Investigación

GénEroos
Volumen 2/número 4/septiembre 2024-febrero 2025/ pp. 146-167
eISSN 2992-7862
DOI: RevGenEr.2024.4.6
CC BY-NC-SA 4.0

Campaña educomunicacional "Gordofobia" ante la discriminación en espacios académicos

"Gordofobia" educommunicational campaign against discrimination in academic spaces

Paula Nicolle Soria Molina ORCID: 0000-0002-0823-9775
Universidad de las Artes, Guayaquil, Ecuador

Claudia Marcela Barreiro Moreira ORCID: 0000-0002-1299-102X
Investigadora profesional independiente, Portoviejo, Ecuador

Recepción: 07/01/2024
Aprobación: 19/09/2024

Resumen

En este artículo se presenta la campaña educomunicacional denominada "Gordofobia", parte del proyecto de vinculación con la sociedad de la Universidad Nacional de Educación del Ecuador *Axiomas: La educación sexual y de género como herramienta básica para fomentar una cultura de paz y buenas prácticas*, realizada en el año 2021, en el contexto de la pandemia

Abstract

This article shares the educommunicational campaign called "Gordofobia" of the project of connection with society lead by the Universidad Nacional de Educación del Ecuador *Axiomas: La educación sexual y de género como herramienta básica para fomentar una cultura de paz y buenas prácticas*, carried out in 2021, in the context of the covid-19 pandemic. This campaign is born

de covid-19. Esta campaña surge de la necesidad de abordar el rechazo hacia las personas con sobrepeso, que se deriva de los imaginarios construidos por los medios de comunicación en torno a los cánones de moda y belleza, así como del discurso oficial sobre salud, tal como se evidencia en la literatura revisada, con repercusiones en el campo educativo. La investigación se enmarca en un enfoque cualitativo y utiliza la modalidad descriptiva. Se concluye en la necesidad de sensibilizar a la comunidad académica, mediante políticas institucionales y el desarrollo de estrategias educomunicacionales con enfoque en la diversidad corporal.

Palabras clave

Discriminación, diversidad corporal, educomunicación, gordofobia, políticas institucionales.

from the need to address the rejection of being fat in the face of the imaginaries that the media constructs from the canons of fashion, beauty, and the official health discourse that is evident in the reviewed literature and that has an impact on the field of education. The research has a qualitative approach and corresponds to the descriptive modality. It concludes with the need to raise awareness in the academic community, based on institutional policies and the development of educommunication strategies with a focus on body diversity.

Keywords

Body diversity, discrimination, educommunication, fatphobia.

Introducción

El presente artículo tiene como finalidad socializar los resultados del proyecto de vinculación con la sociedad de la Universidad Nacional de Educación del Ecuador (UNAE), denominado *Axiomas: La educación sexual y de género como herramienta básica para fomentar una cultura de paz y buenas prácticas* (de ahora en adelante, "Axiomas"). A través de este proyecto, se ha abordado el rechazo hacia las personas con sobrepeso mediante la campaña educomunicacional denominada "Gordofobia", realizada entre el 17 de noviembre al 15 de diciembre de 2021.

Esta campaña surgió a partir del retorno a la presencialidad luego de la pandemia provocada por el covid-19, como respuesta a las observaciones del equipo de investigación sobre interacciones gordofóbicas entre el personal docente, tales como: "Te has engordado en la pandemia", "has subido de peso en este tiempo", "tienes la cara más gordita", "estás panzona, ¿estás embarazada?".

De esta manera, la campaña se fundamenta en la premisa de que las formas de interacción son significativas, y que las corporalidades representan un espacio territorial interpelado por diversos factores sociales, políticos, culturales, económicos, raciales, sexistas, estéticos y capacitistas, entre otros. En atención a esto, parte del equipo de investigación se comprometió a trabajar en la campaña a partir de la problematización de las interacciones sociales en torno al peso corporal de la comunidad académica, con el objetivo de sensibilizar a sus integrantes.

Este artículo se enmarca en los objetivos específicos de la campaña, entre los cuales destaca la difusión de la misma en formato artículo, además de su diseño y promoción a través la cuenta oficial de la Universidad en la red social Facebook, con el propósito de alcanzar a la comunidad académica. La divulgación de esta problemática forma parte de un compromiso ético de contribuir a una cultura de paz y buenas prácticas, fomentando relaciones laborales libres de discriminación y la formación docente —objetivo central de la Universidad —, en el marco del respeto hacia estudiantes, colegas y la comunidad en general.

Este trabajo se basa en "la educomunicación como un agente de integración efectiva en la Sociedad de la Información y el Conocimiento para colectivos que pudieran estar en riesgo de exclusión social" (Bonilla et al., 2018, p. 70). En ese sentido, la naturaleza de la educomunicación radica en ofrecer respuestas a diversas problemáticas, de manera que se entrelacen estratégicamente los campos de la educación y la comunicación. Como señalan Sena et al. (2019):

> La Comunicación siempre ha estado incorporada a la Educación y ha sido utilizada, en mayor o menor medida, dependiendo de factores diversos, como los países y sus desarrollos socio-culturales y económicos, sistemas educativos, los propios niveles de educación y subsistemas educativos, etc. (p. 136).

