tener que hacer pasar hambre a una persona. Las dietas nunca me funcionaron muy bien, ni como profesional ni personalmente. Entonces, después de un tiempo me di cuenta de que es la cultura de dietas la que está dañando a la gente. Y ahí dije: no está en las dietas, si no que es en llevar un estilo de vida saludable, encontrar un balance”. Explica que la metodología de las dietas, por lo general, sólo lleva a un círculo vicioso entre alimentación restrictiva y luego compulsiva.

María José entiende que cada uno de sus pacientes es distinto, por lo tanto, un menú estandarizado no servirá para todos. “La gente a veces tiene un pensamiento dicotómico. O

²² Información sacada de IntuitiveEating.org

blanco o negro: algunas comidas son malas, algunas son buenas. O no como nada de un alimento, o me lo como todo. No es así, existen los grises, y la misión es encontrar el tono de gris que se ajuste a cada persona”.

De esta manera, comienza a instruirse sobre la alimentación intuitiva, y comienza a aplicarla en ciertos pacientes. “Primero que nada, es importante saber que la alimentación intuitiva no te va a hacer bajar de peso. No tiene ese foco. Lo que busca este enfoque es mejorar la relación de los pacientes con la comida, con sus cuerpos, entenderse mejor”. Incluso, en algunos casos, puede causar un aumento de peso: “puede ser que hayan personas que suben de peso, porque quizás han vivido muchos años en restricción y sus cuerpos no han llegado a lo que genéticamente está definido para ellos, lo que se conoce como el *set point*²³”.

Añade que esta metodología no sirve para todas las personas. “En una persona que tiene historial de TCA no se puede aplicar, porque por definición, los umbrales de hambre y saciedad de las personas que tienen un trastorno de la conducta alimentaria están intervenidos por la misma enfermedad”. Además, para llegar a implementar la alimentación intuitiva, es necesario pasar por un proceso de “entrenamiento”, como lo menciona la doctora. “No es llegar y decir soy intuitivo, porque existen distintos tipos de hambre que yo necesito conocer. Mi escala del hambre, mi escala de saciedad, entre otras... y para eso hay que hacer una conexión con el cuerpo, reconocer su necesidad e identificar distintas variables que afectan con el apetito”, explica.

Al ser requerida su opinión en cuanto al movimiento *Body Positive*, la doctora Vásquez asegura que también es necesario instruirse sobre el tema. “Hay gente que malinterpreta lo que es el *Body Positive*. Es importante tener clara la línea entre aceptarse y descuidarse. Lo esencial es encontrar un balance entre quererme y cuidarme”. Es decir, buscar un punto medio entre aceptar el cuerpo como es, pero no caer en hábitos poco saludables, que más allá de generar un impacto en la imagen física, generan cambios en el bienestar de las personas. “El problema se genera cuando ponemos los triunfos y aspiraciones en la figura”, añade.

²³ Teoría que defiende que existe una tendencia de cada cuerpo a mantener cierto rango de peso corporal, y que el mismo organismo se regula para fluctuar dentro del mismo rango. Existen estudios que afirman que el efecto de distintos agentes ambientales también puede variar la regulación fisiológica del cuerpo. (Fuente: Determinantes del sobrepeso: Biología, psicología y ambiente. Antonio Laguna Camacho)

Finalmente, cuando las personas piensan que la salud y bienestar únicamente se ve reflejada en su figura es cuando se originan los comportamientos dañinos.

Este enfoque del movimiento también puede ser apreciado en su gran parte en las redes sociales, donde se pueden apreciar distintos tipos de mensajes de positividad corporal. En el artículo “*When body positivity falls flat: Divergent effects of body acceptance messages that support vs. undermine basic psychological needs*”, escrito por Lisa Legault y Anise Sago, se observa que existen variados ideales a los que se alude, relacionados con el movimiento *Body Positive*. En este sentido, se aprecia una diferencia entre aquellos que apuntan a la autonomía corporal, y aquellos que hablan simplemente de apariencia física. Así, las autoras apuntan a que “los mensajes centrados en el cuerpo, incluso si son positivos, producen más auto objetivación que los mensajes neutrales no corporales”.

Consultada al respecto, la activista Florencia Araya explica que el hecho de que las mujeres también busquen difundir el mensaje centrándose en sus cuerpos, es también consecuencia de la violencia simbólica ejercida históricamente desde el patriarcado. “Al hombre, desde los roles de género, se le relaciona con el poder, con el dinero... entre otras cosas; en cambio a la mujer se le relaciona con los cuidados, la maternidad, la naturaleza, y también con la belleza. Entonces, para las mujeres, dentro del mundo patriarcal, la belleza fue una herramienta muy importante para poder ser vistas, poder ser escuchadas”, explica.

