

Guía de comunicación inclusiva sobre corporalidades

Redacción y revisión: Lisette Joscovich, Mónica Ropaín, Soledad Bellido

Revisión de accesibilidad: Josías Vásquez

Diseño y diagramación: Andrea Gómez

Edición: 2023

Esta guía fue redactada para **MODII**, la primera plataforma virtual sobre comunicación inclusiva.

Las opiniones expresadas en esta obra no coinciden necesariamente con las opiniones de **IWORDS GLOBAL LTD**, las de su personal ni las de las personas consultadas para validar el texto.

Escribe a info@modii.org si deseas comunicarte con el equipo de MODII.

MODII agradece la participación de las siguientes personas en los grupos focales que se consultaron para validar esta guía:

- Adriano Numa
- Ainhoa Suárez Gómez
- Alejandro Recio Sastre
- Ana Patricia Cebreiros
- Carla Reátegui Ruíz
- Carolina Ferrante
- María Celeste Santin
- Diana Orihuela Ibañez
- Izchel Adriana Cosio Barroso
- Leo Corro
- Lorena Naveda
- Luisa Fernanda González Peña
- Mayaro Ortega Luyando
- Melina Amao Cenicerros
- Mercedes Estruch
- Mía Bacanelli

ÍNDICE

Guía de comunicación inclusiva sobre corporalidades

Introducción

Un dato

¿Por qué es importante usar una comunicación inclusiva al tratar temas relacionados con las corporalidades?

La clave

El punto de partida

Reconoce la diversidad humana y muestra los cuerpos que salen de la norma

Buenas prácticas

Promueve el cambio

Muestra cuerpos diversos sin ridiculizarlos o cuestionarlos

Deja atrás los estereotipos

- Estereotipos sobre el cuerpo en las identidades trans

- Estereotipos sobre el cuerpo en relación al género

- Estereotipos sobre el cuerpo en relación a pueblos y etnias

Crea mensajes que pongan en evidencia las narrativas discriminatorias

Cuando necesites nombrar, aléjate de los eufemismos

Deja de normalizar estándares de belleza inalcanzables

Di «adiós» a la crítica del cuerpo (body shaming)

Haz cumplidos sin reproducir estereotipos de belleza

- Cuando quieras hacer cumplidos, hazlos sobre la personalidad y no sobre el cuerpo.

- Y si quieres halagar el aspecto físico de una persona, hazlo sin reproducir estereotipos ni estándares de belleza inalcanzables.

Evita dar consejos no solicitados

Recuerda que la apariencia no es igual a la salud

¿Y si hablamos de esto?

De redes sociales, filtros y cuerpos

Distintos enfoques sobre los cuerpos: positividad y neutralidad

Referencias

Anexo de enlaces

Introducción

En esta guía, MODII te invita a cuestionar las narrativas tradicionales sobre los cuerpos de la gente. También a explorar alternativas para mostrarlos en tus mensajes y comunicar desde el reconocimiento de la diversidad humana.

Un dato

Según la **UNESCO (2019)**, el 32 % de la población estudiantil experimenta intimidación por sus pares. Esto es: una de cada tres personas. ¿Sabes cuál es el mayor motivo de intimidación? La apariencia física. ¿Y sabes quiénes tienen mayor probabilidad de sufrir acoso por su cuerpo o su cara? Las niñas.

¿Por qué es importante usar una comunicación inclusiva al tratar temas relacionados con las corporalidades?

- Para que tus mensajes contribuyan a normalizar el hecho de que todos los cuerpos son diferentes, y que eso está bien.
- Para dejar de crear expectativas poco realistas sobre el propio cuerpo y el de las demás personas.
- Para dejar de encasillar a los cuerpos en estereotipos que crean discriminación y hacen daño.

La clave

Mostrar que todos los cuerpos son válidos y comunicar sobre ellos sin caer en prejuicios y estereotipos.

El punto de partida

Reconoce la diversidad humana y muestra los cuerpos que salen de la norma

Hay cuerpos que las sociedades consideran ajustados a la norma. La idea de *normalidad corporal* clasifica los cuerpos de las personas: algunas corporalidades son legítimas y valiosas para esa sociedad y otras no lo son.

Esta norma es diferente según la época histórica y la cultura. En las sociedades occidentales, la normalidad del cuerpo —e incluso su belleza— se asocia con el color blanco o rosado de la piel, el cabello rubio y liso, los ojos claros, los dientes blancos, la delgadez, la ausencia de discapacidades, entre otras características.

