



# Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

“El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital”

Que como parte de los requisitos para  
obtener el Grado de  
Maestra en Comunicación y Cultura Digital

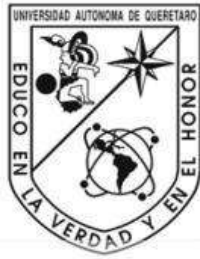
Presenta:

Irene Calderón Mazzotti

Dirigido por:

Dr. Pedro Flores-Crespo.

Santiago de Querétaro, Querétaro 2021



**Universidad Autónoma de Querétaro**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Maestría en Comunicación y Cultura Digital**

“El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital”

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de Maestra en Comunicación y Cultura Digital

Presenta:

Irene Calderón Mazzotti

Dirigida por:

Dr. Pedro Flores-Crespo

Dr. Pedro Flores-Crespo  
Presidente

Dr. Jorge A. González  
Secretario

Dr. Sergio Rivera  
Vocal

Dra. María Inés Landa  
Suplente

Dra. María de la Luz Fernández Barros  
Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Fecha de aprobación por el Consejo Universitario: agosto 2021

México

## Índice de contenido

Índice de contenido .....	3
Índice de Contenido .....	6
Índice de Imágenes .....	7
Agradecimientos .....	11
Prefacio .....	13
Resumen .....	16
Capítulo I. Introducción .....	17
Aseveraciones del <i>fitness</i> en la cultura digital .....	19
Crecimiento del <i>fitness</i> en datos .....	27
¿Por qué estudiar el <i>fitness como</i> estilo de vida en el marco de la cultura digital? .....	44
Primer acercamiento al objeto de estudio .....	49
Premisas y advertencias .....	51
¿Cuál es el problema de investigación? .....	53
¿Qué se quiere investigar? .....	55
¿Por qué no hemos podido entender la interrelación entre cuerpo y redes sociodigitales? ..	62
Objetivo general .....	63
Preguntas de investigación .....	63
Capítulo II. Estado del arte .....	65
Instagram como herramienta, técnica; desde el <i>marketing</i> y desde la visualidad .....	69
Fitness .....	83
Fitness en binomio salud-belleza .....	84
Clínica de la obesidad .....	87
Salud digital .....	92
Subjetividades (significados, prácticas y estilo de vida) <i>fitness</i> .....	96
Conclusiones .....	103
Capítulo III. Marco teórico .....	107
Fenomenología feminista .....	107
El cuerpo como sujeto-objeto .....	114
Cultura corporal .....	120
Aclaraciones teórico-conceptuales .....	121
Actor-red .....	122

Subjetividades en la cultura digital .....	131
Cuerpo mediado y remediado en y por la cultura digital.....	133
La remediación de la fotografía en <i>Instagram</i> .....	138
<b>Capítulo IV. Diseño metodológico .....</b>	<b>149</b>
¿Cómo se va a responder? Diseño metodológico.....	151
Descripción de la población y la muestra de estudio .....	154
Categorías de análisis .....	156
Técnicas para la recolección de datos .....	157
<b>1. Relato de vida .....</b>	<b>161</b>
Actoras clave.....	163
Entrevistas narrativas.....	165
Instrumento para la recolección de datos: Guion de preguntas fase 1 y fase 2.....	167
¿Cómo se modificó el análisis a partir del confinamiento? Una reflexión técnica .....	171
Aclaraciones sobre el levantamiento y la sistematización de la información .....	173
<b>2. Etnografía para el internet.....</b>	<b>185</b>
Instrumentos para la recolección de datos.....	187
Sistematización de la información de la etnografía para el internet: visualidad en los perfiles y los <i>hashtags</i> .....	192
<b>Capítulo V. Análisis e interpretación de resultados.....</b>	<b>200</b>
Ser saludable.....	200
Estilo de vida .....	205
<i>Fitness</i> y respaldo científico .....	223
Plataformas sociodigitales y cuerpo .....	230
Visualidad en <i>Instagram</i> .....	249
Operación como un indicador de corporalidad visual.....	253
Socialización mediante <i>Instagram</i> .....	265
Contenido “prosumido” en <i>Instagram</i> .....	269
<i>Instagram</i> y el cuerpo.....	278
Género.....	284
Cambios por la Covid 19 .....	300
<i>Fitness</i> .....	300
Consumo .....	302

<b>Corporalidad</b> .....	304
<b>Capítulo VI. Conclusiones</b> .....	309
<b>Anotaciones sobre la Covid 19</b> .....	318
<b>Referencias</b> .....	324
<b>Anexos</b> .....	337
Cartas de consentimiento .....	337
<b>Etnografía para el Internet</b> .....	341
<b>Paso 2</b> .....	341
<b>Paso 3</b> .....	344
<b>Imágenes de los #fitness, #gym y #fitnessmotivation:</b> .....	353
<b>Capturas de pantalla de los perfiles de las cuatro mujeres entrevistadas:</b> .....	360
Debi.....	360
Mónica .....	383
Gabriela.....	404
Zihu .....	420
<b>Transcripciones:</b> .....	439
<b>Debi:</b> .....	439
<b>Mónica</b> .....	454
<b>Gabriela</b> .....	468
<b>Zihu</b> .....	479

## Índice de Tablas

Tabla 1. Frecuencia de las categorías al preguntar las razones por las cuales se ejercitan .....	50
Tabla 2. Revisión de la literatura por país .....	67
Tabla 3. Revisión de la literatura por año .....	68
Tabla 4. Revisión de la literatura por categorías/temáticas propias .....	104
Tabla 5. Correlación entre pregunta de investigación, categorías, objetivos y las técnicas. ....	152
Tabla 6. Conceptos derivados de las preguntas de investigación, categorías, subcategorías, variables observables en correspondencia con las temáticas para las entrevistas narrativas. ....	153
Tabla 7. Explicación operacional de las entrevistas narrativas según las categorías de análisis, su definición, la dimensión y subdimensiones y los indicadores. ....	158
Tabla 8. Primera fase de las entrevistas narrativas .....	176
Tabla 9. Matriz de los cuatro perfiles en <i>Instagram</i> .....	179
Tabla 10. Orden de la segunda fase de las entrevistas narrativas .....	182
Tabla 11. Visualización de los cinco pasos a seguir para la Etnografía para el internet .....	190
Tabla 12. Participantes y fecha del análisis de los perfiles, además la información obtenida según cada perfil .....	193
Tabla 13. <i>Hashtags</i> o etiquetas más utilizadas en los perfiles de Debi, Mónica, Gabriela y Zihu. ....	194
Tabla 14. Frecuencia de los <i>hashtags</i> más utilizados por las cuatro mujeres para determinar los 3 que se categorizarán .....	195
Tabla 15. Prácticas del estilo de vida <i>fitness</i> con sus características específicas con las nociones en las que se recargan .....	248
Tabla 16. Narrativas en la dimensión visualidad: cuerpo completo, ropa deportiva y ropa casual. ....	260
Tabla 17. Frecuencia de fotografías según lo que están haciendo las personas que en ellas aparecen: ¿están haciendo ejercicio? ¿están posando? ¿son imágenes de comida? ¿son infografías? .....	262
Tabla 18. Prácticas visuales específicas sustentadas bajo ciertas nociones, ideas y/o significados. ....	263
Tabla 19. Descripción y enumeración de las historias destacadas de los cuatro perfiles. ....	270
Tabla 20. Cambio en el número de publicaciones de los cuatro perfiles del 23/09/2020 al 23/10/2020 .....	275
Tabla 21. Descripción en <i>Instagram</i> de los cuatro perfiles .....	276
Tabla 22. Registro del número de publicaciones en los <i>#fitness</i> , <i>#gym</i> y <i>#fitnessmotivation</i> del 21 de octubre del 2020 al 21 de abril del 2021. ....	282
Tabla 23. Socialización mediante <i>Instagram</i> .....	283
Tabla 24. Frases que describen y generalizan a las mujeres según Zihu, Gabriela, Debi y Mónica .....	294
Tabla 25. Frecuencia, según el sexo, de las personas que salen en las fotografías identificadas con los <i>#fitness</i> , <i>#gym</i> y <i>#fitnessmotivation</i> .....	296
Tabla 26. Ser mujer en el ámbito del <i>fitness</i> : las prácticas y sus especificidades .....	299
Tabla 27. Demostración de la vida antes del encierro por la covid 19, los cambios durante los primeros dos meses de encierro, los cambios en las prácticas y sentimientos de los 3 a los 6 meses de encierro y los testimonios al respecto. ....	306
Tabla 28. Categorías de las 135 fotografías por perfil de <i>Instagram</i> .....	341

Tabla 29. Categorías de las imágenes identificadas con los <i>#fitness</i> , <i>#gym</i> y <i>#fitnessmotivation</i> .....	344
Tabla 30. Frecuencia de los <i>hashtags</i> utilizados por Debi, Mónica, Gabriela, Zihu. ....	345
Tabla 31. Sistematización de las 135 fotografías del perfil en <i>Instagram</i> de Debi .....	363
Tabla 32. Sistematización de las 135 fotografías en <i>Instagram</i> del perfil de Mónica .....	386
Tabla 33. Sistematización de las 135 fotografías del perfil de <i>Instagram</i> de Gabriela .....	407
Tabla 34. Sistematización de las 135 fotografías del perfil de <i>Instagram</i> de Zihu .....	423