En la actualidad, la educomunicación se percibe como una actividad dialógica, participativa y crítica, que se distancia de enfoques que la reducen como algo meramente tecnológico (Bermejo, 2021). En el ámbito formativo, se distingue entre la formación para la interpretación de la información, la formación para la producción de dicha información

y la perspectiva del prosumidor, quien consume y produce (Muñoz et al., 2021).

En el contexto de esta campaña, ha sido oportuno abordar desde una estrategia educomunicacional la problemática de la desvalorización del peso corporal, que excluye a las personas de vivir una experiencia armónica, en este caso, en el contexto académico. En este sentido, se respalda la afirmación de Muñoz et al. (2021) de que "académicos y activistas sociales han encontrado en la educomunicación una estrategia importante para la transformación de los imaginarios estigmatizadores que perduran en las comunidades" (p. 72).

Los antecedentes teóricos de esta campaña se basan en la literatura académica que explora cómo se configuran las relaciones interpersonales a partir de las narrativas sobre el peso corporal que se reproducen en los medios de comunicación, la salud, las industrias de la moda y la belleza, y los espacios educativos, lugares de socialización de información masiva en donde tienden a asociar la gordura con descuido, fealdad y enfermedad.

La gordura es considerada como "una condición que define a la persona en su totalidad, constituyéndola como un tipo de sujeto particular (ansioso, perezoso, descontrolado, entre otros)" (Energici et al., 2017, p. 7). El rechazo hacia la gordura es conceptualizado por Piñeyro (2020) de la siguiente manera: "La gordofobia es el odio, rechazo y violencia que sufren las personas gordas por el hecho de ser gordas" (p. 20). Este término representa una forma de discriminación social que ha sido naturalizada y normalizada, a partir de lo que Quirós (2021) define como la "patologinazación de todo tipo de gordura en el cuerpo" (p. 4), es decir, la percepción de la gordura como algo indeseable, enfermo y carente de valor o interés social.

La lucha contra la gordofobia se remonta a la década de los sesenta en Estados Unidos, con el surgimiento del *Fat Acceptance Movement* (Movimiento por la Aceptación de la Gordura – también conocido como Orgullo Gordo, Empoderamiento Gordo y Activismo Gordo), mediante el cual activistas de este movimiento empezaron a denunciar abiertamente al sistema canónico estético gordofóbico y la invisibilización de la diversidad corporal (Salazar, 2020).

En la década de los setenta inicia el movimiento político *The Underground Fat*, integrado por mujeres feministas gordas de Los Ángeles, EE.UU. Este movimiento se enfocó en la investigación y análisis de la relación entre la gordura y la violencia mediática. Uno de los textos más emblemáticos de este colectivo es el *Manifiesto a la Liberación Gorda*, escrito por Judy Freespirit y Sara Aldebaran, en 1973. En él, además de denunciar la medicalización de la gordura, ahondan sobre temas relacionados con derechos como el trabajo, la no discriminación, la educación y la salud (Piñeyro, 2016).

En el contexto hispanohablante, el activismo contra la gordofobia ha alcanzado un impacto internacional a través de diversas mujeres. En Chile, destaca Constanzx [sic] Álvarez Castillo, autora del libro *La Cerda Punk* (2014). En México, "La Bala" Rodríguez, socióloga y *performer*, ha trabajado desde 2012 en *foto-performances* centradas en la gordura. En Barcelona, la argentina Lucrecia Masson ha realizado varias aportaciones en internet sobre la gordofobia y el capacitismo (discriminación a las personas con discapacidad). Uno de los portales más importantes sobre el activismo antigordofóbico es la *Gorda!Zine* (2012), creado por la activista argentina Laura Contrera (Salazar, 2020).

El género ocupa un lugar central en el análisis de la discriminación por peso corporal. Según Méndez y Cosio (2022), existe una intersección profunda entre el "pensamiento gordo con los estudios críticos del género, la racialización y el sexo, entre otros" (p. 16). Teniendo presentes los antecedentes y la estrecha relación con el feminismo del activismo antigordofobia, es pertinente considerar que uno de los objetivos de esta lucha es cuestionar "las normas corporales de feminidad" (p. 17) en su relación con la misoginia.

De acuerdo con las autoras, las prácticas gordofóbicas dirigidas hacia las mujeres tienen como finalidad producir "sujetos (femeninos) dóciles" (p. 18) mediante la construcción de cuerpos delgados como cuerpos deseados y deseables, a los que las mujeres deben aspirar inequívocamente. Además, las autoras encuentran raíces coloniales en la gordofobia, señalando que la delgadez "tendría que ver con el apuntalamiento simbólico

de jerarquías coloniales" (p. 20) para el control y diferenciación de los cuerpos de las personas negras.

El imaginario construido en torno al peso corporal forma parte de dinámicas estructurales que se manifiestan en espacios de socialización de información masiva. En los medios de comunicación, como mencionan Energici et al. (2016): "se ha investigado la discriminación en los medios de comunicación, donde una primera forma de marginalización ocurre a través de la invisibilización: casi no hay mujeres gordas en este medio" (p. 3).