Pero no se trata solo de ideas: **esto tiene un impacto directo en la vida de las personas, a nivel colectivo e individual.**

La *normalidad corporal* se convierte en un mandato social, en un «deber ser» que afecta cómo las personas se perciben a sí mismas y a las demás:

- Mucha gente es discriminada e invisibilizada por tener cuerpos que difieren de lo establecido como «normalidad» y «belleza».
- Mucha gente rechaza sus rasgos físicos porque se alejan de la norma, con la inseguridad, el dolor y los malestares que eso conlleva.
- Mucha gente pone en riesgo su salud física y mental con tal de cambiar sus cuerpos para que cumplan con los estándares de belleza.

MODII te invita a cambiar la mirada y aceptar que lo normal es la diversidad. Las corporalidades son diferentes, variadas, y van cambiando con el tiempo.

Los cuerpos vienen en tallas grandes, medianas y pequeñas, con más o menos partes y funcionan de modos distintos. Las pieles tienen distintos colores, marcas, manchas, cicatrices, acné y mucho más. El pelo puede ser liso, rizado, blanco, negro y de mil colores más. Las formas, los movimientos y las sensaciones son diferentes. ¡Y todo esto está bien!

La comunicación puede ayudar a reconocer y promover la diversidad de los cuerpos. Cuestionar los estándares, mostrar corporalidades que salen de la norma sin reproducir estereotipos y difundir nuevas narrativas son acciones que colaboran con el cambio social.

Pero recuerda: no basta con cambiar algunas palabras o imágenes, no se trata de hacerlo en ciertas fechas y no debe ser «para cumplir» o «para parecer».

La propuesta es que el reconocimiento de la diversidad atraviese todas tus prácticas comunicativas, y sea una invitación constante a problematizar y transformar las estructuras culturales.

Es una meta grande y un camino largo, pero toda gran tarea avanza con pequeños pasos. MODII te propone algunos en esta guía.

Buenas prácticas

En esta sección encontrarás algunos recursos y reflexiones que pueden ayudarte a reconocer la diversidad corporal cuando te comunicas.

Recuerda que la temática es un debate activo y que hay distintos enfoques al respecto. MODII te muestra ejemplos que contemplan distintas perspectivas, para que puedas elegir los que mejor transmitan tus ideas.

Si algún ejemplo no se corresponde con tu postura o lo que quieres transmitir, sigue leyendo y probablemente encuentres otro que sí te sirva. Si

sientes que ninguno de los ejemplos es acertado, puedes escribir a info@modii.org y consultar cómo decir lo que quieres decir.

Promueve el cambio

Cuestiona los mensajes que buscan posicionar una única forma admisible de cuerpo. Crea y comparte mensajes que valoren la diversidad.

| Cuestiona las narrativas tradicionales y evita reproducirlas | Crea y muestra nuevas narrativas que valoren la diversidad |
|--|---|
| «Yina Calderón dejó ver cicatrices de sus cirugías. Estaba pasada de tragos», Infobae | «Una artista convirtió sus estrías en obras de arte y se volvió viral», La Nación |
| «Cómo frenar la pérdida de cabello. Te estás quedando calvo por culpa de la dieta y del gimnasio», El Confidencial | «Cómo cuidar las calvas o las cabezas rapadas, según los dermatólogos», CuídatePlus |
| «Hablemos de sexo (ahora que he perdido 20 kilos)», El Mundo | «Sexo y estereotipos: todos los cuerpos pueden desear», TN |
| «Cómo tener una piel blanca», Mundo Deportivo | «La belleza del arcoíris de la piel humana», El País |

Muestra cuerpos diversos sin ridiculizarlos o cuestionarlos

Así contribuyes a que la gente tenga presente y acepte que hay cuerpos diferentes y que todos ellos son válidos y mostrables.

| Cuestiona y evita | Muestra también y sin estereotipos |
|---|---|
| <p>Mensajes, videos o imágenes que incluyen <i>únicamente</i> personas altas, delgadas, blancas o rosadas, sin discapacidad y que cumplen con los estándares de belleza tradicionales</p> | <p>Personas gordas</p> <p>Personas con albinismo</p> <p>Personas de baja talla</p> <p>Personas con discapacidad</p> <p>Personas mayores</p> <p>Personas de pueblos indígenas</p> <p>Personas afro</p> <p>Personas con alopecia</p> <p>Personas con acné</p> <p>Personas trans/<i>queer</i></p> <p>Personas intersexuales</p> <p>Personas con cicatrices, manchas estrías o celulitis</p> <p>Personas con diferentes características físicas</p> |

Sin embargo, no basta solo con mostrar. Es importante que te preguntes: ¿con qué fin muestras los cuerpos diversos? ¿Qué lugar les das al mostrarlos?