## Índice de Imágenes

Imagen 1. La interseccionalidad del género, los discursos biomédicos, el consumo y la cultura digital visibilizada en el cuerpo .....	60
Imagen 2. Los cuerpos de las mujeres fragmentados por las tecnologías del yo y del cuidado de sí: subjetividades, <i>fitness</i> y tecnologías digitales. ....	61
Imagen 3. Sugerencia para la visualización gráfica de un planteamiento cualitativo (Sampieri, Collado & Lucio, 2014, p. 363) .....	151
Imagen 4. Prácticas materializadas en el estilo de vida <i>fitness</i> determinado por significados .....	160
Imagen 5. Imagen mostrada durante la segunda fase de las entrevistas para preguntar con qué forma de cuerpo se identifica cada mujer. ....	170
Imagen 6. Imagen mostrada durante la segunda fase de las entrevistas para preguntar con qué porcentaje de Masa Corporal se identifica cada mujer. ....	170
Imagen 7. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @ziihu al 23/09/2020 .....	177
Imagen 8. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @sisoydebi al 23/09/2020 .....	177
Imagen 9. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @gabbrielareyes al 23/09/2020 .....	178
Imagen 10. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @momurrieta al 23/09/2020 .....	178
Imagen 11. Etiquetas que aparecen cuando se busca la palabra <i>fitness</i> en los <i>Hashtags</i> . ....	196
Imagen 12. <i>#Fitness</i> en <i>Instagram</i> : diferencia entre destacados y recientes .....	197
Imagen 13. Captura de pantalla del perfil de @santiagopgm en <i>Instagram</i> .....	233
Imagen 14. Captura de pantalla del perfil de @santiagopgm en <i>Instagram</i> .....	233
Imagen 15. Captura de pantalla del perfil de @viviwinkler en <i>Instagram</i> .....	234
Imagen 16. Captura de pantalla del perfil de @viviwinkler en <i>Instagram</i> .....	235
Imagen 17. Captura de pantalla del perfil de @elbapeka en <i>Instagram</i> .....	235
Imagen 18. Captura de pantalla del perfil de @elbapeka en <i>Instagram</i> .....	236
Imagen 19. Captura de pantalla del perfil de @angelaborgeswellness en <i>Instagram</i> .....	236
Imagen 20. Captura de pantalla del perfil de @angelaborgeswellness en <i>Instagram</i> .....	237
Imagen 21. Captura de pantalla del perfil de @brookewellss en <i>Instagram</i> .....	239

Imagen 22. Captura de pantalla del perfil de @brookewellss en <i>Instagram</i> .....	240
Imagen 23. Captura de pantalla del perfil de @anita_herbert en <i>Instagram</i> .....	241
Imagen 24. Captura de pantalla del perfil de @anita_herbert en <i>Instagram</i> .....	241
Imagen 25. Captura de pantalla del perfil de @senada.greca en <i>Instagram</i> .....	242
Imagen 26. Captura de pantalla del perfil de @senada.greca en <i>Instagram</i> .....	242
Imagen 27. Carta de consentimiento: Zihu.....	337
Imagen 28. Carta de consentimiento: Gabriela .....	338
Imagen 29. Carta de consentimiento: Mónica .....	339
Imagen 30. Carta de consentimiento Debi .....	340
Imagen 31. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	353
Imagen 32. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	353
Imagen 33. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	353
Imagen 34. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	353
Imagen 35. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	354
Imagen 36. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	354
Imagen 37. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	354
Imagen 38. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	354
Imagen 39. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitness .....	355
Imagen 40. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	355
Imagen 41. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	355
Imagen 42. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	355
Imagen 43. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	356
Imagen 44. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	356
Imagen 45. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	356
Imagen 46. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	356
Imagen 47. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	357
Imagen 48. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #fitnessmotivation .....	357
Imagen 49. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	357
Imagen 50. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	357
Imagen 51. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	358
Imagen 52. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	358
Imagen 53. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	358
Imagen 54. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	358
Imagen 55. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	359
Imagen 56. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital <i>Instagram</i> del #gym.....	359



<i>Imagen 57. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym.....</i>	<i>359</i>
<i>Imagen 58. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>360</i>
<i>Imagen 59. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>360</i>
<i>Imagen 60. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>360</i>
<i>Imagen 61. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>361</i>
<i>Imagen 62. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>361</i>
<i>Imagen 63. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>361</i>
<i>Imagen 64. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>361</i>
<i>Imagen 65. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>362</i>
<i>Imagen 66. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>362</i>
<i>Imagen 67. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>362</i>
<i>Imagen 68. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>362</i>
<i>Imagen 69. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>363</i>
<i>Imagen 70. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi.....</i>	<i>363</i>
<i>Imagen 71. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>383</i>
<i>Imagen 72. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>383</i>
<i>Imagen 73. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>383</i>
<i>Imagen 74. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>383</i>
<i>Imagen 75. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>384</i>
<i>Imagen 76. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>384</i>
<i>Imagen 77. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>384</i>
<i>Imagen 78. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>384</i>
<i>Imagen 79. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>385</i>
<i>Imagen 80. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>385</i>
<i>Imagen 81. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>385</i>
<i>Imagen 82. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica.....</i>	<i>385</i>
<i>Imagen 83. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>404</i>
<i>Imagen 84. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>404</i>
<i>Imagen 85. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>404</i>
<i>Imagen 86. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>404</i>
<i>Imagen 87. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>405</i>
<i>Imagen 88. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>405</i>
<i>Imagen 89. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>405</i>
<i>Imagen 90. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>405</i>
<i>Imagen 91. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela.....</i>	<i>406</i>

<i>Imagen 92. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela .....</i>	<i>406</i>
<i>Imagen 93. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela .....</i>	<i>406</i>
<i>Imagen 94. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela .....</i>	<i>406</i>
<i>Imagen 95. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>420</i>
<i>Imagen 96. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>420</i>
<i>Imagen 97. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>420</i>
<i>Imagen 98. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>420</i>
<i>Imagen 99. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>421</i>
<i>Imagen 100. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>421</i>
<i>Imagen 101. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>421</i>
<i>Imagen 102. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>421</i>
<i>Imagen 103. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>422</i>
<i>Imagen 104. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>422</i>
<i>Imagen 105. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>422</i>
<i>Imagen 106. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>422</i>
<i>Imagen 107. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu .....</i>	<i>423</i>

## **Agradecimientos**

¿A quién le agradecería si le tuviera que agradecer a alguien? A quien es conmigo y, con eso, soy. Y, entonces, somos.

A quienes dan sentido a la tríada que me conforma, fortalece e impulsa: a mi mamá, a mi hermana y a quien soy con, gracias y por ellas.

A mi papá, que con sus grandes elocuencias me ha confrontado con quien soy y con lo que no soy, también. Porque eso que no soy es lo que me hace ser.

A las mujeres en mi vida: mi abuela Frida, mi tía Honorata, mi tía Frida y a Renata. A la primera por el linaje del cual formo parte, a Honorata por ser mi segunda madre y por sus enseñanzas de otros planetas, literal. A Frida por siempre recibirme con un: “¡Yíyerex!” y a Renata por ser la mejor hermana menor y cuidar de papá. A todas mis amigas y conocidas. A todas las mujeres que han pasado por mi vida. A mí misma por comprender lo que, para mí, es ser mujer y ser femenina y masculina.

A Juan Pablo que ha compartido conmigo y me ha permitido compartirme con él durante un año de encierro, dolores y aprendizajes, siempre con mucho amor. Por ser un abrazo enorme, constante y lleno de paz.

A Erick, Óscar y Carlos, por estar, ser y hacer conmigo. Por ser el sostén emocional y académico durante la maestría y la cuarentena. A Mariana por abrir las puertas de su casa y cuidarme como una segunda madre queretana.

Gracias a Debi, Mónica, Gabriela y Zihu que aprendieron, reflexionaron y me ayudaron a hacer esta tesis. Más que participantas se han convertido en amigas.

A la Universidad Autónoma de Querétaro, a la rectora Teresa García Gasca, a las Coordinadoras del Programa de la Maestría en Comunicación y Cultura Digital, la Dra. Lidia García y la Dra. Betsabee Fortanell Trejo. Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), de los Estados Unidos Mexicanos, por su apoyo durante veinticuatro meses y, sobre todo, por los 15 meses que fueron de pandemia.

Con el corazón en la mano, gracias a la Dra. Lidia García por orientarme el primer semestre de la Maestría, al Dr. Pedro Flores-Crespo por dirigir mi investigación en cuanto la

Dra. Lidia García ya no estuvo. Gracias por confiar en mí, en mi trabajo y mi capacidad, y por dejarme bastante libre. Gracias al Dr. Sergio Rivera Magos que, con sus enseñanzas y cuestionamientos, me orientó y apoyó. Al Dr. Jorge A. González por permanecer en mi vida académica y ser un soporte. A la Dra. María Inés Landa por sus aportes incluso antes de que supiera que formaría parte del sínodo y a la Dra. María de la Luz Fernández Barros por las oportunidades que me dio y sus comentarios tan precisos.

Dos años de transformaciones y aprendizajes continuos que culminan en estas letras. Esta va por la Irene Calderón Mazzotti de hace dos años que no sabía si estaba haciendo lo correcto, pero lo estaba intentando de todos modos. Por quien alguna vez se vio al espejo y quiso bajar o subir de peso, por quien se ha llenado de críticas por no parecerse físicamente a alguien o por no verse como las fotografías la retratan.