Por su parte, García (2022) analiza cómo los medios de comunicación fomentan la gordofobia y refuerzan la idea de que ser delgada es sinónimo de belleza, promoviendo dietas para adelgazar, pastillas, modelos a seguir del cine y revistas de moda. Además, la autora expone la violencia que ocurre en medios digitales, como las redes sociales, en las cuales artistas como Camila Cabello o Demi Lovato han sido sometidas al escrutinio público por ganar peso. Es decir, no sólo los medios reproducen la idea de que ser delgada es sinónimo de belleza, sino que ser gorda se convierte en motivo para sufrir agresión digital.

Las representaciones en los medios de comunicación crean o refuerzan significados estereotipados, sexistas, discriminatorios y violentos. Como lo menciona la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2021): "Los estereotipos, el sexismo, la cosificación, la discriminación y la violencia son representaciones comunes de las mujeres y lo femenino en los medios y las TIC" (p. 50). Como consecuencia, muchas personas se sienten con el derecho de expresar comentarios peyorativos y violentos hacia las mujeres con cuerpos gordos.

Respecto al campo de salud, la Organización Mundial de la Salud (OMS) estableció una clasificación para evaluar el sobrepeso y obesidad, a través de la cual recomienda usar el índice de masa corporal (IMC) para calcular el nivel de obesidad de una persona. El IMC se calcula dividiendo el peso de la persona por el cuadrado de su estatura en metros. Si una persona tiene un IMC de 25 o más, indica obesidad. Además, se han establecido umbrales específicos para clasificar a las personas con sobrepeso basados en el IMC (OMS, 1996, p. 10), los cuales se detallan en el cuadro I.

Cuadro I
Niveles de obesidad según la OMS

Índice de masa corporal (IMC)	Nivel de obesidad
25-29.9	Sobrepeso
30-34.9	Obesidad grado I (Obesidad leve)
35-39.9	Obesidad grado II (Obesidad severa)
40+	Obesidad grado III (Obesidad extrema)

Fuente: Elaboración propia, con datos de la Organización Mundial de la Salud (1996).

Suárez y Sánchez (2018) señalan que "el IMC no es una herramienta adecuada para diferenciar con precisión los componentes importantes del peso corporal y, por lo tanto, no debería ser utilizado para tomar decisiones clínicamente importantes a nivel individual" (p. 128). Además, los autores reflexionan sobre la necesidad de revisar mínimamente este indicador. Es importante considerar también que "la mayoría de las escalas propuestas para evaluar la imagen corporal han sido realizadas en un contexto anglosajón y europeo" (Rodriguez et al., 2010, p. 327).

El IMC fue propuesto en el siglo XIX por Adolphe Quetelet, matemático de origen belga, basándose en adultos varones europeos. Aunque Quetelet recomendó utilizarlo en ese contexto específico, Ancel Keys lo promovió como un indicador de salud universal (Crimer et al., 2023, p. 2). Es decir, actualmente utilizamos un IMC que no fue concebido para su aplicación homogénea a nivel mundial, lo que hace pertinente problematizar su uso, ya que no contempla aspectos étnicos, territoriales o de género, por lo que su uso como indican las autoras "podría ser sexista y racista" (p. 2).

En atención a ello, el IMC resulta un indicador de salud problemático por su carácter pesocentrista, toda vez que "es un enfoque reduccionista que concibe al peso como un indicador suficiente para segregar entre personas 'sanas' y 'enfermas', sin detenerse a considerar otros aspectos que hacen a la salud integral" (Mancuso et al., 2021, p. 13). Esta mirada simplista y estigmatizante ha generado una violencia estética sobre las corporalidades diversas. Gloria Fortún en la mesa de "Estética y gordofobia" del Encuentro Internacional Feminista "*We call*

it feminism. Feminismo para un mundo mejor", celebrado en marzo de 2023, explicó cómo este discurso médico legitima el derecho que algunas personas sienten para opinar sobre los cuerpos de otras.

> Nos empezamos a dar cuenta de que el discurso hegemónico funciona para la gordofobia como legitimador [...]. Hay un discurso médico hegemónico que lo que hace es legitimar la opresión y decir que nos tenemos que bancar la opresión, que nos tenemos que aguantar la opresión, porque es por nuestra salud. Entonces, lo que todo el mundo nos dice todo el tiempo es "vos tenés que adelgazar porque te vas a morir" (Ministerio de Igualdad/Gloria Fortún, 2023, 55m01s).

La construcción del imaginario sobre el peso corporal y la salud, donde la gordura es sinónimo de enfermedad y la delgadez es sinónimo de salud, se establece a partir de determinaciones de organizaciones como la OMS, que extrapola ese discurso en el personal médico que establece juicios en las personas con solo mirar su peso. Por lo tanto, esta concepción influye en la sociedad y en las relaciones interpersonales que se construyen a partir de opinar sobre el cuerpo de otras personas.

Las escuelas también son espacios en donde se reproduce dicho imaginario. En las mismas "circulan dentro de ellas discursos estigmatizantes, que en conjunto con escenas de *bullying* o acoso escolar, generan las condiciones para el arraigamiento e internalización de la gordofobia/gordo odio" (Ciaburri, 2022, p. 8). Además, como menciona la autora, el inmobiliario como las bancas escolares no está construido ni diseñado para cuerpos gordos. Por su parte, Piñeyro (2020) señala que:

> Las personas gordas declaran haber sufrido algún tipo de discriminación por su cuerpo en el periodo escolar, tanto de pequeñas como de adolescentes, lo cual las ha llevado en ocasiones a cambiar de centro educativo o incluso a abandonar sus estudios (p. 30).