¿Qué historia estás contando y qué dices acerca de esos cuerpos? MODII te propone hacer un ejercicio.

Piensa en los personajes de tus series y películas preferidas durante la niñez y responde las siguientes preguntas. Quienes tenían rasgos fuera de la norma, ¿se asociaban con la maldad o con la bondad? ¿En cuántas historias románticas los papeles protagónicos fueron interpretados por personas gordas, con cicatrices o con alopecia? ¿En cuántas historias las personas tuvieron que cambiar características de su cuerpo para lograr algún tipo de aceptación?

Tú puedes ayudar, desde tu lugar, a que haya más representación de los cuerpos diversos y sin estereotipos. MODII te comparte algunos ejemplos para inspirarte.

| Cuestiona y evita mostrar | Mejor muestra |
|---|--|
| Personas con discapacidad solamente en situaciones donde reciben algún tipo de asistencia. | Personas con discapacidad en roles de autoridad, como en la gerencia de empresas. |
| Personas afrodescendientes y de distintas etnias mayormente en noticias vinculadas a hechos delictivos. | Personas afrodescendientes y de distintas etnias como protagonistas de producciones artísticas, referentes de ciencia y otras disciplinas. |
| Personas de baja talla siendo infantilizadas. | Personas de baja talla realizando actividades de la vida diaria con autonomía. |

| | |
|--|--|
| Personas gordas exclusivamente comiendo, en balanzas, en visitas médicas o en situaciones de enfermedad. | Personas gordas bailando <i>ballet</i> o realizando actividades que disfruten. |
|--|--|

Deja atrás los estereotipos

Al generar contenido o comunicarte en la vida diaria, identifica los estereotipos y aléjate de ellos.

¿Qué son los estereotipos? Son ideas o percepciones inexactas y generalizadas acerca de las personas. Existen algunos estereotipos ligados a la apariencia física y los ideales de belleza.

Los estereotipos sobre el cuerpo son peligrosos porque fomentan modelos hegemónicos de corporalidades. También pueden llevar a hacer asociaciones peligrosas: se vinculan ciertas características físicas con conductas, comportamientos o actividades específicas.

| Cuestiona y evita estos mensajes | Reflexiona y comunica sin reproducir estereotipos |
|--|---|
| Las personas de baja talla trabajan en espectáculos circenses. | Las personas de baja talla se desempeñan en una gran cantidad de áreas y puestos laborales. |
| Las personas gordas son perezosas. | Cualquier persona puede tener pereza. |

| | |
|---|--|
| Las personas que usan tatuajes y <i>piercings</i> son poco profesionales. | El profesionalismo depende de los hábitos de trabajo; no se lleva en la piel. |
| Juan no puede ser nutricionista... Mira el sobrepeso que tiene. | Toda persona que estudie la carrera de Nutrición y apruebe las materias puede ser nutricionista. |
| No puedes jugar al básquetbol, ya que no tienes la altura necesaria. | Personas de cualquier altura pueden jugar al básquetbol y hacerlo bien. |
| Nunca confiaría en un peluquero calvo. | La calvicie no es un obstáculo para estudiar peluquería y trabajar exitosamente en ese campo. |
| Depilarse es una cuestión de higiene. | Depilarse es una elección. |

Muchas veces, los estereotipos sobre el cuerpo se entrecruzan con otros:

Estereotipos sobre el cuerpo en las identidades trans

| Cuestiona y evita estos mensajes | Reflexiona y comunica sin reproducir estereotipos |
|--|---|
| Si quieres lucir como una mujer, debes... ...rasurarte mejor el bigote. | Te percibes como una mujer y no necesitas hacer nada en tu cuerpo para demostrarlo. |

| | |
|--|--|
| <p>...ponerte implantes mamarios.</p> <p>...hacer la cirugía de reafirmación de género.</p> | |
| <p>Si quieres lucir como un hombre, debes...</p> <p>...llevar el cabello corto.</p> <p>...tener más musculatura.</p> <p>...vendarte las mamas.</p> | <p>Te percibes como un hombre y no necesitas hacer nada en tu cuerpo para demostrarlo.</p> |