Estas letras, muchas o pocas, van para las que ya no están y deberían seguir aquí; para las que se han sentido culpables de tener el cuerpo que tienen y las hacer ser quienes son; para quienes se han sentido menos por su corporalidad.

## Prefacio

Este apartado está lleno de interrogantes que incitan a la reflexión; pues sólo así logramos enfrentarnos —hasta cierto punto— con nosotros mismos, y entender la objetividad como parte de nuestra subjetividad. Continúo, y abro la invitación a quien lee y desee reflexionarse; entendiendo esta reflexión enmarcada desde otros, desde lo económico, político, social, cultural e histórico; desde los consumos, las prácticas, los discursos, los estilos de vida y la publicidad; desde los cuerpos, los significados, las representaciones, las presentaciones y los estereotipos; desde lo digital como adjetivo calificativo, posesivo o relacional; desde las actuaciones digitales, las fotografías digitales, los dispositivos y las aplicaciones. Podría decirse de otro modo y comprender la reflexión desde la propia biografía.

Alguna vez ¿ha pensado de alguien con sobrepeso o unos kilos de más que es una persona que “está así porque quiere”, “por flojo”, “por desconocimiento”, “por no cambiar sus hábitos alimenticios”, “por sedentario” o porque “se dejó” o “descuidó”? O bien, ¿ha pensado en términos positivos y/o negativos según el cuerpo de alguien más? ¿Ha emitido un juicio u opinión tanto positiva como negativa acerca del cuerpo de otra persona? ¿Lo ha comparado con otros cuerpos? ¿Lo ha comparado con el suyo? ¿Ha pensado: “me veo mejor que él/ella” o “quisiera estar como ella/él”? ¿Se ha preguntado, por el aspecto de otra persona, si se ve enfermo, cansado o tiene un problema de salud mental, emocional o físico? O bien, ¿se ha basado en el físico para cuestionarse la salud o los buenos hábitos del otro? Ahora, ¿alguna de las anteriores le ha ocurrido por mirar y consumir el contenido en alguna plataforma sociodigital, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* o *TikTok*?

¿Por qué el cuerpo se ha vuelto un territorio en disputa? (Calderón, 2018) ¿Quiénes lo disputan? ¿Cómo, y qué pierden, qué ganan? Y así nos reconocemos, a partir de la disputa, como algo perdido que buscamos ganar de otra manera. ¿Acaso reivindicar la libertad sexual es sinónimo de mostrar nuestro cuerpo cada vez más? ¿Aceptar o amar, celebrar u honrar nuestro cuerpo es evidenciarlo? ¿Será suficiente? ¿Lo seremos nosotros? O sólo buscamos reconocimiento, confirmar algo que queremos con *likes* y comentarios ajenos. Las

publicaciones de las plataformas sociodigitales a las que me refiero, que hablan sobre “superación personal” o “superación corporal” y muchas veces muestran fotografías, intentan evitar la vergüenza mostrando el cuerpo (sea como éste sea) o buscan la aprobación de los demás, todos sus “seguidores” o amigos, a través de *likes* o comentarios. ¿Alguna vez se llega o alcanza verdaderamente la “superación personal”? Y ¿se llegará a ella mediante la “superación corporal”, entendiendo que la *superación corporal* comprende aquellos cambios en las prácticas convertidas en hábitos que modifican físicamente el cuerpo? Es decir, la *superación corporal*, en el *fitness*, está estrechamente relacionada con los cambios físicos, mismos que derivan en otros cambios o “mejoras” en la seguridad y autoestima, así como en prácticas específicas.

¿Alguna vez, amigos, amigas, familiares o parejas le han dicho: “¡qué delgad@ te ves!” como un cumplido? O ¿alguien alguna vez ha decidido que su personalidad, actitud o aptitud están determinadas por su físico? Y, usted, ¿ha agradecido los “cumplidos” recibidos cuando ha perdido peso? ¿Alguna vez, ¿ha sentido cierta presión por disminuir su grasa corporal? ¿Se ha sentido presionado por cambiar su físico, ya sea, aumentar o disminuir su pecho, caderas, vientre, sus brazos o sus piernas? En caso de que alguna vez haya bajado o subido de peso, ¿usted se ha sentido más saludable? Y si sí, ¿podría describir con palabras cómo se siente la salud? ¿Sabe identificarla? ¿Cómo se ve ésta?

Somos y tenemos cuerpos. Cuerpos medidos, comparados en función de otro; de un pasado, presente y futuro propios; de un ideal; de otras mujeres, hombres, que consideramos “bellos”, “guapos”, “inteligentes”, “exitosos”. Nos definimos, como cuerpos, por la mirada de uno y del otro, del espejo o la fotografía que nos toman o tomamos. Exigidos en el qué comer, cuánto, dónde y cuándo hacerlo; vigilados y controlados por el ejercicio y los movimientos específicos para crecer los glúteos o perder las mal llamadas lonjas o llantitas, para disminuir las caderas o aumentar los músculos de los brazos, y aún así, obligados a quererse, así: con estrías, marcas de nacimiento, lunares, etcétera. Somos cuerpos enmarcados en un ideal de amor propio marcado por los demás, y en función de ellos. Cuerpos juzgados tanto por los otros, las otras, como las fotos, las poses, el espejo, o uno mismo, aplaudidos o negados, aceptados y reconocidos o estigmatizados. Flacos, gordos, con

curvas o delgados; con mucha o poca grasa, mucho o poco músculo; modificados y modificándose, con cirugías, *botox*, *baby botox*: siempre en disputa, consigo mismo, con el otro, con el lente o con las fotografías (Calderón, 2018), con las industrias farmacéuticas, alimentarias, cosméticas. Pero cuerpos: en colectivo, sanos y vivos. Inscribiéndose, cuerpos en imágenes, números y textos, resignificándose a partir de cada inscripción.

¿Por qué importa tanto verse bien? Asumimos que la gente se ejercita porque quiere estar saludable, pero ¿realmente es así? ¿O será que así inicia? Uno primero quiere verse bien, pero ¿el discurso cambia y algo nos hace justificarnos con la persecución de la salud? Perseguir el ideal de la salud es la excusa perfecta para no preguntarnos ni reflexionar acerca de nuestras verdaderas inseguridades, miedos y fobias. La “obesofobia” o “gordofobia” denominada como: “*fear of gaining weight*” (Doctor, Kahn & Adamec, 2009, p. 363), por ejemplo. Yo me pregunto, ¿a qué y por qué deberíamos tener miedo? ¿A ganar peso o a ser llamado, visto y catalogado como “gordo”? O ¿miedo a los gordos?

¿Qué significa ser y estar saludable en términos de prácticas/actuaciones digitales? ¿Cómo se significa, reconoce y diferencia a un usuario, en plataformas sociodigitales, saludable de otro que no lo es? ¿Se visibiliza en el aspecto físico o por lo que se muestra en plataformas sociodigitales? ¿Cuál es el discurso en torno al estilo de vida *fitness*? ¿Qué actuaciones/prácticas digitales sustentan el estilo de vida *fitness* en *Instagram*?

¿Qué papel juega *Instagram* como sistema simbólico en la representación del grupo social *fitness*? ¿Acaso *Instagram* pudiera ser productor de nuevos estereotipos corporales de salud y belleza? ¿O sólo se trata de un soporte digital, como muchos otros, que reproduce los mismos estereotipos corporales de salud y belleza, previamente instaurados por los “viejos medios” o “tradicionales”? ¿Las plataformas sociodigitales (o *Instagram*) permiten la pluralización de cuerpos y bellezas? ¿Y esta pluralización de cuerpos acaso es permitida porque amplía el mercado y beneficia a las empresas?

## **Resumen**

La fenomenología feminista como mirada que evidencia la normalización de las prácticas incorporadas de salud y belleza ligadas al estilo de vida *fitness* en las mujeres. Ante la pregunta: ¿Cómo se construye la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*? Así como ¿cuál es el papel de la fotografía en la remediación de las subjetividades y prácticas que las jóvenes tienen respecto a su cuerpo? Se responden con etnografía para el Internet para comprender las visualidades corporales y las prácticas hegemónicas del *fitness* y se triangula con entrevistas narrativas a cuatro mujeres. Se resalta el papel de la fotografía digital para la, propuesta propia, hiperconciencia corporal.

## **Palabras clave:**

Mujeres, salud, belleza, *Instagram*, cuerpo.



## Capítulo I. Introducción

En los siguientes capítulos se desarrollan ciertas aseveraciones del *fitness* en la cultura digital, el planteamiento del problema y el estado del arte. El primero enlista y relaciona datos sobre el crecimiento del *fitness*. El segundo apartado, referido al planteamiento del problema, incluye la descripción del fenómeno a investigar: el estilo de vida *fitness*. Posteriormente se enumeran las preguntas, los objetivos y la justificación, y, por último, se menciona la viabilidad de la investigación. En el segundo capítulo se encuentra el estado del arte y está dividido según las categorías que enmarcan el objeto de estudio.

