



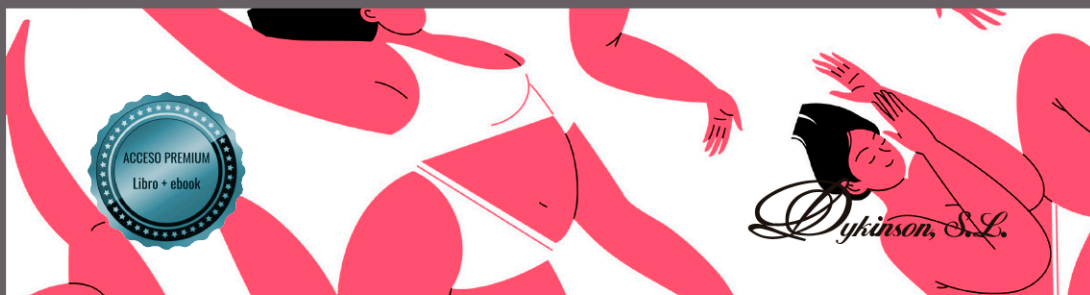
CONTRA EL ESTIGMA DE LA GORDURA

Una visión inclusiva desde la comunicación, la salud y la ética

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ
IÑIGO MARAURI-CASTILLO
(Coordinadores)



Dykinson, S.L.



CONTRA EL ESTIGMA DE LA GORDURA

**Una visión inclusiva desde la
comunicación, la salud y la ética**

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ

IÑIGO MARAURI-CASTILLO

(Coordinadores)

CONTRA EL ESTIGMA DE LA GORDURA

**Una visión inclusiva desde la
comunicación, la salud y la ética**

Dykinson, S. L.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 917021970/932720407.

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto ‘Tratamiento mediático y prevención de la obesidad: cibermedios, redes sociales y comunicación institucional’, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación en la convocatoria 2020 (PID2020-118090RB-I00). Sus autores forman parte del grupo Mediaker, reconocido en la convocatoria de 2021 de ayudas para apoyar las actividades de grupos de investigación del sistema universitario vasco (IT1686-22)

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial
Para mayor información, véase www.dykinson.com/quienes_somos

© Copyright by
Los autores
Madrid

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 979-13-7047-042-5
Depósito Legal: M-4696-2026
DOI: <https://doi.org/10.14679/4686>

ISBN electrónico: 979-13-7047-075-3

Maquetación:
german.balaguer@gmail.com

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ E IÑIGO MARAURI-CASTILLO	
CAPÍTULO 1. GORDOFOBIA; ORIGEN Y EVOLUCIÓN	19
YAZMINA VARGAS-VELEDA	
1.1. <i>FAT STUDIES</i> , LAS PRIMERAS INVESTIGACIONES	21
1.2. <i>BODYPOSITIVITY</i> Y <i>#FATLIBERATION</i> Y <i>BODYNEUTRALITY</i> ..	24
1.3. ACTIVISMO ANTIGORDOFÓBICO	27
1.4. LA GORDODOBIA TIENE GÉNERO	28
1.4.1. Ni gordisana, ni gordibuenas, ni rellenitas; simplemente gorda	29
1.4.2. El cuerpo como construcción social y mediática	31
1.4.3. La gordofobia se escribe y se sufre en femenino	32
1.4.4. Representaciones mediáticas de mujeres gordas	34
BIBLIOGRAFÍA	35
CAPÍTULO 2. SESGO DEL PESO Y ESTIGMATIZACIÓN DE LOS CUERPOS GORDOS	39
MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ GONZÁLEZ E IÑIGO MARAURI CASTILLO	
2.1. SESGO DEL PESO IMPLÍCITO, EXPLÍCITO Y ES- TIGMA INTERNALIZADO	41