Estereotipos sobre el cuerpo en relación al género

| Cuestiona y evita estos mensajes | Reflexiona y comunica sin reproducir estereotipos |
|--|---|
| Las mujeres deben tener menos altura que los hombres. | Todas las personas tienen alturas diferentes. |
| Usar el cabello corto es de varón y usar el cabello largo es de mujer. | Puedes usar el largo de cabello que te resulte cómodo y agradable. |
| Juan, ¿qué haces con las uñas pintadas? No eres una niña. | Juan, para pintarte las uñas solo necesitas uñas y un esmalte. |
| ¡Qué asco! María tenía la axila llena de vellos. | Los vellos son una parte más de los cuerpos y no tienen nada de malo. |

Estereotipos sobre el cuerpo en relación a pueblos y etnias

| Cuestiona y evita estos mensajes | Reflexiona y comunica sin reproducir estereotipos |
|--|---|
| <p>Las personas afro que usan su cabello suelto lucen desprolijas, sucias y poco profesionales.</p> | <p>El profesionalismo tampoco se lleva en el cabello y no debería ser supuesto a partir de la apariencia.</p> <p>En cuanto a la suciedad, no hay nada intrínseco: cualquier tipo de cabello estará sucio solo cuando no se lave con frecuencia.</p> |
| <p>A pesar de sus rasgos indígenas, obtuvo el primer lugar en el concurso de belleza más famoso del mundo.</p> <p>Las personas indígenas tienen una belleza exótica.</p> | <p>Pertenecer a un pueblo indígena no es un pesar ni un obstáculo para ningún concurso ni actividad.</p> <p>Tampoco es preciso asociarlo a «lo exótico», que literalmente significa: «que es lejano y muy distinto con respecto al que se toma como referencia, que suele ser el propio».</p> |

Lo último: ¿en qué mensajes se pueden transmitir estos estereotipos? En conversaciones entre amistades, en publicidades, en chistes, en canciones, en noticias, en publicaciones en redes sociales. Realmente, en todos.

Crea mensajes que pongan en evidencia las narrativas discriminatorias

Muestra cómo ciertas prácticas comunicativas tienden a visibilizar solo cuerpos normativos y favorecen sesgos discriminatorios. Es un gran paso para impulsar transformaciones sociales.

Pon en evidencia y cuestiona las prácticas discriminatorias

«El algoritmo de Twitter elegía caras femeninas, blancas y delgadas. Un estudio lo demostró», [El País](#)

«Expertos en derechos humanos alertan: los algoritmos tienen sesgos y pueden discriminar», [Cambio 16](#)

«Lanzan campaña desde México contra el racismo y sesgos discriminatorios en plataformas y servicios digitales», [UNESCO](#)

«Se busca hablar de gordura y sexualidad pero desde los problemas. No existe la posibilidad de que el cuerpo gordo esté dentro del universo de un alto capital erótico para alguien», [TN](#)

Cuando necesites nombrar, aléjate de los eufemismos

Como ya sabes, MODII siempre te invita a reflexionar sobre el uso de las palabras. Muchas veces, al hablar de corporalidades, se evita describir a una persona como *gorda*, *flaca*, *alta*, *baja*, *morena*, *negra*, *rubia*, *castaña*, etc.

Desde la gramática española, estos términos son adjetivos que pueden usarse para describir, simplemente eso. Pero, desde un punto de vista social,

no es tan simple: cargamos a las palabras con connotaciones definidas por la época y la cultura.

Así, adjetivos como *gordo*, *gorda*, *negra*, *negro* y muchas más se han usado históricamente de manera peyorativa para agredir, insultar, burlar.

En los movimientos sociales, cada vez más personas apuestan por apropiarse de estos términos. Consideran que no usar estas palabras hace que se conviertan en un tabú y se sigan usando para herir: «Cuando las gordas empecemos a llamarnos *gordas* y nos apoderemos de la palabra sin agachar la cabeza, el resto entenderá que no nos duele que nos lo digan y la palabra perderá su sentido peyorativo», ([WeLoversize, 2018](#)).