Previo a continuar, debe aclararse que el *fitness* puede definirse como el conjunto de prácticas donde se conjugan los discursos normativos de salud y de belleza. Esta conjunción se nombrará binomio salud-belleza. Sin embargo, más adelante se explicita su conceptualización. Asimismo, el *fitness* está caracterizado por el ejercicio rutinario y una dieta específica para conseguir un objetivo particular: el trabajo y/o la modificación del cuerpo para alcanzar características físicas específicas.

En este caso, el *fitness* se presenta como un estilo de vida enmarcado por un entorno cultural y social que se ha ido construyendo y modificando conforme pasan los años, según el contexto histórico, político y económico. Al considerarse una de las tantas escenificaciones del binomio salud-belleza, lo *fitness* en particular, responde a ciertos hábitos, consumos y sentimientos y nociones que ciertas personas desarrollan y mantienen. Dicho de otro modo, referir al *fitness* como estilo de vida permite complejizar su crecimiento en México sin obviar la relación que tiene con el entorno político y económico.

Se denomina al *fitness* como estilo de vida enmarcado en el contexto de la cultura digital. Esto dado que no puede entenderse lo que sucede en y con lo material o analógico sin pensar que está, necesariamente, acompañado o determinado por lo digital. Por lo tanto, debe entenderse que en esta investigación se engloba al ejercicio y a la dieta, tanto en lo digital como en lo analógico y se sintetiza en la conceptualización de *fitness*. Cabe aclarar que, más adelante, se hará la denominación de *fitness* analógico y *fitness* digital únicamente

para operacionalizar las remediaciones que han permeado a la práctica cultural en los últimos años.

Más adelante se mencionan conceptos como: estilo de vida, dispositivos y aplicaciones informáticas (a partir de ahora: aplicaciones), consumo y publicidad, cultura corporal, consumo alimenticio, consumo deportivo (ropa, proteínas, etc.), a continuación se hacen las aclaraciones conceptuales pertinentes:

La ideología es un concepto propio que fue construido a través de una revisión de literatura (Bell, 1988; Larraín, 1984; Thompson, 2002; Veron, 1993; Van Dijk, 1999) y, se define así: “sistema de creencias, valores y acciones reales o imaginarios, creados, aprendidos y reproducidos en y por un grupo de sujetos, que además pretenden o logran por medio de soportes materiales inducir comportamientos, hábitos y/o prácticas” (Calderón, 2018, p. 30).

Por “discurso” se entiende aquella mezcla de actividades cuya función es la producción, reproducción o cambio de ideologías, también interviene en la construcción del sujeto, de la significación y en la denominación del valor de las cosas, implica la manifestación de identidades y de pertenencia a un grupo. Entonces el discurso se presenta como: a) Expresión de ideologías; b) determinante en las prácticas sociales y; c) configurador de significación y de sujetos. Cabe resaltar que el discurso puede ser descrito en palabras, en imágenes, en anuncios o en fotografías, es decir, en diferentes soportes materiales (Calderón, 2018). El estilo de vida se refiere al resultado de prácticas y discursos sustentados por una ideología específica, que deriva en consumos específicos, ideales y actitudes que reproducen dicho estilo de vida (Calderón, 2018).

Por dispositivos y aplicaciones se comprende aquellos soportes materiales y digitales que cuantifican y convierten en datos las prácticas de los sujetos. Por ejemplo, correr es una práctica analógica que requiere de los tenis como soporte material para no lastimarse los pies. Sin embargo, se utilizan dispositivos y aplicaciones para contabilizar o convertir en datos la cantidad de pasos dados, el tiempo, la velocidad y la distancia que se corrió (Lasén & Casado, 2014; Lupton, 2017b). Asimismo, el consumo y la publicidad en las plataformas sociodigitales, en concreto, *Instagram*, suponen una relación dialéctica entre lo público y lo

privado. Es decir, uno compra y muestra, a través de sus plataformas sociodigitales, lo que compró y sin, necesariamente, darse cuenta, está haciendo publicidad digital del producto adquirido (Vite, 2018).

Por último, la cultura corporal se refiere al “conjunto de valores, usos, saberes, creencias, normas y pautas de conducta que delimitan las apreciaciones y prácticas corporales en un determinado contexto social” (Barbero, 2001, p. 22). Los modelos normativos corporales parecen estar determinados por múltiples factores tales como: ideología y discursos que desembocan en un estilo de vida específico que, a su vez, se relaciona con decisiones estatales y empresariales sobre los productos y hábitos que son considerados “saludables” para la población. Es decir, el o los modelos corporales se regulan y modifican según parámetros tecnológicos y, ahora, probablemente digitales. La práctica cultural *fitness* ha desencadenado el desarrollo de un estilo de vida *fitness* donde los modelos corporales normativos se encuentran ligados a una estética específica que está determinada por el contexto donde se desenvuelve, así como por la tecnología y la cuantificación o datafización (Lupton, 2017a) de los cuerpos a través de dispositivos y aplicaciones.

### **Aseveraciones del *fitness* en la cultura digital**

En este apartado se trata la definición del *fitness*, es decir, qué es, quiénes lo practican, con qué se identifica, cuáles son los discursos que lo enmarcan y configuran, los dispositivos y aplicaciones digitales que lo remedian. También, se hace una definición propia y operativa del *fitness* a partir de otras propuestas. En segundo lugar, se muestran los últimos datos que se tienen en México respecto a la industria *fitness* y el auge de esta como posible respuesta y solución frente a la pandemia de la obesidad. En tercer lugar, se describe la relación entre la práctica *fitness* y el cuerpo con determinadas características físicas, emocionales y actitudinales, y cómo se media y remedia con, gracias y por las TIC.

El *fitness* —me atrevo a afirmar más que a negar— es una probable respuesta a la pandemia de la obesidad sin dejar de consumir. La noción se alimenta del miedo que algunos tienen, han tenido o tendrán a ser gordos. Así, se responsabiliza individualmente a las personas por sus consumos y prácticas “poco saludables” sin observar que es un problema

de la oferta de alimentos, entre otras variables. Es justificar que la salud pertenece solo a quienes tienen cierto capital social, económico, cultural y específico (en este caso, el conocimiento del *fitness*), es decir, un capital global amplio. Se trata de, mediante consumos y prácticas específicas como ejercitarse, alimentarse de cierta manera, ir al nutriólogo, llevar una dieta o régimen alimenticio, mostrarles a los otros lo saludable que es uno.

Suele leerse la palabra *fitness* y sobreentenderse que se trata de una práctica donde el ejercicio y la modificación del cuerpo se ven implicados, sin embargo, no hay una sola definición al español que explique y describa lo que el *fitness* es. Vilodre Goellner (2008) lo describe como:

Un conjunto de dispositivos que opera en torno a la construcción de una representación del cuerpo que conjuga, como sinónimos, salud y belleza, asociándolas a términos representados como plenos de positivities, entre ellos, “bienestar”, “calidad de vida” y “vida saludable”. [...] envuelve una multiplicidad de intervenciones que abarca mucho más que la actuación específica de los gimnasios y de otros espacios destinados a la ejercitación física. Congrega una red de prácticas y discursos [...] En ese contexto, la expresión *fitness*, [...] tiene su significado ampliamente expandido, designando no apenas la adquisición de una capacidad orgánica, sino a adhesión a una idea, un estilo, una (*sic*) forma de ser y de comportarse. Pero, además de la relación con la forma física, *fitness* se tornó [en] un adjetivo que agrega valor a diversos servicios y productos. (Goellner, 2008, p. 8).

Entonces, cuando se habla de *fitness* se describe un conjunto de prácticas justificadas como estilo de vida que, a su vez, permite identificar a quienes se ven envueltos en ésta. Además, el ser *fitness* no se desenvuelve únicamente en los gimnasios o espacios para ejercitarse, y esto se evidencia y desarrolla más por la cuarentena a partir de la covid 19 donde, se hace muestra que el ser *fitness* abarca cada espacio de la casa. Esto, en los últimos

años se ha convertido en un adjetivo que designa valor, características emocionales, hábitos y consumos a quienes lo practican. También, está enmarcado por el imperativo de belleza y de salud hegemónicos tras denominarse aquella práctica que los conjuga como sinónimos. Es decir, existe un estigma sobre las personas que “no se cuidan” haciendo ejercicio y estando a dieta.

Inés Landa (2011) considera al *Fitness* como:

Aquel artefacto de (auto) gestión corporal cuya función es la de inscribir a los sujetos en regímenes de (auto)gobierno y subjetificación capitalísticos [... (producto del orden capitalístico que, a su vez, activa una máquina de producción de subjetividad que fija desde la etapa de la infancia a los individuos a los ensamblajes mercantiles del capital)] De este modo, el *fitness* deviene un dispositivo corporal, y simbólico, generador de subjetividad. (Landa, 2011, p. 14).

Landa explica que el *fitness* labra sobre los sujetos nociones de auto control enmarcados en el contexto económico capitalista, es decir, el estilo de vida se convierte en un artilugio que deja huellas en el cuerpo, en los significados y en las prácticas que, a su vez, buscan empatar con el consumo de ciertos productos y/o servicios. El desarrollo del *fitness* como estilo de vida lo relaciona con actos mercantiles y de objetificación de los cuerpos, las prácticas y las nociones. Dicho de otro modo, casi como si no perteneciera al estilo de vida *fitness* quien no asiste a un gimnasio o quien no consume proteína en polvo, o quien no empata con la noción del esfuerzo por encima de todo para moldear el cuerpo de cierto modo.