2.2. ORIGEN DEL ESTIGMA: CULPA Y RESPONSABILIDAD ÚNICA	43
2.3. PERCEPCIÓN SOCIAL DE LOS CUERPOS GORDOS A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	44
2.3.1. Causas de la obesidad y gordofobia	45
2.3.2. Alimentación saludable y campañas institucionales	46
2.3.3. Gordofobia, más prejuicios de los que creemos	48
2.3.4. Reconocimiento del concepto ‘gordofobia’	49
2.3.5. En medios tradicionales	51
2.3.6. Nivel de promoción de estereotipos por canal	52
2.4. LA IA TAMBIÉN ESTIGMATIZA POR EL PESO	53
BIBLIOGRAFÍA	59

CAPÍTULO 3. CUERPOS GORDOS, SALUD Y MORALIDAD: UNA MIRADA CRÍTICA AL SALUTISMO Y LA PRESIÓN ESTÉTICA..... 63

AMAIA IRAZUSTA E IDOIA ZARRASKIN

3.1. CUERPO, SALUD Y MORALIDAD	63
3.2. CULTURA DE LA DIETA	66
3.3. SALUTISMO	68
3.4. PRESIÓN ESTÉTICA Y ENFERMEDAD DE LA BELLEZA ..	71
3.5. CONSECUENCIAS PARA LA SALUD	75
3.5.1. Trastornos de Conducta Alimentaria.....	76
3.5.2. La salud de las personas gordas	78
BIBLIOGRAFÍA	80

CAPÍTULO 4. DEL CUERPO PATOLOGIZADO AL CUIDADO INCLUSIVO; GORDOFOBIA SANITARIA 85

IDOIA ZARRAZQUIN Y AMAIA IRAZUSTA

4.1. LA GORDURA COMO FACTOR DE RIESGO O ENFERMEDAD	86
4.1.1. Tratamientos para la obesidad: entre la medicalización y estigmatización.....	88
4.1.2. La salud más allá de la corporalidad.....	90
4.2. ESTIGMATIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SALUD: ATENCIÓN Y SALUD INTEGRAL	91

4.2.1. El estigma de peso en la práctica clínica y su dimensión estructural.....	92
4.2.2. Experiencias de las personas gordas en el sistema sanitario.....	94
4.2.3. La interiorización del estigma de peso y su impacto en la salud.....	96
4.3. PROPUESTAS DE CAMBIO EN LA ATENCIÓN DE PERSONAS GORDAS.....	98
4.3.1. Cambiar el enfoque; de la pérdida de peso al bienestar integral.....	99
4.3.2. Transformar la mirada institucional; formación, práctica, comunicación e investigación.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	104

CAPÍTULO 5. TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA GORDOFOBIA..... 109

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ E IÑIGO MARAURI-CASTILLO

5.1. LA GORDOFOBIA EN LA AGENDA MEDIÁTICA.....	110
5.2. MENSAJES QUE CONTRIBUYEN A LA DESHUMANIZACIÓN Y AL ODIO.....	113
5.2.1. El caso de la actriz Itziar Castro.....	115
5.3. REDES SOCIALES E <i>INFLUENCERS</i> DE LA PERFECCIÓN Y LA DELGADEZ.....	117
5.4. EL CUERPO COMO PRODUCTO, PUBLICIDAD Y GORDOFOBIA.....	121
5.5. LA GORDOFOBIA TAMBIÉN SE CUELA EN SERIES Y PELÍCULAS.....	123
BIBLIOGRAFÍA.....	127