Este fenómeno se puede apreciar en la red social Instagram, donde una simple búsqueda del hashtag *#BodyPositive* muestra miles de publicaciones que aluden a la cosificación corporal, muchas veces a través del recurso de comparación entre los cuerpos hegemónicos y los considerados “cuerpos reales”, que finalmente sólo crean una distancia entre los distintos tipos de cuerpos y la diversidad corporal, uno de los puntos clave que busca visibilizar el movimiento.

Así, es la comparación y la cosificación lo que vuelve a problemar a las mujeres, incluso si se hace con las mejores intenciones. Al respecto, la psicóloga Victoria Reyes explica que “finalmente, el movimiento está creando nuevos modelos inalcanzables de belleza para que las mujeres nos volvamos a sentir inseguras de nuestro cuerpo”.

También se ha hablado mucho sobre la “positividad tóxica” que promueve el movimiento. Se dice que, al reforzar tanto la idea de aceptarse o amarse, se evitan o ignoran emociones negativas que puedan salir a flote. Así lo explica la psicóloga Victoria Reyes, al ser consultada al respecto para el presente reportaje: “Somos personas complejas, no podemos estar contentos 24/7... sería totalmente agotador. ¿Qué pasa cuando me siento triste? ¿Qué pasa cuando me siento decepcionada? ¿Qué pasa cuando me siento cansada?”.

También coincide con este punto de vista Florencia Araya, activista de La Rebelión del Cuerpo. Explica que “Al final, estas demandas se vuelven aún más problemáticas para las mujeres: que si no se aman no son feministas, o que no son lo suficientemente empoderadas... entonces se termina convirtiendo en una presión más, en vez de ayudar”.

Destaca además que los cuerpos en general, pero sobre todo de las mujeres, fluctúan en su peso y en cómo se ven durante determinados períodos de tiempo, y que, por lo tanto, la percepción de este puede ir cambiando. Si se aborda el pensamiento *Body Positive* desde la perspectiva que se enfoca únicamente en la imagen corporal, esta fluctuación del tamaño corporal puede generar sentimientos negativos que, al no ser reconocidos o asumidos oportunamente, pueden gatillar sensaciones de frustración. “Este movimiento no funciona solamente desde el cuerpo, funciona también desde las emociones, desde los pensamientos... y todos se ven afectados si uno de estos empieza a decaer. Entonces mientras mayor conciencia tengamos de nuestros síntomas, empezamos a tener otro tipo de relación con esta parte nuestra que está afectada, y por lo tanto con nosotros mismos”, explica Florencia Araya.

De la misma manera lo expresan las autoras Legault y Sago, citadas anteriormente: “Los mensajes controladores de positividad corporal son problemáticos o incluso contraproducentes, porque aumentan los sentimientos de presión para aceptar el propio cuerpo, como si fuera algo que uno *debería* hacer para funcionar plenamente o ser feliz. Por el contrario, los mensajes de aceptación del cuerpo deberían fomentar la propiedad y la autonomía para aceptarse a uno mismo y a su cuerpo (es decir, algo que uno *quiere* hacer), independientemente de su forma, tamaño o apariencia”.

Por otro lado, la psicóloga Victoria Reyes también habla de la importancia de tener una visión crítica también frente a uno mismo: “El amor es una energía muy compleja. Minimizarla a tener que estar contenta todo el día y amar todas las partes de ti es muy injusto. ¿Y qué pasa,

por ejemplo, si yo soy celosa?, ¿Cómo voy a amar esa parte mía?, ¿Lo voy a dejar así? No, tengo que cuestionarme, ver de dónde viene esta conducta, generar un cambio”. Es decir, el amor propio también implica ser consciente de dónde puede haber mejoras e intentar lograrlas, siempre desde un lugar sano y sin caer en conductas auto destructivas.

La industria de la inseguridad

Otro tema importante a destacar es la capitalización desde la misma industria hacia el *Body Positive*, que hace referencia a la utilización de la masividad del movimiento dentro de campañas publicitarias para marcas dentro del “negocio de la belleza”. Gracias a la alta popularidad que ha adquirido este enfoque, distintas empresas y emprendimientos han cambiado su forma de mostrar sus productos, incluyendo a modelos con diversidad de cuerpos.