Asimismo, Landa (2011) investiga los orígenes de la palabra *fitness* derivada de la lengua escandinava (*fitten*) y del inglés antiguo (*nes*). La palabra se descompone en: *fit* + *nes* “el primer elemento es un adjetivo, mientras que el segundo es un sufijo de acción que otorga la propiedad de cualidad o estado al sustantivo que deviene de la articulación del sufijo con el adjetivo *fit*” (p. 47). Sin embargo, en el *Cambridge Dictionary* se define como: *the condition of being physically strong and healthy*.

El *fitness*, lo *fitness*, verse *fitness*, practicar *fitness*, estar *fit*, sentirse *fit* son maneras muy diversas de conjugarlo. La variedad de las formas de utilizarlo, refieren a que es un sustantivo que deriva del verbo *fit*. El verbo *fit* se define, según *Cambridge Dictionary*, como: A) *being right or going in the right place*; B) *to be the right shape or size for someone or something*; C) *to put or fix something somewhere*; D) *to be the same as or like something*; E) *to be suitable for something*<sup>1</sup>. Como sustantivo tiene las siguientes definiciones: A) *the condition of being physically strong and healthy*; B) *the quality of being suitable for a particular purpose, job, course of study*; C) *the state of being fit*; D) *biology*; E) *the degree of adaptation of an organism to its environment, determined by its genetic constitution*; F) *the ability of an organism to produce viable offspring capable of surviving to the next generation*; G) *the condition of being fit; suitability, appropriateness, healthiness, etc*<sup>2</sup>. Los sinónimos de *fitness* son: *appropriateness, qualifications, adaptation, competence, health, strength, good health, vigour*<sup>3</sup>. ¿Qué y cómo se entiende y visibiliza la salud, la fuerza, la competencia? ¿Cómo se visibiliza, entonces, el o lo *fitness*?

Las numerosas definiciones que hay de *fitness* aluden a modelos normativos que son configurados histórica y culturalmente, es decir, se asume que es una condición, una cualidad, un estado, un nivel de adaptación o una habilidad. Sin embargo, se acompaña a estas categorizaciones con calificativos como: saludable, fuerte, estar en el lugar correcto. El problema que se encuentra en este sustantivo es que determina como biológico construcciones sociales y culturales que responden, a su vez, a los discursos médicos, biologicistas y psicologistas.

---

<sup>1</sup> A) tener razón o ir al lugar correcto; B) tener la forma o el tamaño adecuados para alguien o algo; C) poner o arreglar algo en alguna parte; D) ser igual o parecido a algo; E) ser apto para algo.

<sup>2</sup> A) la condición de ser físicamente fuerte y saludable; B) la calidad de ser adecuado para un propósito particular como trabajo, curso de estudio; C) el estado de forma; D) biología; E) el grado de adaptación de un organismo a su entorno, determinado por su constitución genética; F) la capacidad de un organismo para producir descendencia viable capaz de sobrevivir hasta la siguiente generación; G) la condición de estar en forma; idoneidad, idoneidad, salubridad, etc.

<sup>3</sup> Idoneidad, calificaciones, adaptación, competencia, salud, fuerza, buena salud, vigor.

Sin embargo, la propuesta de este escrito es categorizar al *fitness* como una de las tantas prácticas que engloba el binomio salud-belleza. Entendido este último como el conjunto de actuaciones que naturalizan la belleza como escenificación de la salud bajo un tipo de cuerpo específico, es decir, con características particulares.

Este binomio actúa en conjunto y tiene las siguientes características: a) naturaliza el pensamiento de que la salud es belleza y la belleza es salud; b) se escenifica en prácticas enfocadas en la salud, en estar y, sobre todo, verse saludable; c) tiene una estética justificada por índices corporales como porcentaje de grasa corporal e índice de masa corporal; d) muestra al consumo de ciertos productos como modo para llegar a ser saludable. El salud-belleza, o bien, la naturalización que asume a la belleza como escenario de la salud y a la salud escenificada en belleza, se representa en diversos consumos y prácticas, tales como: el *skincare*, los cosméticos, las cirugías estéticas, los procedimientos no quirúrgicos, el turismo médico, el spa, el *wellness* y, por último, el *fitness*.

En el *fitness*, enmarcado por el binomio salud-belleza, suele asumirse que lo saludable puede observarse a simple vista. Se oye en los gimnasios que el entrenador o la entrenadora están muy *fit*, que cuidan mucho su alimentación y por eso tienen el cuerpo que tienen. La naturalización de que la salud es belleza está asociada a un tipo de cuerpo específico: musculoso, con poca grasa corporal, definitivamente no gordo. También, las prácticas que se desprenden de él están enfocadas en la salud, en estar y verse saludable, algunas de ellas son: ejercitarse, consumir ciertos alimentos en ciertas porciones, no tomar alcohol, no consumir comida procesada, pero sí consumir proteínas en polvo. Así, tiene una estética específica justificada por índices corporales que evalúan la composición corporal y se consideran indispensables para calificar la salud de las personas, como: índice de grasa corporal, índice de masa corporal, edad del cuerpo según el esfuerzo que hacen los órganos para funcionar. Y, por último, suele relacionarse al *fitness* con consumos específicos, tales como: ropa deportiva, alimentos sin azúcar y sin grasa, proteínas, por mencionar algunos.

Entonces, el *fitness* como fenómeno social remediado asume que configura y reconfigura hábitos, rutinas, consumos, publicidades, discursos, ideologías, cuerpos, personas, espacios físicos, ideales, instituciones, saberes y conocimientos, todos los

anteriores enmarcados en el contexto de la cultura digital. Es decir, las subjetividades que reproducen el estilo de vida *fitness* se remedian por y a través de las tecnologías digitales, dispositivos, aplicaciones y plataformas sociodigitales.

Brad Millington (2016) afirma que hay un segundo "auge *fitness*". Este está marcado por la proliferación de dispositivos como los rastreadores portátiles, tales como pulseras para medir frecuencia cardíaca, contar pasos, medir calorías quemadas y consumidas. El primer auge del *fitness* dice, inicia en los años setenta y ochenta y "se caracteriza por la mayor disponibilidad de 'herramientas' de *fitness* y la suposición de que buscar un estilo de vida 'adecuado' equivalía a una vida responsable" (p. 1184). El nuevo apogeo o *boom* del *fitness* no llega a sustituir las prácticas del primero, sino que intensifica las tendencias, ideas y prácticas del primero. Es decir, convergen. A través de una investigación cualitativa donde muestra las características del primer y segundo auge del *fitness* consigue caracterizar el segundo como: personalizado, conectado en red, sociotécnico, interactivo, intensificador de los datos, apto para el prosumidor y donde se combinan las nuevas y viejas formas de la mercantilización.

La anterior es la única investigación, de las revisadas, donde se categoriza al *fitness* en dos momentos diferentes, es la única que busca dividir para, posteriormente, comprender con mayor precisión el *fitness* como proceso, pues identifica los elementos y las relaciones entre ellos. En este caso resulta relevante observar el fenómeno de manera separada y posteriormente conjuntar las partes. Recordando que lo *fitness* es "cultural e históricamente contingente; mucho depende de los paradigmas dominantes de la ciencia de la salud, las prácticas cotidianas y la moda" (Powers & Greenwell, 2017, p. 530) y de las innovaciones tecnológicas y digitales.

Si bien, en esta investigación no se plantea que existen dos etapas del *fitness* en el sentido *online* y *offline*, sino de momentos complementarios que se remedian y convergen uno con el otro. Por tanto, no se habla del *fitness online* y el *fitness offline* como fenómenos separados, al contrario, se piensa al estilo de vida *fitness* remediado bajo la lógica de los planteamientos de Amparo Lasén y Héctor Puente (2016), es decir, el *fitness* como conjunto de actuaciones mediadas y remediadas por los dispositivos y plataformas sociodigitales. La



lógica de la remediación es descrita, de primer momento, por Bolter y Grusin (2000) y se profundiza sobre esto más adelante.

El *fitness* es una de las tantas actuaciones culturales que se ha visto remediada por el internet y las TIC, dado que “participan en situaciones, prácticas y relaciones que ya estaban siendo mediadas, e integran o asimilan a los medios que los precedieron” (Lasén & Puente, 2016, p. 7). A continuación, se muestran unos ejemplos sobre estos cambios y representaciones múltiples. Operativamente se denomina *fitness offline* a aquel permeado por una lógica materialista que coexistió con los “viejos medios” (Jenkins, 2008) o “medios tradicionales” (Lasén & Puente, 2016), y *fitness online* al mediado y remediado por los dispositivos y aplicaciones digitales. Sin embargo, únicamente se refiere a éstos diferenciadamente en este apartado, más adelante se asume que el estilo de vida *fitness* conjunta ambos al grado de no existir una diferencia clara entre éstos.

El primero se refiere a aquel donde el espacio para practicarlo es el gimnasio, los alimentos son comprados en el supermercado y todo es “natural” —hasta cierto punto—, sin tantos conservadores ni innovaciones. El *fitness offline* puede propiciar que se mida manualmente el ritmo cardíaco para saber si uno está perdiendo grasa al hacer el ejercicio. Los entrenadores, además, asisten a escuelas y se preparan en institutos presenciales para posteriormente entrenar gente en los gimnasios. Así como los nutriólogos que asisten a las universidades para formarse como licenciados y poder, así, dar consulta.