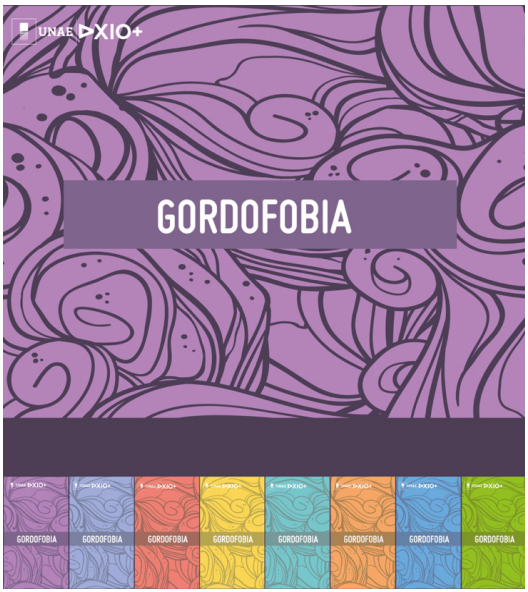
Toda vez que el proyecto "Axiomas" se enmarca dentro del contexto educativo en una universidad de educación pública del Ecuador, cuyo objetivo es formar docentes, parte del equipo del proyecto se planteó el objetivo de poner a circular la campaña educomunicacional que se comparte a través del presente artículo, con la finalidad es fomentar la sensibilización y reflexión en torno a la gordofobia.

Materiales y métodos

El enfoque de esta investigación es cualitativo y se inscribe en lo que señala Bassi (2015): "Las metodologías cualitativas, por su parte, atienden a la *cualidad*: no convierten la realidad en variables, sino que describen sus características... *con palabras*, es decir, de forma *comprensiva*" (p. 157). Además, esta investigación corresponde a la modalidad descriptiva.

La campaña se desarrolló en el contexto del retorno a la presencialidad tras la cuarentena obligatoria por la pandemia de covid-19. Su duración fue de aproximadamente un mes, del 17 noviembre al 15 de diciembre de 2021, y estuvo dirigida a toda la población universitaria, con el objetivo de generar un diálogo amplio y replicarlo en todo el entorno universitario.

Gráfica I
Campaña Gordofobia del proyecto de vinculación de la UNAE "Axiomas"[1]



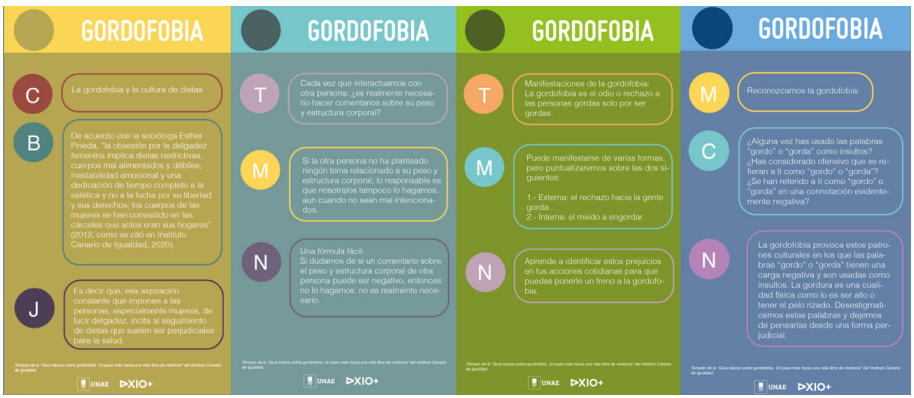
Fuente: Elaboración propia.

1 Acceso a los 8 videos, ver en Referencias: Axiomas (2021a; 2021b; 2021c; 2021d; 2021e; 2021f; 2021g; 2021h).

Dado el contexto de la pandemia mundial, en el que el contacto virtual aún prevalecía, se decidió desarrollar una campaña netamente digital a través de los canales oficiales de la Universidad. El concepto de la campaña "Gordofobia" consistió en un cuadro de diálogo, un chat animado de mensajería que habilitó una conversación informativa sobre lo que es la gordofobia, ofreciendo respuestas a dudas y consejos para abordar el tema.

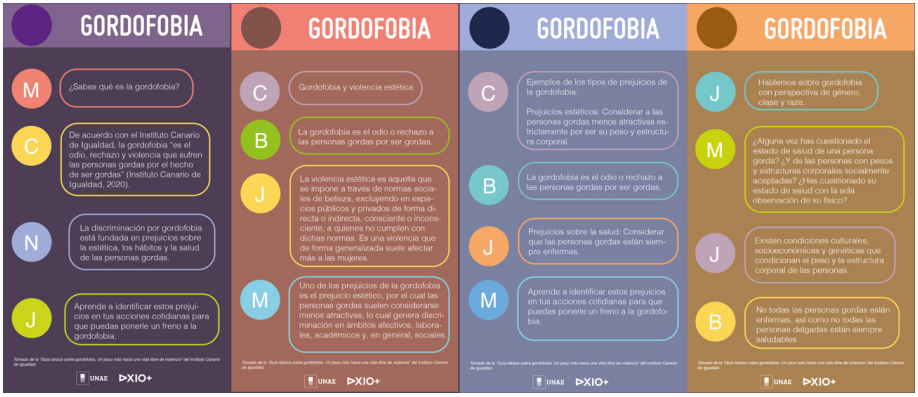
El diseño de la campaña se construyó respetando el uso y colores de la imagen gráfica del proyecto de vinculación, "Axiomas". Todo el material bibliográfico se tomó de la "Guía básica sobre un paso más hacia una vida libre de violencia" del Instituto Canario de Igualdad, publicada en 2020. En total, se realizaron ocho videos animados que circularon en las redes sociales.