Este fenómeno partió como algo positivo, sin embargo, desde el mismo movimiento se dice que la capitalización de estas iniciativas desde las mismas marcas que han impuesto los modelos de belleza que rechaza el *Body Positive* no tiene mucho sentido. En el artículo “*Commodity feminism and its body: The appropriation and capitalization of body positivity through advertising*”, escrito por Emma Luck, la autora menciona que “Aunque los anuncios(...) posicionan a las corporaciones como catalizadoras de una revolución en la forma en que vemos los cuerpos de las mujeres, como patrocinadores y promotores de la positividad corporal, en última instancia sirven al mismo estándar de belleza al que intentan resistir, y que la naturaleza misma de la publicidad —como herramienta del capitalismo—lo hace incompatible con los objetivos del activismo”.

Así, la apropiación desde la industria de este movimiento (que rechaza principalmente lo que esta misma ha creado), desvía su propósito, moldeándolo en beneficio de sus propios objetivos, e incluso, en algunos casos, creando nuevos estándares de belleza dentro de los que las mujeres no pueden encajar.

A raíz de la situación que se ha dado en el área de la publicidad en cuanto a la representación del cuerpo femenino, se han originado diversas agrupaciones feministas que buscan un cambio desde la misma industria. Un ejemplo de esto es Publicitarias, fundación creada en Argentina en 2017, y que actualmente cuenta con pequeñas células en Chile, Perú, México,

Ecuador, República Dominicana, Guatemala, Uruguay y Estados Unidos. El objetivo de la fundación es promover la perspectiva de género en los campos de publicidad, marketing, diseño y comunicación. En Chile, cuentan con un equipo de voluntarias compuesto por publicistas, diseñadoras gráficas y comunicadoras audiovisuales. En entrevista para este reportaje, una de sus líderes Nikol Olivares, publicista de 28 años de edad, explica que “nos enfocamos principalmente en dos pilares: visibilizar, o denunciar cuando corresponda, y también destacar puntos positivos en campañas publicitarias... y también educar, con charlas, mentorías, ese tipo de cosas”.

Nikol explica que el rubro de la publicidad es muy machista, no sólo en el ámbito de la representación, sino que también internamente. “A las mujeres, por lo general, no se les da el espacio, no se les reconoce”, menciona.

Consultada sobre la representación en los medios de este movimiento para el presente reportaje, Nikol explica que “las mujeres grandes, por ejemplo, que aparecen en la publicidad, no son como la mujer grande que es tu vecina, la persona que ves en el paradero, etc., son mujeres que tienen una cierta belleza hegemónica. Nunca vas a ver a una mujer gorda ‘normal’, por así decirlo, vas a ver a una mujer gorda... pero que su imagen es apta para el consumo publicitario”.

A esta opinión también se suma el punto de vista de la psicóloga Victoria Reyes, quien afirma que lo que vemos “son mujeres curvilíneas que siguen siendo atractivas al ojo masculino. Son de tallas grandes, sí, pero siempre con cinturitas pequeñas. Entonces, ¿cómo vamos a mostrar estos cuerpos marginados, si seguimos marginando otros cuerpos?”. En este sentido, cabe destacar que la industria de la belleza capitaliza en las inseguridades de las mujeres, por lo tanto, nunca va a ser tan inclusiva como se busca mostrar. Al respecto, Victoria añade que “no hay nada más poderoso que las mujeres deprimidas, porque consumimos más”.

La activista Florencia Araya también comparte esta visión, y menciona que “los estereotipos de belleza siempre son irreales e inalcanzables. A esto le llamamos la industria de la inseguridad: como vivimos en un sistema capitalista que necesita vender, mientras más se insegurice a la mujer, mayor es la necesidad que se crea para que compre cosas para sentirse suficiente”.

En este contexto, la publicista Nikol Olivares explica que “para las marcas es negocio, por ejemplo, que las mujeres quieran bajar de peso... porque venden un montón de productos: pastillas, suplementos, batidos... que funcionan, pero en realidad no tanto, porque después tiene que seguir usándolos o va a volver a subir de peso”. Añade que “esto es algo que todos sabemos en el rubro, pero no hay mucho que hacer al respecto. Lamentablemente así funciona el mundo hoy en día”.

En cuanto a la capitalización del movimiento *Body Positive* de la industria de la belleza, Nikol dice que “lamentablemente se ha convertido en una imposición más en la que tenemos que amar nuestro cuerpo”, y que esta imposición, disfrazada de “autocuidado”, cala profundo en los bolsillos de muchas mujeres, incluyéndose a sí misma: “me compré una crema para la cara y de la nada me empezó a salir tanta publicidad de *skincare*²⁴, que me terminé comprando la rutina completa, que son muchos productos, y no son baratos”, y reflexiona: “yo ya me cuidaba la piel, no necesitaba tantas cosas. Entonces, finalmente el movimiento es igual de opresor, como cualquier otro estereotipo”.