En el segundo, permeado por la ola digital, se entiende aquel fenómeno donde uno puede entrenar en cualquier lugar y a cualquier hora porque existen aplicaciones que configuran rutinas específicas según las necesidades, los deseos, el tiempo y las herramientas que estén al alcance del usuario. Los alimentos son pedidos por aplicaciones y son llevados hasta el hogar de las personas gracias a aplicaciones como *Rappi*, *Didi Food*, *UberEats*. Los entrenadores pueden verse a través de las aplicaciones o pueden asesorar a los usuarios a distancia; o bien, uno puede inspirarse en los vídeos de rutinas que la gente sube a *YouTube*, *Tiktok* o *Instagram*; los nutriólogos pueden asesorar a distancia. Además, existen dispositivos digitales que miden los pasos, las calorías y los latidos.

Como se puede ver, el *fitness* remediado representa un fenómeno relativamente nuevo que merece atención desde la literatura en comunicación y cultura digital dado que está modificando hábitos, consumos, significados y modelos normativos corporales en las personas. La introducción a una realidad donde los cuerpos son cada día más regulados y medidos puede traer consigo beneficios para las personas que puedan costear dichos dispositivos y aplicaciones, pero también, está día a día revelando datos personales a industrias que generan sus ganancias “sanando” personas que no padecen una enfermedad real. Es decir, el *fitness* remediado por la interacción cotidiana entre los mundos *offline-online* está modificando la realidad de las personas; está abriendo nuevos espacios para la reflexión y la regulación de lo digital (en cuanto a los datos personales); además permite pensar a la cultura corporal como un fenómeno que se modifica a partir de la participación de, ahora, millones de personas en las plataformas sociodigitales compartiendo sus hábitos y consumos legítimos mediante fotografías y vídeos.

Si bien, logran identificarse dos ejes en el *fitness*: el *offline* o analógico y el *online* o digital, esto no elimina la relación de convergencia (Jenkins, 2008) que hay entre ellos. Es decir, dado que coexisten ambos ejes, se comunican y modifican entre ellos, en esta investigación se asumen los puntos de encuentro desde las categorías: remediación y agencia compartida. La propuesta de esta investigación es denominar *fitness* a la conjunción de ambas realidades materiales y digitales donde una determina y modifica a la otra a tal grado que resultan nebulosos los límites entre ellas.

El *fitness* como un conjunto de prácticas culturales que ligan a un estilo de vida particular se inspira en Pierre Bourdieu (2010). En primer lugar, porque “cuando se aborda una práctica cultural cualquiera, interrogarse a sí mismo en tanto practicante de esa práctica” (Bourdieu, 2010, p. 253). En este caso, quien escribe este texto redactado de manera impersonal soy yo, y quien se pregunta por la práctica en tanto practicante de ella, soy yo. Así, la investigadora (yo) se ve sumergida en la investigación.

Las prácticas culturales, dice Bourdieu (2010), “son reconocidas y preparadas (...), (son) niveladas todas las cosas, la influencia del origen social es muy fuerte en materia de ‘cultura libre’ o de ‘cultura de vanguardia’” (p. 232). La práctica cultural supone un capital

cultural y económico específicos y “tanto más con arreglo a los ingresos, por supuesto dentro de los límites del capital cultural, cuanto más elevado es el coste directo que tienen o cuanto más subordinadas estén a la posesión de equipos costosos” (Bourdieu, 2000, p. 267). Asimismo, suponen prácticas legítimas y no legítimas o mal vistas, pues son un conjunto de “características auxiliares que, a título de exigencias tácitas, pueden funcionar como principios de selección o de exclusión reales sin ser jamás formalmente enunciadas” (Bourdieu, 2000 p. 100).

Lisa Gitelman (2006), define a la comunicación como una práctica cultural, entendida como: “una colocación ritualizada de diferentes personas en el mismo mapa mental, compartiendo o comprometiéndose con ontologías populares de representación” (p. 7). En el marco teórico, se retoma esta discusión sobre el *fitness* como práctica cultural que genera costumbres y hábitos legítimos y no legítimos; que requiere de cierto capital económico y cultural, así como a la investigadora como practicante de dicha práctica.

Se decide considerar al *fitness* como práctica cultural específica contenido en un estilo de vida, dado que, conceptualmente, permite: a) Analizarlo como productor de consumos específicos. Así como: b) Configurador de costumbres y hábitos específicos que lo diferencian de otras prácticas culturales corporales. Asimismo, como: c) Generador de una ideología y discursos específicos que sustentan un estilo de vida *fitness*. También, propicia: d) el desarrollo de dispositivos digitales y *apps* específicas; e) Autoriza la propuesta de una estética corporal particular ligada a un tipo específico de salud y, por último, f) Identifica a quienes no pertenecen a tal estilo de vida dado que no realizan o empatizan con la práctica del *fitness*.

### **Crecimiento del *fitness* en datos**

A continuación, se mencionan algunos datos que contraponen el desarrollo de las prácticas del binomio salud-belleza con la realidad en México. México es el cuarto país en todo el mundo en el que se realizan más cirugías, según un reporte de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS) (Clínicas Zurich, 2021). Los cinco procedimientos principales fueron (en 2020), según el ISAPS: aumento de senos, aunque

disminuyó 3.6% frente al 2018; liposucción; remodelación de la nariz; cirugía de párpados y la abdominoplastia.

Asimismo, la ISAPS presentó los resultados de su encuesta global anual de Procedimientos Estéticos y Cosméticos donde se muestra un incremento del 7.4% de procedimientos frente al 2019. Esta indagación arroja información sobre la disminución en los procedimientos para el aumento de senos y, al contrario, aumentaron 10.7% las cirugías para retirar implantes. En contraposición, las intervenciones para aumentar los glúteos incrementaron un 38.4% en 2019, así como el levantamiento de glúteos un 25.5%.

Algunos investigadores consideran que los procedimientos faciales han disminuido por el crecimiento de la cosmiatría y procedimientos no invasivos ni quirúrgicos (Naciónfarma, 2019). Sin embargo, las intervenciones no quirúrgicas más populares a nivel mundial son: toxina botulínica, ácido hialurónico, remoción de vello, reducción de adiposidad no quirúrgica y fotorejuvenecimiento (PR NewsWire, 2020).

A su vez, el abaratamiento de los costos médicos para cirugías estéticas y procedimientos quirúrgicos en México ha permitido que sea considerado como la segunda potencia mundial en el turismo médico, según el Secretario de Turismo del Gobierno de México (Gobierno de México, 2019) y se mantiene para el 2020, según reportes de El Financiero (Canales, 2021). Dicho concepto corresponde al flujo migrante de estadounidenses a México para realizarse procedimientos quirúrgicos o cirugías estéticas, ya que es mucho más económico realizárselas en México. El flujo anual es de hasta tres millones de personas que vienen a México en búsqueda de tales intervenciones. Lo anterior ha generado que se inicien planes de desarrollo de centros especializados en cirugías y procedimientos quirúrgicos para pacientes internacionales. Según *El Financiero* (2019) “la industria del turismo médico representa una derrama económica de 23 mil millones de dólares” (párr. 3), el turismo médico incluye procedimientos estéticos y no estéticos. Sin embargo, los tratamientos más solicitados, según un estudio de la *BBC* (2019), son: Odontología, Cirugía estética (350 cirugías diarias) y Bariatría, contra la obesidad (80

realizadas cada día). Cabe mencionar que el turismo médico se afectó y, hasta cierto punto, se detuvo por la pandemia de la Covid 19.

Por otra parte, México se ha convertido en el principal destino *wellness*<sup>4</sup> en América Latina, y en onceavo lugar a nivel mundial. El mercado del *wellness* está valuado en 10, 500 millones de dólares. Los centros *wellness* son considerados espacios para la relajación de las personas, por ejemplo, servicios de *spa*, *yoga*, tratamientos de belleza, masajes (Mendoza, 2019), en estos centros se busca satisfacer las demandas de un huésped que quiere decir "adiós al estrés" y "hola a la relajación, la vida y el estilo saludable" (Bancomext, 2019, párr. 9). Según Landa y Córdoba (2020) el *wellness* se “refiere a un estado de armonía energética y de uso eficiente de este recurso por parte de un agente que se concibe como ser [...] Este ser integra cuerpo, mente y espiritualidad” (p. 71).

La categoría *wellness*, traducida como bienestar, engloba prácticas que tienen como objetivo último el mantener un estilo de vida saludable, por lo que incorpora alimentos llamados: *light*, *orgánicos*, saludables y funcionales. Así como prácticas dirigidas al ser espiritual y mental. Los mexicanos destinan, según el reporte de consumo de Nielsen “entre el 8% y el 26% del gasto habitual a alimentos catalogados como saludables” (Forbes, 2019, párr. 1). Cabe preguntarse a qué se le denomina “saludable”, ya que, existen datos, según un estudio de Statista sobre la frecuencia de consumo de comida saludable en México en 2019 y 2020, el 47.3% (Statista, 2020) de los encuestados comen saludable de tres a cuatro veces por semana. Así, debe aclararse que esta información cambiará debido a la cuarentena por la Covid 19 en la que las personas se vieron forzadas a dejar de comer en la calle, pero la ansiedad y la incertidumbre del mundo, en muchos casos, hizo que las personas consumieran más comida chatarra. Este es el caso de las entrevistadas y de la investigadora.