En ocasiones, puedes necesitar describir cuerpos y rasgos físicos. Por ejemplo: al caracterizar un personaje en un texto literario, realizar una traducción, escribir artículos científicos o hacer *castings* para producciones artísticas. Cuando te encuentres en estas situaciones, MODII te sugiere evitar los eufemismos.

| Evita las expresiones eufemísticas | Usa los adjetivos para describir, sin darles sentidos peyorativos |
|--|---|
| Se buscan personas rellenitas para participar de un cortometraje. Se buscan personas grandotas para participar de un cortometraje. Se buscan personas extra large para participar de un cortometraje. Se buscan personas plus size para | Se buscan personas gordas para participar de un cortometraje. Se buscan personas de talla grande para participar de un cortometraje. |

| | |
|---|---|
| <p>participar de un cortometraje.</p> <p>Se buscan personas de curvas generosas para participar de un cortometraje.</p> | |
| <p>Este proyecto busca difundir los aportes a la ciencia realizados por personas de piel oscura.</p> <p>Este proyecto busca difundir los aportes a la ciencia realizados por personas morochitas.</p> | <p>Este proyecto busca difundir los aportes a la ciencia realizados por personas negras.</p> <p>Este proyecto busca difundir los aportes a la ciencia realizados por personas afro.</p> |
| <p>Moda para todos los cuerpos: una línea de ropa adaptativa para personas con capacidades diferentes.</p> | <p>Moda para todos los cuerpos: una línea de ropa adaptativa para personas con discapacidad.</p> |
| <p>Recordemos: tener pocitos en la piel no tiene nada de malo.</p> | <p>Recordemos: tener celulitis no tiene nada de malo.</p> |
| <p>Lucí tus reflejos blancos con orgullo.</p> | <p>Lucí tus canas con orgullo.</p> |
| <p>La modelo publicó un video donde habló sobre sus icónicas manchas en la piel.</p> | <p>La modelo publicó un video donde habló sobre el vitiligo.</p> |

Independientemente de estas sugerencias, **siempre que tengas la oportunidad, pregunta** a las personas o colectivos de quienes vas a hablar con qué términos o expresiones prefieren que se les nombre. Trata de conocer su contexto, su historia y entender qué significado le atribuyen a cada término.

Deja de normalizar estándares de belleza inalcanzables

Los estándares o cánones de belleza son conjuntos de características que una sociedad, en un momento dado, considera como bello o atractivo. Pueden cambiar en el tiempo y diferir para distintos grupos culturales.

Estos estándares de belleza suelen ser inalcanzables e irreales. Sin embargo, la publicidad y los medios muchas veces los muestran como el norte, como el camino a seguir. Y a veces se va incluso más allá, cuando se equipara un determinado tipo de cuerpo al éxito o al bienestar.

Desde una perspectiva de género, también sucede que las mujeres y las niñas han recibido una presión histórica mucho mayor sobre la forma en la que debían lucir sus cuerpos. En 2019, el Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista incluyó como publicidad sexista en su **Decálogo** a aquella que «presenta el cuerpo de las mujeres como un espacio de imperfecciones: muestra el cuerpo y los cambios experimentados como problemas a ocultar y/o corregir».

Pero, ¿sabes qué? Tú puedes ayudar a cambiar estas narrativas, cambiando lo que comunicas y la manera en la que lo haces.

| Cuestiona y evita estos mensajes | Reflexiona y promueve el reconocimiento de la diversidad |
|---|---|
| «¿Cómo llegar al verano sin | ¿Cuántos artículos como este has |

| | |
|---|--|
| <p>celulitis?», Ganar Vida</p> <p>«Operativo verano: ¡cómo llegar al verano con abdomen plano!», Contrapiel</p> | <p>leído en tu vida? Miles, seguro.</p> <p>Lo cierto es que para llegar al verano solo es necesario tener un cuerpo y que sea verano.</p> |
| <p>«Cómo tratar, corregir... y disimular las cicatrices», El Mundo</p> <p>«El arte de disimular estrías (porque sí, se puede)», Vogue</p> | <p>¿Por qué se asocian las cicatrices, manchas o estrías con verbos como «disimular», «esconder», «corregir»?</p> <p>Las cicatrices son parte de los cuerpos y las experiencias de vida.</p> |
| <p>«Tres métodos japoneses que prometen un cuerpo perfecto en poco tiempo», ABC Bienestar</p> | <p>¿Qué es un cuerpo perfecto? ¿Quién lo define? Los cuerpos son diversos y todos son válidos.</p> |

Di «adiós» a la crítica del cuerpo (*body shaming*)

Con la *normalidad corporal*, surgen narrativas que reprobaban o sancionaban a las personas por su apariencia cuando esta se aparta de la norma. Esto se conoce como la crítica del cuerpo o, en inglés, *body shaming*.