CAPÍTULO 6. LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DEL CUERPO FEMENINO EN LAS REVISTAS DE MODA..... 133

MARÍA PUCHALT LÓPEZ

6.1. EL CUERPO FEMENINO, LA MODA Y LOS MEDIOS COMO DISPOSITIVOS DE PRODUCCIÓN SIMBÓLICA... 135	
--	--

6.2. GORDOFOBIA, DIVERSIDAD E INCLUSIVIDAD EN LA REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO	136
6.3. RELACIONES PÚBLICAS Y MEDIACIÓN ESTRATÉGICA EN LA REPRESENTACIÓN DEL CUERPO FEMENINO	138
BIBLIOGRAFÍA	141
CAPÍTULO 7. EL LADO OSCURO DE LOS MEMES: NO ES HUMOR, ES GORDOFOBIA.....	147
YAZMINA VARGAS-VELEDA	
7.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MEME	151
7.2. EL DERECHO A REÍRSE Y EL DERECHO A SER RESPETADO.....	153
7.3. EL PESO COMO NARRATIVA CENTRAL DEL CHISTE... ..	157
7.4. EL HUMOR, HERRAMIENTA DE NORMALIZACIÓN SOCIAL.....	160
BIBLIOGRAFÍA	163
CAPÍTULO 8. UNA MIRADA ÉTICA; IGUALITARISMO ICÓNICO Y DIVERSOCENTRISMO EN LA SOCIEDAD ESTÉTICA Y DE LA IMAGEN.....	167
EMILIO GARCÍA-SÁNCHEZ	
8.1. EL ICONOCENTRISMO	168
8.2. DIVERSOCENTRISMO	171
8.3. HUMANOCENTRISMO	173
BIBLIOGRAFÍA	177

PRÓLOGO

MARÍA DEL MAR RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ E
IÑIGO MARAURI-CASTILLO

La diversidad corporal es un hecho, como también lo es que no todos los cuerpos se perciben de igual manera. La gordura es uno de los principales ejemplos. Definida en el ámbito sanitario como un factor de riesgo, se construye socialmente como una fuente de estigma. Poco importa que la evidencia científica constataste que las razones de un mayor peso son complejas y multifactoriales, y que la delgadez no tiene por qué ser sinónimo de buena salud. Las personas gordas siguen sufriendo discriminación y rechazo, y esa discriminación y rechazo tienen en las mujeres su principal diana. Salud y estigmatización es el binomio con el que se construye, y constituye, una realidad que, lejos de ser uniforme, requiere matices que permitan la convivencia de la promoción de la salud pública y el respeto y la aceptación de la diversidad corporal. Son precisamente esos matices y la búsqueda de esa deseable convivencia los objetivos que persigue el trabajo que se presenta a continuación, una reflexión compartida de expertas en comunicación, salud y ética que, con diferentes enfoques y perspectivas, coinciden en abogar por una sociedad más inclusiva.

El desprecio a las personas gordas por el mero hecho de su mayor peso es un comportamiento que anula esa idea de inclusividad. Y ese desprecio, habitual y constante, ha pasado de ser asumido u obviado en la esfera pública a ser denunciado y com-

batido. Esa visibilización se plasma en la aparición en medios de comunicación y redes sociales de la gordofobia, un término que sirve para identificar y denunciar un comportamiento que, de forma consciente o involuntaria, sigue teniendo eco en la sociedad. El origen y evolución de este término y de lo que le rodea centra el primer capítulo del libro, escrito por la investigadora y periodista Yazmina Vargas Veleda.

En él, Yazmina Vargas describe la génesis en Estados Unidos de una palabra promovida por el activismo contra la discriminación de personas gordas desde los primeros *Fat Studies* en los años 50 hasta la consolidación de movimientos como *The Fat Underground* y el Manifiesto de la Liberación Gorda en los años 70. El texto subraya el papel central de los medios de comunicación en la reproducción de estereotipos que asocian la delgadez con éxito y salud, y la gordura con fracaso moral. Asimismo, se abordan las tensiones entre los movimientos *body positivity*, *fat liberation* y *body neutrality*, destacando la mercantilización del discurso de la aceptación corporal. También se incorpora una perspectiva feminista e interseccional que subraya el claro sesgo de género de la gordofobia, que afecta de manera particular a las mujeres. Yazmina Vargas reivindica con ello la visibilización del cuerpo gordo como un acto político y la necesidad de cuestionar los marcos mediáticos que perpetúan jerarquías corporales desiguales.