Sin embargo, Nikol menciona que sí existen ciertas marcas que intentan integrar mayor diversidad de forma más realista, pero estas acciones significan poco y nada si el cambio es únicamente superficial. “Hay marcas en Chile y en el mundo que están haciéndose cargo de ciertas cosas, porque saben que han contribuido a perpetuar estos estereotipos de género... pero esos cambios tienen que verse reflejados también en el funcionamiento interno de las empresas. No sirve de nada tener diversidad en la publicidad, si internamente el negocio sigue perpetuando la inequidad de género o la discriminación, ya sea por edad, etnia, peso u identidad de género”, asevera.

Aún así, Nikol concluye que “es muy utópico pensar que la publicidad va a dejar, por ejemplo, de perpetuar estereotipos, o que va a dejar de generar nuevos estándares... o incluso que no va a adueñarse de los movimientos, como pasa con el *body positive*”. Es decir, más allá de intentar “enmendar” el daño que se ha hecho a través de la imposición de patrones hegemónicos de belleza, como aseguran las distintas entrevistadas de este reportaje, la publicidad vive de la inseguridad e insatisfacción de sus consumidores, y seguirá

²⁴ *Skincare*: Término popularizado en redes sociales, asociado al cuidado de la piel con variedades de productos estéticos y dermatológicos.

capitalizando con tendencias y cambios socioculturales, moldeándolos para encajar dentro de su narrativa.

Un ejemplo de estos “moldeos” desde la industria al *Body Positive* se puede apreciar en la modelo Ashley Graham, una de las abanderadas más populares del movimiento, con más de 21 millones de seguidores en Instagram.



Si bien la modelo en sí no es el ejemplo de la capitalización desde la industria del movimiento, sí se puede analizar su popularidad con distintas marcas, como Bloomingdale's, H & M y Calvin Klein, entre otras; ya que, si bien su cuerpo no es extremadamente delgado, sí es un cuerpo que encaja dentro del modelo hegemónico, principalmente por su figura curvilínea “de reloj de arena”.

Por lo tanto, si bien no apela a la delgadez extrema que se acostumbra ver en los medios, o en publicidad, si está apelando al atractivo de su silueta corporal, que históricamente, también ha sido sexualizada por la industria de la belleza y, finalmente, sigue siendo una

silueta que encaja perfectamente dentro de los estándares de belleza que el movimiento *Body Positive* rechaza y busca eliminar.

(Fotografía: Portada de Ashley Graham, revista Self, Estados Unidos, 2016)

También cabe destacar que el movimiento *Body Positive* no sólo busca incluir a mujeres gordas, sino que también diversidades en cuanto a etnias, edades, discapacidades, entre otras. Debido al enfoque del presente reportaje, se escogió este ejemplo para identificar la capitalización desde la industria.

Al respecto, la activista de La Rebelión del Cuerpo, Florencia Araya, explica que “lo más problemático es lo rígido que se ha vuelto el movimiento... creo que es importante disminuir la gordo-fobia, pero también aumentar la satisfacción corporal desde otras miradas, no solamente desde imagen, sino que desde capacidades, valorar los distintos dones y valores que tenemos, más allá de seguir tan arraigados a la imagen corporal”.

BODY NEUTRALITY: UN ACERCAMIENTO MÁS REAL

Las diversas críticas que nacen frente a la positividad corporal culminan finalmente en el nacimiento de un movimiento paralelo: la neutralidad corporal, o *Body Neutrality*. Este concepto es relativamente reciente, por lo que no existen muchos estudios al respecto. Sin embargo, la idea es simple: no es necesario amar el cuerpo, sino que aceptarlo por lo que es, de manera funcional, y entender que la belleza o el atractivo físico no es un elemento tan fundamental como se ha posicionado históricamente.

Según las autoras Mia L. Pellizzer y Tracey D. Wade, en su artículo titulado “Developing a definition of body neutrality and strategies for an intervention”, exponen que el término *Body Neutrality* fue popularizado por la autora Anne Poirier en 2015, quien lo definió como “no apoyar el odio a nuestra complexión (nuestra estructura física) o el amor y adoración de dicha complexión”. En este sentido, Poirier sugiere que, para cultivar la neutralidad corporal, es importante “contrarrestar el diálogo interno negativo sobre el cuerpo con declaraciones corporales neutrales y centrándose en las fortalezas, o cualidades intrínsecas”.