Gráfica II
Campaña "Gordofobia" del proyecto de vinculación de la UNAE "Axiomas"



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica III
Campaña "Gordofobia" del proyecto de vinculación de la UNAE "Axiomas"



Fuente: Elaboración propia.

Discusión

En esta sección se relacionan los aspectos tratados en este trabajo sobre la narrativa en torno a la gordofobia construida por los medios de comunicación, las industrias de la moda, belleza y el campo de la salud y las iniciativas que coinciden con la campaña realizada por el proyecto "Axiomas". Estas iniciativas sirven de referencia para futuras acciones del proyecto, ya que incorporan estrategias educativas y comunicacionales consideradas como buenas prácticas.

Dentro del campo educativo, una de las iniciativas que difunde contenido sobre la gordofobia con el objetivo de contrarrestar las violencias relacionadas es la Universidad Nacional de México (UNAM, 2023a; 2023b y 2022). En su sitio web, en la sección de "línea de recursos audiovisuales", la UNAM ha desarrollado una serie de videos en formato de reportajes donde se aborda la definición y problematización de la gordofobia a través de entrevistas a profesionales de la salud, así como a figuras del ámbito cultural y artístico que tratan este tema en sus representaciones. Estas iniciativas resultan pertinentes en el contexto aca-

démico, ya que informan a la comunidad sobre la gordofobia, promueven la reflexión y cuestionan las prácticas excluyentes dentro de la academia. Además, posicionan discursivamente a la universidad sobre este tema.

La campaña del proyecto "Axiomas" encuentra puntos de coincidencia con la iniciativa de la UNAM en su enfoque de sensibilización respecto a la gordofobia y en su postura de rechazo hacia esta forma de discriminación. Se toma como referencia a la UNAM, ya que su campaña no se limita a un proyecto aislado, sino que se difunde de manera institucional a través de sus canales de comunicación, mostrando un posicionamiento claro y comprometido por parte de la universidad frente a este problema.

Por su parte, Catanzariti y Pesenti (2023) presentan una propuesta didáctica de reflexión para abordar la diversidad corporal en las escuelas secundarias, estructurada en tres momentos que cuestionan y dialogan sobre aquello que se dice de la diversidad corporal en las conversaciones cotidianas, como una construcción social, en los medios de comunicación masivos y a través de las terminologías utilizadas. Su propuesta busca promover instancias de escucha que involucren a toda la comunidad estudiantil, con el objetivo de erradicar los discursos de odio hacia las diversidades corporales, pues consideran que los discursos que se generan en los entornos educativos construyen y estigmatizan prejuicios corporales, sobre ello, las autoras señalan que "la disposición espacial de la escuela, los discursos que circulan entre diferentes actores del sistema educativo, las acciones que se llevan adelante en cualquier entorno escolar dicen mucho de los cuerpos de quienes integran la comunidad educativa" (p. 113).

Otro ejemplo de iniciativa en el campo educativo es la propuesta de Lidia Llamas (2021a; 2021b) denominada "Archivo grueso", es una página en línea que recopila recursos de autorías diversas sobre gordofobia, los cuales pueden ser incorporados en estrategias educativas, por ejemplo, los fanzines. Uno de ellos, "Cuerpos empoderados" (2014), es un espacio web de denuncia, investigación-acción y análisis crítico sobre las diversas opresiones corporales. Este portal español continúa activo a pesar de que sus creadoras han oficializado en 2021 la salida del proyecto,

el cual han dejado vigente a modo de agente difusor, con el fin de que la información y el material creado continúe divulgándose.

Se considera necesario plantear este tipo de propuestas desde lo virtual, promoviendo el acceso libre al contenido generado, como se pensó desde la propuesta desarrollada con "Axiomas". Los espacios virtuales facilitan el acceso no restringido y permiten una difusión masiva de recursos en diferentes formatos.

Adicionalmente, se propone como recurso un *fanzine* que incluye dibujos para pintar, recortar, pegar y jugar, promoviendo representaciones de cuerpos diversos que se alejan del aspiracional de la delgadez. Aunque no se declara específicamente para su uso en las aulas, se considera un buen ejemplo para incorporar estrategias educativas, ya que cuestiona otras representaciones sobre el cuerpo y contribuye a la comprensión de la diversidad corporal y el respeto hacia la misma.