La percepción y el sesgo de los cuerpos gordos por parte de la sociedad, particularmente a través de los medios de comunicación, protagoniza el segundo capítulo, firmado por los profesores de Periodismo de la UPV/EHU María del Mar Rodríguez-González e Iñigo Marauri-Castillo. En él, los dos investigadores detallan los resultados de dos estudios centrados en el análisis de este fenómeno. Por un lado, muestran los principales resultados de una encuesta realizada a 850 personas en toda España en la que se observa, entre otros datos destacables, cómo hay una mayor sensibilidad y concienciación sobre este problema entre las mujeres; cómo se tiende a asociar a la gordura con aspec-

tos negativos; y cómo esa carga negativa se acentúa más en los mensajes trasladados desde las redes sociales. Por otro lado, se incluyen los hallazgos de un experimento para evaluar el sesgo de la inteligencia artificial hacia las personas gordas. Se observa que, en la creación de imágenes de cuerpos humanos a través de dos de las principales aplicaciones de esta tecnología, se tiende a invisibilizar a las personas con mayor peso.

Bajo el título *Cuerpos gordos, salud y moralidad: una mirada crítica al salutismo y la presión estética*, la investigadora Amaia Irazusta reflexiona sobre la idoneidad de instrumentos como el Índice de Masa Corporal (IMC), una herramienta del siglo XIX diseñada originalmente para describir promedios poblacionales y que se emplea hoy para diagnosticar y clasificar cuerpos. Advierte de sus limitaciones y recalca que no hay una relación directa entre el IMC y el estado de salud de la persona. Denuncia asimismo que esta visión simplificada de la salud crea el terreno perfecto para la expansión de la llamada Cultura de la dieta; un sistema de creencias que convierte la alimentación en una herramienta de control moral y corporal. Es ahí donde entra en vigor el salutismo, concepto acuñado por Robert Crawford en 1980. El salutismo identifica la salud como una obligación moral y una responsabilidad individual, legitimando la vigilancia constante sobre la alimentación, el ejercicio y la apariencia física. Esta concepción, además, parte de una equivalencia errónea entre delgadez y salud, que desconoce que los hábitos y prácticas saludables pueden manifestarse en corporalidades diversas, determinadas también por factores genéticos, biológicos, sociales, económicos y culturales. La presión estética refuerza esta lógica al confundir bienestar con delgadez y valor personal con apariencia, con graves consecuencias físicas y psicológicas. Cuestionar este modelo implica entender la salud como un fenómeno social y relacional, así como promover una cultura del cuerpo basada en la diversidad, la justicia y la dignidad.

Las consecuencias de esa visión salutista en el ámbito sanitario protagonizan el cuarto capítulo, escrito por la investigadora sanitaria Idoia Zarrasquin. En él, aborda los efectos de la que bautiza como gordofobia sanitaria. Tal y como alerta, las personas gordas se enfrentan con frecuencia a actitudes negativas y estereotipos por parte de la sociedad e incluso de los propios profesionales sanitarios. Este prejuicio se basa en la creencia errónea de que el peso corporal tiene una relación lineal con la alimentación y el ejercicio, lo que conduce a la ya mencionada culpabilización moral de quienes no logran ajustarse a los estándares de delgadez socialmente valorados. Frente a ello, destaca iniciativas como la categorización de obesidad metabólicamente sana (*Metabolic Healthy Obesity*, MHO) y obesidad metabólicamente no sana (*Metabolic Unhealthy Obesity*, MUO), que distinguen entre personas con obesidad sin alteraciones metabólicas relevantes y aquellas que sí las presentan. Esta diferenciación ha ayudado a matizar la idea de que “tener obesidad” no equivale necesariamente a estar enfermo, y ha mostrado que el riesgo metabólico depende más del funcionamiento del organismo que del peso corporal. Esta autora apunta así que la obesidad se encuentra en el centro de un debate conceptual: mientras algunos organismos y sociedades científicas la definen como una enfermedad crónica, otros la consideran un factor de riesgo que puede, o no, derivar en patologías metabólicas y cardiovasculares. Esta diferencia no es meramente terminológica, ya que condiciona las estrategias de prevención, tratamiento y la percepción social de las personas con cuerpos grandes, influyendo en la manera en que se diseñan las políticas sanitarias y se distribuyen los recursos.