Por lo tanto, el enfoque deja de estar en el aspecto físico, y se concentra en las cualidades funcionales que posee cada cuerpo, eliminando por completo la carga de cumplir o no con los estándares de belleza, y la obligación o presión por amar o aceptar la apariencia propia de cada persona. En pocas palabras, intenta erradicar la idea de que el valor propio se define en la apariencia.

Las autoras Pellizzer y Wade también generan una nueva definición para el concepto de *Body Neutrality* en el artículo mencionado anteriormente, en la que exponen que “los sentimientos de nosotros mismos entorno a nuestros cuerpos están constantemente fluctuando, por lo que lo mejor es observarlos atentamente, sin hacer ningún juicio”. Así, se eliminan las presiones “impuestas” por el movimiento *Body Positive*, y al entender esto, no existe una positividad tóxica en la que se ignoran o desatienden sentimientos completamente legítimos. Cabe destacar aquí que, dichos sentimientos negativos en torno a la apariencia física, sobre todo en mujeres, seguirán existiendo, debido a los estándares que se siguen imponiendo social y culturalmente sobre ellas.

A pesar de que el movimiento no ha logrado la masividad del *Body Positive*, sí existen algunos estudios actuales relacionados con la exposición a contenido considerado *Body Neutral*, y las consecuencias que tiene en la audiencia. En el estudio “*How exposure to body neutrality content on TikTok affects young women’s body image and mood*”, de las autoras Veya Seekis y Rebecca Lawrence, se midió la respuesta de 189 mujeres frente a contenido de neutralidad corporal versus contenido relacionado con ideales de delgadez. Al final del estudio, se reportó que la exposición a contenido neutral obtuvo como respuestas sentimientos positivos, una mayor apreciación por la funcionalidad de sus cuerpos, mejor estado de ánimo y satisfacción corporal en general, mientras que el segundo grupo tuvo una tendencia mayor a la comparación de sus propios cuerpos a lo que veían en los videos.

Finalmente, los resultados del estudio arrojan que más del 90% de ambos grupos de mujeres mencionaron haber pensado sobre sus propios cuerpos al ver los videos, sin embargo, aquellas expuestas a contenido neutral señalaron tener más pensamientos positivos que negativos.

Los estándares de belleza irrealistas han sido impuestos sobre las mujeres históricamente, sin embargo, con la masificación de las redes sociales, la exposición a cánones inalcanzables ha generado una hiperfijación en general hacia la apariencia física que va más allá del género o la edad. Aún así, son las mujeres quienes repetitivamente son valoradas en base a su apariencia física o atractivo sexual, por lo tanto, quienes cargan con la mochila más pesada, muchas veces llegando a exponer su propia salud con tal de cumplir con los modelos que socialmente se espera que cumplan.

Así, tanta exposición a estándares de belleza, consejos, dietas, ejercicios, procedimientos quirúrgicos, jugos mágicos, cremas, infusiones, etc., crea un sobre estímulo, y un círculo vicioso, en el que cada cierto tiempo, habrá una fijación sobre algún “defecto”, y se hará todo lo posible para poder cambiarlo, o incluso eliminarlo. Luego de esto, comienza de nuevo la idea fija erradicar alguna otra imperfección. En suma, de a poco se van eliminando ciertas características que hacen única a cada persona.

Del experimento mencionado anteriormente, se puede concluir que tal ha sido la importancia que se le ha dado a la imagen corporal de las mujeres social y culturalmente, que bajo cualquier tipo de contenido al que sea expuesta, mientras cuente con la presencia de otra mujer, la tendencia va a ser a la comparación y la fijación en el propio cuerpo. Ahora, la diferencia se puede marcar en cómo esto puede causar un impacto en el bienestar de la

espectadora: a través de los estereotipos clásicos, o incluso a través del enfoque Body Positive, puede tener impactos negativos. Por otro lado, a través de la reafirmación de que las percepciones - así como los cuerpos - están en constante cambio, y que son otras cualidades, tanto intrínsecas como extrínsecas, en las que puede enfocarse el valor propio, puede generar una respuesta positiva, casi de manera inmediata.