Las narrativas de *body shaming* humillan y hacen sentir culpa. Pueden afectar la autoestima de las personas y su salud mental, y favorecer o agravar la ansiedad, los síntomas depresivos, los trastornos alimentarios.

Estos mensajes también promueven actos discriminatorios y violentos. La situación se vuelve aún más grave cuando se entrecruzan maneras de

discriminar: por razones de sexo, orientación sexual, identidad de género, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, edad, salud, entre otras.

MODII te invita a identificar estos mensajes y alejarte de ellos: evita juzgar el cuerpo de las demás personas. Aquí tienes algunos ejemplos.

| Cuestiona y evita estos mensajes | Comunica información relevante y sin hacer <i>body shaming</i> |
|--|--|
| «Paparazzi expone a Selena Gómez: pálida y hasta pasada de libras, embarazo, dicen», El Diario | Selena Gómez conducirá 2 programas de televisión en 2024. |
| Vi a Martina en la playa y llevaba puesto un bikini. ¡Qué autoestima! | Vi a Martina en la playa. Estaba con una amiga riendo a carcajadas. |
| Es una pena. Felipe solo tiene cincuenta años y ya tiene mil arrugas. | Felipe tiene cincuenta años. |
| Queen Charlotte: las pieles oscuras y peinados desprolijos llegan a la realeza. | Queen Charlotte: los currículos escolares borran a las mujeres negras de la historia, pero la ficción las trae de regreso. |

Haz cumplidos sin reproducir estereotipos de belleza

Antes de hacer cumplidos que resaltan características corporales, piénsalo dos veces.

Ese intento de cortesía puede ser inapropiado o, incluso, hacer daño. Por ejemplo: la gente acostumbra a elogiar los cuerpos que entran en la norma, como los delgados. Imagina un «¡Cómo has adelgazado y qué bien te ves!»

que le llega a una persona que no quiere adelgazar o que padece algún trastorno alimenticio. Estarías haciendo un comentario fuera de lugar y causando malestar en esa persona.

Para evitar los cumplidos desacertados, MODII te propone 2 estrategias:

Cuando quieras hacer cumplidos, hazlos sobre la personalidad y no sobre el cuerpo.

| Cuestiona y evita | Mejor usa |
|--|--|
| ¡Estás más flaca y te ves divina! | ¡Estás radiante! Qué lindo verte así. |
| Estás más musculoso que antes y eso te hace más atractivo. | Se te nota una buena energía y eso te hace muy atractivo. |
| Qué cuerpazo se te vio en la presentación. | Qué reflexiones más brillantes hiciste en la presentación. |

Y si quieres halagar el aspecto físico de una persona, hazlo sin reproducir estereotipos ni estándares de belleza inalcanzables.

| Cuestiona y evita | Mejor usa |
|--|--|
| Me encanta tu maquillaje. Tapa tus pecas y tu piel se ve perfecta. | Me encanta lo que hiciste con tu maquillaje. Destaca tus rasgos. |
| ¡El pelo alisado te queda mucho mejor! | ¡El pelo alisado te sienta tan bien como tus rizos! |

| Cuestiona y evita | Mejor usa |
|---|--|
| Ese traje cubre todos tus tatuajes y te hace lucir más profesional. | Ese traje tiene un corte perfecto y te queda muy bien. |

Evita dar consejos no solicitados

Antes de aconsejar a alguien con respecto a su cuerpo, asegúrate de que la otra persona desea recibir tus sugerencias. Aún mejor: no des consejos si no te los piden expresamente.

Hay un truco muy sencillo para evitar los consejos desafortunados. Es la regla de los cinco segundos: si lo que vas a aconsejar sobre el cuerpo de otra persona puede cambiarse en cinco segundos, entonces, haz la sugerencia. Si no, el silencio será tu mejor aliado. Por ejemplo, si alguien va a entrar a una entrevista de trabajo y tiene algo entre sus dientes, díselo. Esa persona podrá solucionarlo en menos de cinco segundos.