Recalca que la evidencia acumulada demuestra que los enfoques centrados únicamente en el peso son clínicamente ineficaces y emocionalmente dañinos. La salud requiere una mirada más amplia, basada en la funcionalidad, el bienestar y los determinantes sociales, más que en el control del cuerpo. Esta idea es relevante porque el modo en el que la medicina conceptualiza

la corporalidad y la obesidad no solo determina cómo se mide o clasifica el cuerpo, sino también cómo se atiende. Por ello, alerta del impacto negativo de la internalización del estigma de peso, que ocurre cuando la persona asume los prejuicios sociales como verdades sobre sí misma. El discurso sanitario y social dominante ha inculcado la idea de que adelgazar es una obligación moral y sanitaria, de modo que el fracaso en perder peso se vive como una derrota personal. Sin embargo, la evidencia científica demuestra que no son las personas las que fracasan, sino las estrategias que se les prescriben. Las dietas restrictivas, los programas centrados exclusivamente en la pérdida de peso y los mensajes de “motivación” basados en la culpa no solo resultan ineficaces a largo plazo, sino que pueden agravar la relación emocional con la comida y con el propio cuerpo. Por ello, destaca iniciativas como *Health at Every Size* (HAES), un enfoque que surge como un movimiento y modelo de salud que cuestiona la asociación automática entre peso corporal y bienestar, promoviendo una atención sanitaria libre de estigma, centrada en comportamientos saludables y en la aceptación corporal.

La comunicación tiene un papel relevante en la visibilización y denuncia del estigma de la gordura. Es ese ámbito, el de la comunicación y el de los medios de comunicación, el que centra el quinto capítulo del libro. En él se presta especial atención a la influencia de las redes sociales en la construcción del discurso de odio hacia las personas gordas. Se toma para ello como referencia de estudio las reacciones generadas en redes sociales ante el fallecimiento de Itziar Castro, actriz, activista feminista y anti-gordofobia. También se constata cómo ese concepto, el de gordofobia, se ha ido visibilizando y, con él, el problema que denuncia, en los diferentes medios de comunicación, y se observa asimismo cómo esa gordofobia, no tan explícita pero igualmente negativa, se refleja en diferentes productos de ficción audiovisual.

Como ya se ha citado en anteriores capítulos, las mujeres son el principal objeto de la gordofobia por, entre otras razones, la

mayor presión estética que padecen. Uno de los principales reflejos de esa presión se puede encontrar en las revistas de moda, cuyo análisis centra el sexto capítulo, firmado por la investigadora y profesora de la Universidad CEU Cardenal Herrera María Puchalt. En él, se constata que la representación del cuerpo femenino en las revistas de moda desempeña un papel clave en la construcción de los imaginarios sociales sobre belleza. En un contexto marcado por el auge discursivo sobre diversidad, la autora analiza hasta qué punto dichos discursos se traducen en prácticas representativas reales en la moda. Para ello, realiza un análisis de contenido atendiendo tanto a la representación visual corporal como a los discursos que los acompañan. Los resultados evidencian una representación dominada por cuerpos jóvenes, delgados, caucásicos y sin discapacidad, así como una escasa coherencia entre los discursos de diversidad y las imágenes publicadas. María Puchalt concluye que estas revistas contribuyen a perpetuar estereotipos corporales y dinámicas de gordofobia bajo una apariencia de apertura discursiva.