El emitir juicios respecto de los cuerpos de otras personas, ya sea de manera positiva o negativa, termina por crear una idea fija de quien recibe los comentarios, y siempre tendrá un impacto, ya sea el querer eliminarlo, como se menciona anteriormente, o también puede irse en la dirección contraria: por ejemplo, si una persona que sufre de algún trastorno de conducta alimentaria, o adquiere conductas de riesgo de TCA, baja repentinamente de peso y recibe menciones positivas al respecto, querrá así mantener dicho peso, y esto será en base a mantener estas conductas poco saludables. Mantenerse neutro, por otro lado, no añade ni resta valor a ninguna característica física, y así se evita la obsesión con cambiar o mantener aquello. A modo de cierre del presente reportaje, es relevante citar a la escritora, profesora y directora de cine - también reconocida activista por el feminismo -, Susan Sontag, quien en 1975 escribió un ensayo que se publicó en la revista Vogue, sobre la belleza femenina. En dicho ensayo, Sontag menciona que “no es el deseo de ser bella lo que está mal, claro, sino la obligación de serlo—o tratar de serlo. Lo que es aceptado por la mayoría de las mujeres como una idealización halagadora de su sexo es una manera de hacer sentir a las mujeres inferiores a lo que realmente son—o normalmente crecen para ser. Porque el ideal de belleza es administrado como una forma de auto-opresión”.

La belleza se ha utilizado históricamente para condicionar transversalmente las vidas de las mujeres. No importa la inteligencia, el talento u otras virtudes: la apariencia física siempre tendrá el primer lugar al momento de juzgar. Sontag agrega que “arreglarse, para las mujeres, nunca puede ser solo un placer. También es un deber. Es su trabajo. Si una mujer trabaja realmente —e incluso si ha escalado a una posición líder en política, leyes, medicina, negocios, o lo que sea— ella siempre estará bajo la presión de confesar que trabaja en ser atractiva”.

Este “mandato” de ser bella ha logrado mutar con el tiempo, gracias al movimiento feminista, sin embargo, sólo se ha direccionado a apreciar “otras formas de belleza”: la diversidad corporal, funcional, étnica, etaria, entre otras.

Susan Sontag concluye su ensayo observando: “Qué fácil es empezar definiendo a las mujeres como cuidadoras de su apariencia, para luego menospreciarlas (o encontrarlas adorables) por ser “superficiales”. Es una cruda trampa, y ha funcionado por mucho tiempo”. Continúa, “pero salir de la trampa requiere que la mujer tome cierta distancia crítica de aquel privilegio y aquella excelencia que significa la belleza, suficiente distancia para ver cuánta belleza en sí ha sido limitada para apoyar el mito de lo femenino”.

El juzgar a una mujer a través de su apariencia, ya sea en base al cumplimiento o no de los estándares clásicos de belleza, sigue posicionando a los atributos físicos en primer lugar, y luego viene el resto de las características que pueden ser admirables de una persona. La belleza es mucho más que una cintura pequeña y facciones simétricas: acotar este concepto a elementos tan triviales alimenta la visión de blancos o negros, obviando la existencia de un mundo de matices.

También es importante no olvidar que el cuerpo está en constante estado de cambio. Se pueden hacer alteraciones en la apariencia física de una persona, pero pocas veces serán permanentes. Apremiar la belleza en base a otros factores quita de encima una presión - que con el paso del tiempo se ha vuelto cada vez más aplastante -, y permite, en cambio, generar un entorno mucho más sano, menos competitivo y con muchas más oportunidades para explorar.

Las mujeres entrevistadas en este reportaje son el vivo ejemplo de la importancia de los medios de comunicación, publicidad y redes sociales en la fijación hacia el cuerpo, no sólo de manera histórica, sino que sobre todo en la actualidad. Las repercusiones que trae la representación e imposición de estándares inalcanzables de belleza, como demostró este trabajo, pueden incluso llegar a causar problemas graves a la salud, y este fenómeno se puede observar desde ya generando impacto a partir de la infancia. Es necesario adquirir una visión crítica, no sólo de manera personal, sino que a nivel institucional - es decir, desde los mismos medios, responsables de marcar pauta y generar debates sociales -, para generar un cambio.

ANEXOS

Entrevistas

- Constanza M. - pidió confidencialidad de apellido. (Agosto, 2023)
- Constanza P. - pidió confidencialidad de apellido. (Agosto, 2023)
- Florencia Araya, activista/nutricionista. (Octubre, 2023)
- Gabriela - pidió confidencialidad de apellido. (Mayo, 2023)
- Ignacio Carrasco, odontólogo/esteticista. (Septiembre, 2023)Javiera - pidió confidencialidad de apellido. (Octubre, 2023)
- Karen Salvo, nutrióloga. (Diciembre, 2022)
- María José Vásquez, nutricionista especializada en TCA. (Agosto, 2023)
- Nikol Olivares, publicista. (Noviembre, 2023)
- Patricia - pidió confidencialidad de apellido. (Julio, 2023)
- Rocío Cares, nutricionista. (Agosto, 2023)
- Rocío Hormazábal, artista. (Octubre, 2023)
- Soledad Larraín, terapeuta familiar. (Octubre, 2023)
- Victoria Reyes, psicóloga. (Marzo, 2023)

Cuestionario

El siguiente cuestionario fue utilizado como base para entrevistar a mujeres que sufrieron y/o sufren de TCA para conocer más sobre su experiencia. Dependiendo del caso, se agregaron más preguntas para obtener más detalles.