---

<sup>4</sup>Según Wikipedia, *wellness* es un término en inglés que se usa generalmente para definir un equilibrio saludable entre los niveles mental, físico y emocional, obteniendo como resultado un estado de bienestar general.

En cuanto a lo que se entiende por alimentos *light*, son productos “sin azúcar” o “bajo en grasa”, pero usualmente están endulzados con sustitutos como: edulcorantes no calóricos, como *aspartame*, *Splenda*, *Stevia*, *Svetia*, *sucralosa*, acesulfame-K, entre otros. Los productos *light* son, en la mayoría de los casos, alimentos procesados o ultraprocesados (AlianzaSalud, 2018), se trata de las barras de brownie de solo 90 calorías, pero endulzadas y con bastantes conservadores para que no caduquen rápidamente, también con un proceso químico detrás que las hace tener menos calorías.

La posibilidad de buscar el bienestar a través de ciertas terapias, alimentos y ciertos ejercicios responde a una clase. Es decir, quienes tienen el conocimiento de qué le hace bien a su ser espiritual, mental y físico, tienen el privilegio de, para empezar, preguntarse y reflexionar en torno a estas temáticas. Por ello se mencionan los datos sobre el incremento en ciertos consumos que, están atravesados por la clase social y el nivel socioeconómico de las personas. Así, el *fitness* y el *wellness* son estilos de vida muy diferentes, en términos de los objetivos que persiguen. El primero pretende modificar y trabajar el cuerpo, en cambio, el segundo se enfoca en el ser y la espiritualidad... Sin embargo, ambos son estilos de vida a los cuales no cualquiera puede acceder, se requieren ciertas prácticas y significados que reconozcan a quienes pertenecen a éstos. Y, en México, incluso el cuestionamiento de ir a terapia o de necesitarla es un juego que pocos pueden hacer, sea por desinformación, por falta de conocimiento, por miedo o por falta de dinero.

Ahora bien, el fenómeno del *fitness* en México se ha ido instaurando y, cada año, desde el 2012 (Prado & Sánchez, 2018) va anclándose más al mercado mexicano. El país, junto con Brasil, ha llamado la atención de la industria *fitness* que, se estima, vale mil 800 millones de dólares (Prado & Sánchez, 2018, párr. 2). La Asociación Internacional de Salud, Raquetas y Clubes Deportivos (International Health Racquet & Sportsclub Association, IHRSA) ubica, a nivel mundial, a México en el cuarto lugar según el crecimiento de la industria *fitness*. Asimismo, esta evolución puede verse en la variación de los espacios donde uno se ejercita: los gimnasios. Existen tres categorías: 1. Gimnasio boutique, 2. Gimnasio tradicional y 3. Gimnasio *full service*. El primero se refiere a aquellos centros deportivos pequeños donde se dan clases específicas como yoga, spinning, pilates, clases de baile. En el

segundo se encuentran los gimnasios más equipados, es decir, más grandes y contienen aparatos para hacer pesas y cardio. En cambio, los centros *full service* tienen la experiencia completa, cuentan con spa, clases, aparatos, equipos de cardio, por mencionar algunos. Lo anterior se traduce en que México ocupa el tercer lugar del continente americano según la cantidad de gimnasios en su territorio, contando con “un total de 12 mil 376, solo por detrás de Estados Unidos con 38 mil 476 y Brasil con 34 mil 509” (Arena Pública, 2019).

Cabe aclarar que, esta investigación sobre el estilo de vida *fitness* en la cultura digital se inició en agosto 2019 y, el planteamiento del problema, la recopilación de los datos, la pregunta de investigación y los objetivos se desarrollan de agosto 2019 a diciembre 2019. Lo anterior para subrayar que, en estos datos se menciona por encima la crisis que la Covid 19 trajo sobre la industria *fitness*, obligando a los gimnasios a cerrar y buscar maneras de mantenerse a flote sin la posibilidad de abrir sus puertas, ¿cómo? A través de aplicaciones digitales donde las personas tenían acceso a rutinas y acompañamiento de entrenadores. La sobrevivencia de los gimnasios que no cerraron se debió a los servicios híbridos de clases virtuales y visitas limitadas en horarios limitados- Actualmente (junio del 2021) se estima que 2 500 gimnasios cerraron definitivamente (Contreras, 2021, párr. 3). Por lo anterior, la valuación del 2018 de la industria *fitness* está en espera, además deben contabilizarse las diversas plataformas que han surgido como paliativo de la crisis de la covid 19 donde el discurso de la salud se hacía, cada día, más presente y urgente.

El crecimiento de la industria *fitness* en México se visibiliza en el aumento de tiendas donde se vende ropa deportiva y accesorios para ejercitarse. Algunas de las cadenas son: *Innovasport*, *Martí* y la más reciente en territorio mexicano: *Decathlon*, la primera cuenta con 140 sucursales, *Martí* cuenta con 175 sucursales y *Decathlon* tiene 12 tiendas, pero cabe mencionar que llegó a México en el 2016. En estas tiendas los productos que pueden encontrarse son para todos los deportes, todas las edades y para cualquiera que desee ejercitarse. Cabe aclarar que es muy difícil obtener los datos de las pequeñas o medianas empresas que, en toda la república mexicana, comienzan a dedicarse o se dedican a vender productos para ejercitarse en casa como las ligas de resistencia, mancuernas, polainas, pesas,

tapetes de yoga, etc. Asimismo, la presencia de ropa deportiva en tiendas de grandes cadenas como *Zara, Bershka, Forever21, Oysho, H&M*, por mencionar algunas.

Lo anterior proporciona datos para la construcción de una realidad (de tantas que hay) en México, donde la preocupación por la salud está creciendo, los hábitos cambiando y los productos para la salud y el bienestar diversificándose. Esto deriva en empresas que han encontrado un nicho específico en el mercado para quienes pertenecen y se identifican con el estilo de vida *fitness*. Es decir, está pensado para gente que, por un lado, se ejercita, come ciertos alimentos, se preocupa por su físico y tiene tiempo para dedicarle al gimnasio. Y, por el otro, enfoca y determina sus comportamientos, prácticas y hábitos a la modificación corporal, entiéndase bajar de peso, marcar el cuerpo, que los músculos se muestren, bajar el porcentaje de grasa corporal, aumentar la masa corporal, o bien, modificar el cuerpo en ciertas áreas del cuerpo como aumentar volumen en los brazos, los glúteos, marcar el abdomen, tonificar piernas y brazos. Ambos se sustentan en nociones específicas como la superación corporal, la disciplina, la constancia y la determinación a ser mejores, físicamente, cada día más.

Lo anterior se contrapone con los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) que determina: uno de cada tres jóvenes, en México, de entre 12 y 19 años presenta sobrepeso u obesidad (UNICEF, 2018). Asimismo, la ENSANUT (2020) reporta mayor obesidad en el grupo de edad de 30 a 59 años. Se habla de un 73% (94 148 100 millones de personas) de la población mexicana con sobrepeso, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2020) y de un 34% del total de la población mexicana con obesidad mórbida, es decir, 43 849 800 millones. Según la OCDE, el promedio es de 55.6% en adultos, pero en México el 73% de los adultos tiene sobrepeso y/o obesidad; en el caso de los niños la cifra promedio es 31.4% y en los niños mexicanos es de 37.7% (Ariadna, 2019). Esta información muestra un país que, en comparación con el resto del mundo, tiene índices altos de sobrepeso y obesidad en toda su población.

En México el entorno sobre las enfermedades causadas por la obesidad o el sobrepeso es complejo y va creciendo día a día, según los Centros para el Control y la Prevención de



las Enfermedades, el aumento de peso a niveles de sobrepeso y obesidad aumentará los riesgos de las enfermedades, por mencionar algunas: Enfermedad coronaria, diabetes tipo 2, cáncer (de endometrio, de mama y de colon), hipertensión (presión arterial alta), Dislipidemia (por ejemplo, niveles altos de colesterol total o de triglicéridos), etc. Asimismo, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI), en 2016, 105 mil personas murieron a causa de la diabetes.

La obesidad y la diabetes son los principales desafíos que enfrenta el sistema de salud en México, según Frederico Guanais, director Adjunto de la División de Salud de la OCDE (Ariadna, 2019). La OCDE ubica al país en el 6to lugar a nivel mundial según el número de personas diabéticas (Hermida, 2020). Según el último informe de la OCDE 13% de la población adulta mexicana tiene diabetes (Ariadna, 2019).

En resumen y retomando los datos ya mencionados el escenario, en México, resulta complejo. Por un lado, el mexicano promedio tiene largas jornadas laborales que limitan el tiempo para consumir y/o preparar alimentos que formen parte de la dieta saludable y balanceada que debería tener para evitar el sobrepeso o la obesidad, asimismo, estas jornadas de trabajo empujan a los mexicanos a decidir sobre el uso del tiempo libre, ya sea en descansar o en acudir a algún gimnasio, centro deportivo o clase de ejercicio para bajar de peso y evitar el sobrepeso o la obesidad. Lo anterior sin dejar de visibilizar que, el tiempo y las ocupaciones para el ocio se ven determinados por los ingresos económicos. Dicho de otro modo, el acceso a alimentos *saludables* está mediado por la clase social y los ingresos económicos, por el tiempo disponible del consumidor y la inmediatez de los alimentos.