En la misma línea, se encuentra el *fanzine* titulado "De niñas a gordas", en el que participan diversas mujeres en las que "cada una de ellas escribe una carta a su yo del pasado, transmitiéndole la sabiduría adquirida con el paso de los años en relación con la autoestima y la necesidad de aceptar la propia corporalidad" (Martínez, 2022, p. 292). En una de las cartas titulada "Sé que estás aquí, Ximena chiquita" se reflexiona lo siguiente:

> A mí tampoco se me ha olvidado lo mucho que lloramos porque un día un compañero de la primaria nos hizo ver que estábamos subiendo de peso y nos comparó con las demás niñas, ni que fue en ese momento que aprendimos a compararnos (Red 4G, 2021, p. 33)

La propuesta de Llamas es una referencia valiosa para acciones futuras del proyecto "Axiomas", en el sentido de que recopilar y difundir recursos que ya han sido realizados sobre la gordofobia, puede ser también una estrategia educomunicacional con el fin de que se utilice y se reconozca el trabajo que ya han desarrollado sobre el tema colectivos, organizaciones, investigadoras académicas y militantes.

Gráfica IV
Fanzine "Cuerpos empoderados"



Fuente: De "Fanzine Cuerpos empoderados", por Cuerpos empoderados (s.f).

Los medios digitales pueden ser un ejemplo de buenas prácticas al enfrentar discursos violentos. Un caso destacado es de la plataforma de ilustración y diseño *Pictoline*, que en 2019 difundió una infografía sobre la gordofobia, abordando la falta de representatividad de la diversidad corporal y la discriminación desde una visión pesocentrista, presente tanto en las relaciones interpersonales como en los espacios comunes. Un ejemplo de esto son los asientos de aviones pensados para cuerpos homogéneos.

Gráfica V
Fanzine "De niñas a gordas"



Fuente: Tomado de "De niñas a gordas. Colección de cartas para (nuestras) niñxs", por Red 4G (2021).

Con esta propuesta, *Pictoline* desarrolló una iniciativa que integra aspectos educativos y de comunicación, al sensibilizar al público de manera gráfica y asertiva sobre los conceptos relacionados con la gordofobia. La infografía que propone *Pictoline* se considera una opción en iniciativas educomunicacionales alterna a los videos que se propusieron dentro de la campaña "Gordofobia", y sirve también de referencia para futuros trabajos en el sentido de que se pueden aprovechar las bondades de la infografía: textos breves y concisos, imágenes coherentes a los objetivos del mensaje.

Gráfica VI
Hablemos de gordofobia



Fuente: "Hablemos de gordofobia", por Pictoline (2019).

Conclusiones

Este trabajo ha pretendido relacionar cómo los medios de comunicación, las industrias de la moda y la belleza, y el campo de la salud están imbricados para configurar discursos de rechazo hacia los cuerpos gordos, y cómo dichos discursos también se insertan en el ámbito educativo, generando espacios de exclusión en sus comunidades. Ante esta situación, surge la necesidad, desde el proyecto de vinculación "Axiomas", de generar una campaña educomunicacional sobre la gordofobia, con el fin de sensibilizar a la colectividad educativa. Asimismo, es imperativo identificar buenas prácticas pedagógicas y de comunicación para tomarlas como referencia en futuras acciones respecto al tema que nos convoca.

No es una nimiedad reconocer, tal como lo menciona la gerontóloga, docente y escritora Anna Freixas Farré, que el ideal de lo considerado bello se sitúa "en el deseo de los hombres, en los intereses de la industria cosmética, médica y de la moda" (Canal Ministerio de Igualdad, 2023, 5m39s). La belleza desde la mirada de Freixas es un mandato patriarcal que procura una belleza hegemónica y normativa que cuenta principalmente con dos requisitos: la juventud y la delgadez, excluyendo así a cuerpos que no encajan con esas características. Se estima que esta idea de belleza es la dominante en América Latina y no responde sólo al mandato patriarcal, como menciona la autora, sino a un patriarcado colonial europeo, que promueve cuerpos jóvenes, delgados y blancos. Es decir, el estándar de belleza y del peso corporal "saludable" de América Latina es eurocéntrico, colonialista, capitalista y racista.

Además, como indica Ciaburri (2022), los mecanismos de violencia que se envuelven en "las representaciones sociales existentes en nuestras sociedades cis-hetero patriarcales, neoliberales y occidentalizadas causan mecanismos de violencia simbólica que a su vez tienen como resultado la producción de estigma, discriminación y padecimiento subjetivo de las personas gordas" (p. 5).

En el ámbito educativo, que es el que nos atañe, es imperante establecer relaciones con otros campos, como el de la comunicación, que puede servir tanto como un espacio de buenas prácticas y apoyo educa-

tivo, como para producir y reproducir estigmas discriminatorios como el de la gordofobia. Por ello, es que se consideran relevantes iniciativas educomunicativas para poder sensibilizar sobre discriminaciones naturalizadas, en este caso sobre los cuerpos de las personas, que a su vez están atravesadas por otras aristas como el clasismo, el racismo, el capacitismo y el lugar de origen, entre otras.

Por otro lado, se considera una limitación en este trabajo la falta de incorporación de voces estudiantiles o docentes respecto a esta temática, y en los resultados que se consiguen al presentar este tipo de campañas. No obstante, este es un primer paso hacia asumir la responsabilidad como profesionales vinculadas al ámbito educativo frente al tema.