- 1.- Cuéntame un poco sobre ti: edad, de dónde eres, qué tipo de TCA tienes/tuviste y por cuánto tiempo, etc.
- 2.- ¿Cómo llegaste a las comunidades de Ana/Mia, en qué red social/plataforma la utilizabas?, Te relacionabas con gente dentro de estos grupos?, Alguna vez conociste a alguien de algún grupo en persona?
- 3.- ¿Por cuánto tiempo fuiste miembro de estos grupos?
- 4.- ¿Crees que estos grupos jugaron algún papel importante dentro de tu experiencia sufriendo de TCA?
- 5.- ¿Qué opinas de que estos grupos sigan existiendo en las redes sociales el día de hoy, y que sigan siendo muy activos?

BIBLIOGRAFÍA

Artículos académicos

- AHMED, H. (2019). A thematic analysis exploring body image and the use of social media amongst young women.
- BETTINI, P. L. (2021). El fenómeno Kim Kardashian: Las representaciones de belleza dentro de sus múltiples submarcas.
- BALADO ALBIOL, M., & BREVA FRANCH, E. (2014). La marca Dove: representación de la mujer en sus campañas publicitarias. In Nuevas culturas y sus nuevas lecturas (pp. 77-84). McGraw-Hill Interamericana de España.
- CAMPBELL, P. (2022). Body, positive?: how New Zealand women in young adulthood make sense of body positivity content on Instagram: a thesis presented in partial fulfillment for the requirements for the degree of Master of Arts in Psychology at Massey University, Wellington Campus, Aotearoa New Zealand.
- CASTRO, E. (2023). Gordofobia médica: vivencias, violencias y resistencias.
- CRUZAT MANDICH, C., HAEMMERLI DELUCCHI, C., DÍAZ BUGMANN, M., PÉREZ VILLALOBOS, C., & GOFFARD LACKINGTON, J. P. (2012). Sitios pro-ana y pro-mia: Una aproximación reflexiva ante este fenómeno. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 21(2), 129-138.
- DE LEÓN, M. (s.a.). Consecuencias clínicas y nutricionales de los TCA. *Conductas y trastornos alimentarios*, 2.
- FERNÁNDEZ-GARCÍA, E. (2015). La construcción del cuerpo imagen en las redes sociales. *Prevención desde el trabajo social*.
- FLAMIT ÚBEDA, A MENÉNDEZ, J. (2021). Sexualización de menores en TikTok: ¿Qué papel tienen las familias?
- GONZÁLEZ ORTIZ, N. (2021). Estudio y análisis del movimiento Bodypositive en la red social Instagram.
- GRAFF, K. A., MURNEN, S. K., & KRAUSE, A. K. (2013). Low-cut shirts and high-heeled shoes: Increased sexualization across time in magazine depictions of girls. *Sex roles*, 69(11), 571-582.

- GUTIERREZ CORTEZ, E. A., GOICOECHEA RÍOS, E. D. S., LINARES REYES, E. (2020). Definición de obesidad: más allá del índice de masa corporal. *Revista Médica Vallejana/Vallejian Medical Journal*, 9(1), 61-64.
- HJORT-COLUNGA, A. I., DE LA VEGA-MORALES, R. I., BARRIGUETE-MELÉNDEZ, J. A. (2018). Eficacia de un tratamiento interdisciplinario en pacientes con bulimia nerviosa y alexitimia de una clínica privada de la Ciudad de México.
- LAGUNA CAMACHO, A. (2005). Determinantes del sobrepeso: Biología, psicología y ambiente. *Revista de Endocrinología y Nutrición*, 13(4), 197-202
- LEGAULT, L., & SAGO, A. (2022). When body positivity falls flat: Divergent effects of body acceptance messages that support vs. undermine basic psychological needs. *Body Image*, 41, 225-238.
- LUCK, E. (2016). Commodity feminism and its body: The appropriation and capitalization of body positivity through advertising. *Liberated Arts: a journal for undergraduate research*, 2.
- MARÍN, V., *et al* (2019). Trastornos de la conducta alimentaria: alteraciones cardiovasculares al ingreso y evolución a 3 meses. *Revista médica de Chile*, 147(1), 47-52.
- MARTÍNEZ-OÑA, M. D. M., & MUÑOZ-MUÑOZ, A. M. (2015). Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(1), 369-384.
- MARRUECOS OLMO, M. (2016). La Construcción del ideal de belleza femenino en la publicidad gráfica del siglo XX.
- MCLEAN, S. A., PAXTON, S. J., WERTHEIM, E. H., & MASTERS, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132-1140.
- OCHOA DE ALDA, I., BLEYE, L.; CARMONA, R. (s.a.). Trastornos de conducta alimentaria (TCA) en las redes sociales: Perfil de uso y posibles peligros.
- PELLIZZER, M. L., & WADE, T. D. (2023). Developing a definition of body neutrality and strategies for an intervention. *Body Image*, 46, 434-442
- SEEKIS, V., & LAWRENCE, R. K. (2023). How exposure to body neutrality content on TikTok affects young women's body image and mood. *Body Image*, 47, 101629.