A continuación, MODII te muestra algunos enunciados que puedes cuestionar y reflexiones para cambiar la mirada:

| Cuestiona y evita estos mensajes | Cambia la mirada y reflexiona |
|--|--|
| Usa manzanilla para blanquear tu piel. Estás muy moreno. | ¿Te pidieron estos consejos? La persona que los recibe, ¿los desea? Recuerda que el color de la piel, las |
| Maquíllate bien para esconder tus pecas. Se ven raras. | |

| | |
|---|--|
| Come sano y haz ejercicio para que dejes de estar tan gordita. | <p>pecas, las manchas, los cuerpos gordos, las narices anchas y la alopecia son indicadores de que las personas son diversas. MODII te invita a promover mensajes que acepten y abracen esta diferencia.</p> <p>Y recuerda: a nadie le corresponde juzgar el cuerpo de otras personas.</p> |
| Con la nariz más fina te verías más bonita. Te recomiendo un cirujano. | |
| Te estás quedando calvo. ¿Pensaste alguna vez en hacerte un implante capilar? | |

Recuerda que la apariencia no es igual a la salud

La apariencia es un conjunto de características que conforman el aspecto exterior de alguien. La salud, para la OMS, «es un estado de completo bienestar físico, mental y social». Si bien esta definición ha recibido críticas, hay consenso respecto de la necesidad de entender la salud de manera integral. En consecuencia, la sola apariencia de alguien de ningún modo puede ser un indicador de su estado de salud.

Sin embargo, hay narrativas que sostienen que una apariencia hegemónica es sinónimo de buena salud. O incluso van más allá: hay que tener un cuerpo ajustado a la norma a costa de la salud física y mental. No se trata de mensajes tan explícitos, sino de discursos que se van instalando de maneras muy sutiles.

¿Cómo puedes ayudar a cambiar esto? Analiza los mensajes de manera crítica y evita reproducir aquellos que vinculan la salud a la estética, incluso a costa de la misma salud.

MODII pone bajo la lupa los siguientes mensajes:

| Cuestiona y evita estos mensajes | Promueve la reflexión |
|--|--|
| <p>Juan se hizo un blanqueamiento dental hace unos meses y, si tiene los dientes así de blancos, no hay manera de que no estén sanos.</p> <p>No es normal tener los dientes tan amarillos. Debe tener alguna enfermedad bucal.</p> | <p>El color de los dientes puede variar de una persona a otra y no necesariamente indica una buena o mala salud o higiene bucal.</p> <p>Además, hay muchos casos de personas que sufrieron daños en los dientes a causa de tratamientos estéticos.</p> |
| <p>Lo mejor es usar isotretinoína para no tener esos granos molestos. Solo debes soportar algunas contras, como tener los labios cortados o que te sangre la nariz.</p> | <p>¿Realmente es mejor sufrir hipersensibilidad cutánea, sangrados o síntomas peores, que tener acné? Lee esta historia sobre los efectos de estos medicamentos.</p> |
| <p>Nunca vas a lograr tener los glúteos tan firmes solo con ir al gimnasio. ¿Por qué no pruebas inyectarte metacrilato? Tendrás un cuerpazo.</p> | <p>Promesas como estas han provocado gravísimos problemas de salud en muchísimas personas, en especial a mujeres cis y trans.</p> |
| <p>María está en su mejor momento: delgada y guapísima.</p> | <p>Muchas personas adelgazan debido a problemas de salud, tratamientos y otras circunstancias. Y muchas</p> |

| | |
|--|---|
| Juan, mira el tamaño de tu barriga. Debes dejar de comer tanto y hacer ejercicio, lo digo por tu salud. | personas gordas están saludables a nivel físico y mental. MODII te sugiere contemplar la salud tanto física como mental en todas las tallas. |
|--|---|

¿Y si hablamos de esto?

De redes sociales, filtros y cuerpos

Las redes sociales son una fuente inagotable de ideas diferentes e interesantes. Sin embargo, muchas de ellas se enfocan en la imagen y pueden llegar a ser un factor de presión para encajar en cuerpos normativos, idealizados, irreales.

¿Una de las razones? Las redes sociales tienen filtros con los que la gente puede modificar su apariencia física en las fotos y los videos que publica. Muchos de estos filtros están diseñados para ajustar las características corporales reales a lo que socialmente se ha convenido que es normativo, bello o perfecto. Los filtros ayudan a alcanzar, al menos en la virtualidad, estándares corporales inalcanzables en el mundo físico.

Con frecuencia, al usar excesivamente los filtros, las personas se desencantan por la diferencia entre su cuerpo en las redes y el que está frente al espejo. Esto puede generar rechazo al propio cuerpo, problemas de autoestima, inseguridades o ansiedad por no encajar en los estándares corporales dominantes.