Si bien en este trabajo se comparte una acción específica del proyecto "Axiomas", como es la campaña educomunicacional "Gordofobia", quienes firman este artículo consideran que no es la única vía para sensibilizar y trabajar estos temas. Se estima oportuno ahondar respecto a la gordofobia, principalmente en sus repercusiones en los contextos escolares, no sólo para analizar sus problemáticas, sino también para buscar propuestas que promuevan la diversidad corporal y tracen nuevas rutas hacia el respeto a las personas.

A partir de este trabajo, se observa necesario como compromiso futuro el desarrollo de una guía sobre diversidades corporales que aborde la problemática de la gordofobia. Un trabajo que vincule al sistema educativo superior y al sector público para gestionar los recursos legales y educativos que promuevan principios de autonomía corporal, como una demanda ante la liberación de prácticas escolares discriminatorias bajo paradigmas eurocéntricos.

La falta de formación en liderazgo educativo puede generar una carencia de empatía y una vulneración de derechos. Por lo tanto, se considera necesario diseñar políticas institucionales que aborden esta deficiencia, apoyadas en acciones concretas, como cursos de formación continua, guías orientativas, recursos audiovisuales (pódcast, videos, *fanzines*, cuentos, infografías, artículos y libros). Todas estas iniciativas deben ser difundidas y trabajadas en la comunidad educativa. Además, se considera prioritaria la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación

(TIC) en el desarrollo de recursos tomando en cuenta que: "las nuevas tecnologías son un gran instrumento para difundir el pensamiento de la igualdad de género y conseguir transgredir la desigualdad, liberándonos de los estereotipos sociales" (Arias y Sánchez, 2017, p. 183).

Referencias bibliográficas

Arias, A. y Sánchez, A. (2017). La cimentación social del concepto mujer en la red social Facebook. *Revista de Investigación Educativa*, *35*(1), 181-195. https://doi.org/10.6018/rie.35.1.236871

Axiomas. (2021a, noviembre 17). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=217360870472156

Axiomas. (2021b, noviembre 19). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=1303958726720917

Axiomas. (2021c, noviembre 22). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=277361227661542

Axiomas. (2021d, diciembre 7). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=583790962693636

Axiomas. (2021e, diciembre 9). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=887435312135611

Axiomas. (2021f, diciembre 10). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=229420962667626

Axiomas. (2021g, diciembre 14). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=632172951406117

Axiomas. (2021h, diciembre 15). *Gordofobia*. [Video]. Facebook Universidad Nacional de Educación. https://www.facebook.com/watch/?v=3033850020211072

Bassi, J. (2015). *Formulación de proyectos de tesis en ciencias sociales: Manual de supervivencia para estudiantes de pre y posgrado*. Ediciones y Publicaciones El buen aire S.A.

Bermejo, J. (2021). El método dialógico-crítico en Educomunicación para fomentar el pensamiento narrativo. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, *67*(29), 111-121. https://doi.org/10.3916/C67-2021-09

Bonilla, M., García, R. y Pérez, M. (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC*, *7*(1), 66–85. https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029

Castillo, C. (2014). *La cerda punk. Ensayos desde un feminismo gordo, lésbiko, antikapitalista & antiespecista.* Trío editorial. https://www.bibliotecafragmentada.org/cerda-punk/

Catanzariti, L. y Pesenti, L. (2023). ¿Qué significa gordx?: una propuesta didáctica para pensar las diversidades, los cuerpos y sus representaciones sociales. En L. Contrera, I. Ortellao, J. Núñez y A. Cararo (Comp.), *Desbordar los pupitres, Sin pedagogía gorda no hay ESI* (pp. 103 - 114). Madreselva.

Ciaburri, Ch. (2022). *¿Cuestión de peso? Estudio exploratorio sobre las representaciones sociales de los cuerpos gordos* [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Buenos Aires. https://www.aacademica.org/chiara.s.ciaburri/2.pdf

Crimer, N., Camoirano, J. y Lo Sasso, A. (2023). Obesidad: alternativas al paradigma pesocéntrico y patologizante. Primera entrega. *Evidencia, actualización en la práctica ambulatoria*, *26*(3), 1-4. https://dx.doi.org/10.51987/EVIDENCIA.V26I4.7088

Cuerpos empoderados (s.f.). *Fanzine Cuerpos empoderados*. https://cuerposempoderados.org/wp-content/uploads/2017/09/Cuerpos2-1.pdf

Energici, M., Acosta, E., Huaiquimilla, M. y Bórquez, F. (2016). Feminización de la gordura: estudio cualitativo en Santiago de Chile. *Revista de Psicología Universidad de Chile*, *25*(2), 1-17. https://revistapsicologia.uchile.cl/index.php/RDP/article/view/44771/46824

Energici, M., Acosta, E., Bórquez, F. y Huaiquimilla, M. (2017). Gordura, discriminación y clasismo: un estudio en jóvenes de Santiago de Chile. *Psicologia & Sociedade, 29,* 1-10. http://dx.doi.org/10.1590/1807-0310/2017v29164178

García, C. (2022). *La sociedad que condenó el sobrepeso. Una investigación sobre la gordofobia en relación a los medios de comunicación* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/138509/CAV_GARCÍAMATEO_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Llamas, L. (2021a). *Archivo grupo. Un proyecto archivístico-activista en contra de la gordofobia* [Trabajo de fin de grado]. Universitat Politècnica de València. https://tinyurl.com/2se2td5f