- SONTAG, S. (1975). A Woman's Beauty-A Put Down or Power Source. Vogue Magazine.
- WALLERSTEIN, K., & MANSOUR, M. (1999). La delgadez y otras negaciones en la publicidad de la moda contemporánea. Debate Feminista, 19, 167-192.
- ZURBRIGGEN, E. L., COLLINS, R. L., LAMB, S., ROBERTS, T. A., TOLMAN, D. L., & WARD, L. M. (2007). APA task force on the sexualization of girls. American Psychological Association.

Artículos de prensa

- 24 Horas (2023): Mujer murió tras cirugía estética clandestina en su casa de Puente Alto ([x](#))
- Center for Discovery - Linda Gerhardt (s.a): The rebellious history of the Fat Acceptance Movement ([x](#))
- Diario Constitucional (2023): Solicitan incorporar nuevas patologías al GES. ([x](#))
- El Confidencial - Álvaro Roldán (2020): La encarnizada crítica que hace recular a Netflix, acusada de "pedofilia" por la película 'Cuties' ([x](#))
- Facultad de Medicina PUC (2021): Estudio: Chile ha experimentado un 30% de aumento en consultas clínicas por posibles trastornos alimentarios. PUC, 2021([x](#))
- Poustá (2018) - Belleza de mujer: el ensayo de Susan Sontag para Vogue en 1975 ([x](#))
- ScreenDaily - Melanie Goodfellow (2020): Director Maïmouna Doucouré reveals the “shocking” inspiration behind Sundance drama ‘Cuties’([x](#))

Sitios web consultados

- Asociación contra la Anorexia y la Bulimia, España: <https://www.acab.org/es/>
- American Psychological Association: <https://www.apa.org/>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: <http://www.bcn.cl>
- Cámara de Diputadas y Diputados de Chile: <https://www.camara.cl/>
- Center of Excellence for Eating Disorders, University of North Carolina: <https://www.med.unc.edu/psych/eatingdisorders/>
- Center for Discovery: <https://centerfordiscovery.com/>
- Clínica Bupa Santiago, sitio oficial: <https://www.clinicabupasantiago.cl/>

- Clínica estética Pilar de Frutos, Madrid: <https://www.pilardefrutos.com/>
- Clínica Indisa, sitio oficial: <https://www.indisa.cl/>
- Clínica psiquiátrica El Cedro: <https://www.cedro.cl/>
- Clínica psiquiátrica Los Tiempos: <https://clinicalostiempos.cl/>
- Diario Constitucional: <https://www.diarioconstitucional.cl/>
- Doctoralia: <https://www.doctoralia.cl/>
- Federación Mundial de la Obesidad: <https://www.worldobesity.org/>
- Fonasa, sitio oficial: <https://www.fonasa.cl/>
- Hospital clínico Universidad de Chile, Unidad psiquiátrica: <https://cpuuchile.cl/>
- Intuitive Eating, sitio oficial: <https://www.intuitiveeating.org/>
- Instagram, sitio oficial: <https://www.instagram.com/>
- Mindy, centro de salud mental: <https://www.mindy.cl/>
- Organización Mundial de la Salud, OMS: <https://www.who.int/es>
- PsicoChile, sitio oficial: <https://psicochile.cl/>
- Publicitarias, sitio oficial: <https://publicitarias.org/>
- Rocío Hormazábal, sitio oficial: <https://www.rociohormazabal.cl/blank>
- Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica: <https://www.seep.es/>
- TikTok, sitio oficial: <https://www.tiktok.com/>