También se denuncia una gordofobia oculta, en este caso bajo una apariencia de humor, el séptimo capítulo, que se centra en analizar y reflexionar sobre el efecto y el impacto de los memes relacionados con las personas gordas. La investigadora Yazmina Vargas Veleza alerta de que los memes se han convertido en una de las formas más poderosas de comunicación contemporánea, ya que su inmediatez, alcance viral y aparente banalidad los convierten en vehículos eficaces para transmitir ideas, emociones y discursos. La autora matiza que no todo lo que circula como “humor” es inocente. Si bien el humor puede considerarse una forma de alivio y escape, el humor agresivo que se dirige a las personas gordas puede, a su juicio, tener efectos perjudiciales, tanto a nivel individual como a nivel social. Estigmatizar y burlarse de ellas no solo perpetúa la discriminación, sino que también puede acarrear efectos negativos en la salud mental y emocional de las personas afectadas. La autora recuerda que la gordura es una

realidad altamente estigmatizada en la sociedad y este rechazo se manifiesta a menudo en forma de gordofobia. Aunque afecta a personas de ambos géneros, denuncia que son las mujeres las mayores damnificadas por este discurso, ya que enfrentan una doble opresión basada en su feminidad y su peso. Además, hay que tener en cuenta que son ellas las que soportan una violencia estética mayor y las que deben cumplir ciertos cánones de belleza en una sociedad donde el machismo está aún muy presente.

A esa violencia estética hace también referencia el experto en Bioética Emilio García-Sánchez, de la Universidad CEU Cardenal Herrera, en el octavo y último capítulo. Bajo el título *Una mirada ética: igualitarismo icónico y diversocentrismo en la sociedad estética y de la imagen*, Emilio García Sánchez se posiciona en contra de dos tendencias, conceptualizadas como igualitarismo icónico y el diversocentrismo, que se caracterizan por una visión autorreferencial de su propia configuración corporal, configuración que no es natural sino construida. Ambas posturas, asegura, coinciden en su tendencia a ser exclusivas y excluyentes, generando discriminaciones sociales. El resultado es la aparición de personas víctimas que no encajan en sus modelos únicos ni en sus modelos de diversidad extrema. Uno de los casos de discriminación más extendida es el de personas con sobrepeso o con obesidad. Frente a estas visiones, el autor propone la postura del humanocentrismo como modo de neutralizar los extremos discriminantes. Sugiere realzar y difundir este comportamiento ético y cívico, que permita aceptar y acoger lo diferente de los *Otros* como algo propio.

La apuesta por la inclusión, el respeto y el destierro del rechazo al diferente, en este caso, centrado en las personas gordas, es el eje que vertebra este libro. Las diferentes aportaciones desde los campos de la salud, la comunicación y la ética completan una visión integral que comparte un deseo, el de eliminar un estigma que condiciona, y no para bien, la vida de millones de personas.

La exclusión social y el señalamiento de las personas gordas por el mero hecho de su mayor peso son manifestaciones de un cúmulo de creencias y prejuicios que lastra la calidad de vida de quienes las sufren. La evidencia científica constata que la gordura es un factor de riesgo, pero sus causas son complejas y multifactoriales, y la delgadez no tiene por qué ser sinónimo de buena salud. La identificación y aplicación de estos y otros matices permitirían la convivencia de la promoción de la salud pública y el respeto y la aceptación de la diversidad corporal.

Este libro tiene como meta aportar, de manera didáctica y amena, información que ayude a despejar dudas y a conocer los hechos que ocultan las descalificaciones por el peso. A lo largo de sus páginas, ofrece una reflexión compartida de expertas en comunicación, salud y ética que, con diferentes enfoques y perspectivas, coinciden en abogar desde un análisis multidisciplinar por una sociedad más inclusiva. En sus ocho capítulos se abordan los mecanismos de la estigmatización hacia las personas gordas en ámbitos como el sanitario, el de los medios de comunicación o el de las redes sociales.

Se presta especial atención al origen y evolución de la gordofobia, un concepto que es un reflejo de una mayor concienciación y de una mayor visibilización social de los ataques que sufren quienes tienen mayor peso. Asimismo, y de manera transversal en los diferentes capítulos, se alerta de que las consecuencias de esta discriminación tienen en las mujeres sus principales víctimas, un hecho que se vincula directamente con la mayor presión estética que sufren en una sociedad obsesionada por la imagen.