Llamas, L. (2021b). *Zines*. Archivo grueso. https://www.archivogrueso.com/zines

Mancuso, L., Longhi, B., Pérez, M., Majul, A., Almeida, E. y Carignani, L. (2021). Diversidad corporal, pesocentrismo y discriminación: la gordofobia como fenómeno discriminatorio. *Inclusive La revista del INADI*, *4*(2), 12-16. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/03/inadi-revista-inclusive-n4.pdf

Martínez, M. (2022). Activismo gordo y fanzines digitales (I): De niñas a gordas en T. Aránguez y O. Olario (Coords.). *Algoritmos, teletrabajo y otros grandes temas del feminismo digital* (pp. 284-306). Dykinson, S.L. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8768299

Méndez, G. y Cosio, I. (2022). I. Feminismo, gordofobia y neoliberalismo. En *Género y Gordofobia* (pp. 17-24). Centro de Investigaciones y Estudios de Género. https://cieg.unam.mx/docs/publicaciones/archivos/239.pdf

Ministerio de Igualdad. [@MinisteriodeIgualdad] (2023, 15 de marzo). *Estética y gordofobia |EIF2023* [Video]. Youtube https://www.youtube.com/watch?v=e-HJR462Lvs

Muñoz, P., Escobar, J., García. R. y Aguaded, I. (2021). Educomunicación inclusiva y discapacidad en la Región Andina: revisión cualitativa de avances y logros. *Revista Complutense de Educación*, *32*(1), 67-78. http://dx.doi.org/10.5209/rced.68017

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2021). *Género, medios & TIC: Nuevos enfoques de investigación, educación & capacitación*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375656

Organización Mundial de la Salud. (1996). *Informe de la reunión técnica sobre obesidad en la pobreza: situación de América latina*. https://tinyurl.com/36rx9je5

Pictoline. (2019). *Gordofobia*. https://www.pictoline.com/timeline?search=Gordofobia

Piñeyro, M. (2016). *STOP GORDOFOBIA y las panzas subversas.* Baladre. https://www.academia.edu/40409060/Stop_Gordofobia_y_las_panzas_subversas

Piñeyro, M. (2020). *Guía básica sobre gordofobia. Un paso más hacia una vida libre de violencia.* Gobierno de Canarias. https://www.gobiernodecanarias.org/igualdad/documentos/publicaciones/gordofobia_guia_26052021.pdf

Quirós, G. (2021). Gordofobia: existencia de un cuerpo negado. Análisis de las implicaciones subjetivas del cuerpo gordo en la sociedad moderna. *Revista Latinoamericana de Derechos Humanos*, *32*(1), 1-12, https://doi.org/10.15359/rldh.32-1.7

Red 4G. (2021). *De niñas a gordas*. https://anyflip.com/nrzgx/jrxq/

Rodriguez, B., van Barneveld, H., Gonzalez, N. y Unikel, C. (2010). Desarrollo y validación de una escala para medir imagen corporal en las mujeres jóvenes. *Salud mental, 33*(4), 325-332. https://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v33n4/v33n4a4.pdf

Salazar, S. G. (2020). Léxico e ideología sobre la gordofobia en la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, *83*, 93-107. https://doi.org/10.5209/clac.70566

Sena, W., Casillas, S., Barrientos, A. y Cabezas, M. (2019). La Educomunicación en el contexto de alfabetización de personas jóvenes y adultas en América Latina: estado de la cuestión a partir de una revisión bibliográfica sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 133- 171. https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1325

Suárez, W. y Sánchez, A. (2018). Índice de masa corporal: ventajas y desventajas de su uso en la obesidad. Relación con la fuerza y la actividad física. *Nutrición Clínica en Medicina*, *12*(3),128-139. https://doi.org/10.7400/NCM.2018.12.3.5067

UNAM Global TV. [@UNAMGlobalTV]. (2023a, 10 de marzo). *Contra la gordofobia* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=N0QLVsmSKbc&t=32s

UNAM Global TV. [@UNAMGlobalTV]. (2023b, 17 de marzo). *"La Ballena": más allá de la gordofobia, una reflexión sobre el amor y la culpa - UNAM Global* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=A25MAkOdyMw

UNAM Global TV. [@UNAMGlobalTV]. (2022, 14 de diciembre). *¿Qué es la gordofobia? - UNAM Global* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=uW6vjAw6l7M

Paula Nicolle Soria Molina

Ecuatoriana. Licenciada en Comunicación Social y Publicidad por la Universidad del Azuay, Ecuador. Adscripción actual: Universidad de las Artes, Ecuador. Líneas de investigación: educomunicación con enfoque de género, interseccional y decolonial, investigación de movimientos y corporalidades.
Correo electrónico: paula.soria@uartes.edu.ec

Claudia Marcela Barreiro Moreira

Ecuatoriana. Máster en Investigación en Arte y Diseño, especialidad en Creación Visual por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Adscripción actual: Investigadora profesional independiente. Líneas de investigación: educomunicación, enfoque de género, educación, diversidad cultural, artes e interculturalidad, soberanía epistémica, lengua y cultura.
Correo electrónico: claudia.barreiro@uaw.edu.ec