Esta problemática afecta especialmente a las mujeres, las adolescentes y las niñas, porque socialmente se les exige más que a cualquier otra población ajustarse al modelo hegemónico de belleza.

Es importante difundir mensajes que alerten sobre este y otros fenómenos sociales que tienen consecuencias negativas sobre la percepción de los cuerpos y el bienestar de la gente.

Algunas personas famosas han ido más allá: han dejado de usar filtros en redes de manera muy consciente. Así comunican que es legítimo tener un cuerpo que se aleja de la norma.

Distintos enfoques sobre los cuerpos: positividad y neutralidad

En esta búsqueda por habitar los cuerpos de manera más consciente y diversa, surgen distintos enfoques. MODII te cuenta un poco más.

La **positividad corporal** es un movimiento que se centra en amar tu cuerpo tal como es, con sus colores, marcas y formas. Apunta a tener una imagen corporal positiva y celebrar el propio cuerpo, sin importar si encaja o no con la norma. Surge en oposición a las narrativas que promueven el rechazo de los cuerpos que no cumplen con los cánones de belleza.

La **neutralidad corporal** también fomenta la aceptación del cuerpo tal como es, pero sin la presión de tener que amarlo y celebrarlo. Este enfoque entiende que el amor propio implica un proceso largo y complejo, y busca evitar la frustración que muchas personas experimentan cuando no se sienten a gusto con sus rasgos. La premisa es el respeto por los cuerpos en toda su diversidad, en tanto permiten vivir y estar en el mundo.

| | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Positividad corporal | Neutralidad corporal |
|-----------------------------|-----------------------------|

| | |
|---|--|
| Amo mi cuerpo porque sé que es hermoso a su manera. | Mi cuerpo merece respeto incluso en los días que me cuesta quererlo. |
|---|--|

Si bien tienen sus diferencias, estos movimientos no son opuestos entre sí. Ambos se erigen en contra de la negatividad corporal, cuestionan las narrativas de la «normalidad» y valoran la diversidad de los cuerpos.

Es probable que se desarrollen nuevas perspectivas respecto de las corporalidades. Los procesos de cambio se acompañan de debates sumamente enriquecedores. MODII los seguirá con atención para mantener actualizadas las reflexiones y prácticas que se comparten en esta guía.

Referencias

- Body Positive MX (s.f.). [Body Neutrality y Body Positive: acuerdos y diferencias.](#)
- Chirix García, Emma Delfina (2009). [Los cuerpos y las mujeres kaqchikeles.](#)
- Gabby de Cicco - AWID (2017). [Activismo gordo, sudaca, latino, punk y desviado.](#)
- Gobierno de Canarias (2021). [Guía didáctica: violencia estética e imposición del ideal de la belleza.](#)
- Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (2022). [¿Qué ves cuando me ves? Aportes, perspectivas y reflexiones sobre la discriminación y la política de los cuerpos gordos.](#)
- Junta de Andalucía (2019). [La imagen de las mujeres en los medios de comunicación y la publicidad: una mirada desde Andalucía.](#)
- Junta de Andalucía (2019). [Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad.](#)
- Media Monk (s.f.). [A practical guide to inclusive marketing - Body type.](#)
- Mejor con salud (s.f.). [Neutralidad corporal vs. Positividad corporal: ¿cómo se diferencian?](#)
- Nature Medicine (2020). [Joint international consensus statement for ending stigma of obesity.](#)
- Rosato, A. y colaboradores (2009). [El papel de la ideología de la normalidad en la producción de discapacidad.](#)
- UNESCO (2019). [Más allá de los números: poner fin a la violencia y el acoso en el ámbito escolar.](#)
- WeLoversize (2018). [Soy gorda, no rellenita.](#)
- World Federation of Advertisers (2021). [Diversidad y representación: Guía sobre posibles áreas de sesgo en el proceso creativo.](#)

Anexo de enlaces

A continuación, encontrarás los enlaces a secciones de la página de MODII y a otros sitios web relevantes. Por ejemplo, a términos clave para entender esta guía o a documentos de apoyo.

Sitio web de MODII: www.modii.org

Sitio web de IWORDS Global: www.iwordsglobal.com

Documento de la biblioteca digital de la UNESCO, «Más allá de los números: poner fin a la violencia y el acoso en el ámbito escolar»:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378398>

Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad, Instituto Andaluz de la Mujer: <https://www.juntadeandalucia.es/iam/catalogo/doc/iam/2005/186.pdf>