Por el otro lado, se encuentran el crecimiento y la diversificación de la industria de alimentos concretada en la expansión de tiendas de conveniencia como *Oxxo*, *Seven Eleven*, *Super Q*, por mencionar algunos. La cadena *Oxxo*, que pertenece a la empresa *Femsa*, tiene 19, 558 puntos de venta (reportado en junio 2020) y, tan solo en el último año (2019) se inauguraron 1, 422 tiendas (en México, Colombia, Chile y Perú). Las tiendas *Seven Eleven* están presentes en 17 países, México incluido, donde hay 1, 835 de los 64 mil establecimientos que pertenecen a la cadena. Tales cadenas de conveniencia han tenido éxito

debido a cuatro factores: el horario, la localización, la inmediatez y los servicios diversos con los que cuentan, que van desde depósitos bancarios hasta pago de servicios como agua, luz, teléfono. En cuanto a los productos que se encuentran en estas cadenas están los pertenecientes a grandes cadenas e industrias de alimentos como: Coca Cola, Bimbo, Grupo Modelo, por mencionar algunos. Los productos que se venden deben ser de fácil adquisición, es decir, están envueltos en plástico, y los alimentos están preparados o pueden cocinarse simplemente en el microondas. El segundo factor es el horario, pues casi todas las tiendas son 24 horas o están abiertas desde las seis de la mañana; el tercero, el referido a la localización se debe a que, casi en cada esquina, hay una de estas dependencias. El último se refiere a la inmediatez, es fácil encontrar alguna, los servicios y alimentos son de fácil acceso, puede pagarse con tarjeta si uno no dispone de efectivo e incluso puede retirarse dinero de tales tiendas.

Las cifras que se presentan tienen el objetivo de contraponer los fenómenos contrastantes que se viven e interactúan en una misma realidad mexicana. Son los mexicanos quienes tienen, por un lado, números exorbitantes y preocupantes de obesidad y sobrepeso y, por el otro, son esos mexicanos quienes asisten a los gimnasios y consumen productos *light* y orgánicos. Y continúa, son estos mexicanos los que tienen largas jornadas de trabajo, que están en pobreza extrema, moderada, relativa o absoluta; y son mexicanos los que consumen los centros *wellness*. Son los mexicanos quienes consumen en tiendas de conveniencia y los que cargan su proteína en polvo. Cabe mencionar que no toda la población empata con las descripciones previamente hechas, sino que todos éstos coexisten cotidianamente en la misma realidad, en las mismas calles, en las mismas tiendas, en las mismas plazas y centros comerciales.

Sin embargo, quienes pertenecen al estilo de vida *fitness* predicán con nociones como la disciplina y el esfuerzo del ejercicio frente al cansancio. Tales narrativas sobre la constancia para modificar el cuerpo y, por tanto, la alimentación y la rutina de ejercicio, están sustentadas por una búsqueda constante por la salud y por una estética particular. Asimismo, permiten justificar las acciones arduas, el entrenar diario y la negación y aceptación de ciertos alimentos, a pesar del cansancio por las jornadas de trabajo. Así, quienes se reconocen como

parte del estilo de vida *fitness* tienen prácticas que, evidencian sus ideales para conseguir la estética corporal deseada. El estilo de vida *fitness* se desarrolla en la realidad mexicana previamente descrita, aquella que se contradice y está determinada por el nivel socioeconómico al cual pertenezcan sus habitantes. Además, estas prácticas, consumos y espacios están y son, cada día más, remediados por las plataformas digitales, las tecnologías digitales, las aplicaciones y dispositivos digitales.

Ahora bien, para complejizar aún más la vida cotidiana en México, se incorpora la realidad digital que llega con las plataformas sociodigitales. Como dicen Vaïke Fors y Sarah Pink (2017):

Lo cotidiano es un contexto en el que lo digital y lo material no se separan en diferentes esferas de actividad, objeto o dominio, sino que se enredan y vuelven inseparables como parte de los entornos en los que las personas se mueven y navegan por sus vidas. (Fors & Pink, 2017, p. 3).

El mundo digital se ha vuelto parte del universo cotidiano, de rápido y fácil acceso debido a los celulares, tan solo el número de conexiones equivale al 89.1% de la población, es decir, 115.4 millones de conexiones móviles (We Are Social y Hootsuite, 2021). Según un estudio de Statista (2020), número de usuarios de smartphones en México fue estimado en aproximadamente 80,9 millones (Burgueño, 2020). Del total de mexicanos que poseen un celular, el 98.3% lo utiliza para *networking*, es decir, conectar con sus amigos a través de internet, esto lo hacen desde diferentes plataformas, desde *WhatsApp* hasta *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, por mencionar algunos (We Are Social y Hootsuite, 2021). *Instagram* está en el cuarto lugar de los medios sociales digitales más utilizados (We Are Social y Hootsuite, 2021). El tiempo promedio de uso del celular es de 9 horas, de esas 4 horas corresponden al uso de algún servicio de *streaming* y 3:27 al uso en plataformas sociodigitales.

Actualmente *Instagram* cuenta con más de mil millones de usuarios activos mensuales, según datos de *Verto Analytics* (Galeano, 2019). En América Latina,

aproximadamente 23% de los usuarios de plataformas sociodigitales (60 millones de usuarios registrados) utilizó *Instagram* al cierre de 2018. Se calcula que, para 2023 en México, haya más de 73 millones de usuarios de plataformas sociodigitales. Sobre este total, *Instagram* es la cuarta plataforma con mayor uso, se calcula que un 63% de alcance (IEDGE, 2020). Se estima que 54% son mujeres y 46% hombres (IEDGE, 2020). México es el segundo país con más usuarios registrados en *Instagram* de toda la región con 21.6 millones (IEDGE, 2020) de usuarios registrados, ganándole Brasil con casi 69 millones (Burgueño, 2021) en el puesto número uno. Asimismo, el 55% de los usuarios en México utilizan la plataforma más de dos horas al día (IEDGE, 2020) y se calcula que el 70% de las veces que se accede a la plataforma es para ver fotos propias (IEDGE, 2020).

Es relevante conocer la cantidad de usuarios que tiene la plataforma según su sexo, pues según un estudio del Interactive Advertising Bureau (IAB), hecho en el 2016, las mujeres se interesan, en mayor medida, por los temas: salud (59%), moda y estilo (58%) y belleza (58%) (IAB, 2016a).; a diferencia de los intereses de los hombres que son: tecnología (66%), deportes (65%), noticias (53%) y salud (51%) (IAB, 2016b). Las temáticas que les interesan a los hombres y a las mujeres varían, excepto por una: la salud. Según estadísticas del IAB, 15% de los mexicanos utiliza *apps* de salud. También, 45% de los mexicanos busca información en internet sobre pérdida o control de peso. Esto lleva a cuestionar si la preocupación por la salud ha aumentado a partir de la creciente obesidad en el país o si tiene algún otro detonante como la cultura *fitness* que va en aumento, también, en el país. Cabe recalcar que, a raíz de la crisis que el coronavirus ha traído consigo se menciona un aumento del 260% en instalaciones de *apps* de salud en el 2020 (Innovación, 2020).

Así como estamos frente a una realidad en la que cada día se utiliza más el celular para hacer búsquedas por Internet, comunicarse más y con mayor facilidad; también estamos frente a una digitalización de los propios usuarios. Ésta se ve reflejada en los *gadgets* o pulseras para medir calorías y pasos, aplicaciones que marcan cuántos pasos dimos y cuántas escaleras subimos; aplicaciones para hacer ejercicio en casa o para introducir la información de los alimentos ingeridos y el cálculo de las calorías consumidas. En México, 21% usa de forma regular alguna aplicación para monitorear su salud, de ese porcentaje el 72% se refiere

aplicaciones para hacer ejercicio; 71% a aplicaciones para dieta o control de peso; y 28% a presión sanguínea. Algunas de las aplicaciones para hacer ejercicio son: *Nike Training Club*, *InstaFit*, *Workout Trainer*, *Runtastic*, *Strava*, *JeFit*, *Pocket Yoga*, *Fitocracy*, *Sweat with Kayla*, *8Fit*, *FitBit Coach*, por mencionar algunas. Respecto a las apps para dieta o control de peso, algunas son: *Runtastic Balance*, *CookPad*, *Nooddle*, *FitMenCook-Healthy Recipes*, *VNutrition*, *FatSecret-Contador de calorías*, *sinazucar.org*, *recetas vegetarianas*, *tasty*, *weight watchers*, *yazio*, *diet alba*, *MyFitnessPal*, *Asistente de Dieta-Perder Peso*, *LifeSum*, *Nootric*, *Carrot Hunger*, *at slowly*, *noom*, *Freeletic Nutrition*, *FitNotes*, etc.

Otra tecnología que va en aumento es la fabricación de pulseras o dispositivos para medir calorías y contar pasos, así como la diversificación de estas, es decir, cada día hay más marcas de pulseras o *fitness trackers* y los precios son cada vez más accesibles. Así, también, pueden sincronizarse con el celular para guardar la información o para facilitar, si uno así lo desea, publicarlo en sus diferentes perfiles de las plataformas sociodigitales que tenga.

Se entiende que, la noción contemporánea de salud está adscrita a: 1) Prácticas como ejercitarse, llevar una dieta alta en proteínas y baja en grasas saturadas; 2) Actitudes como: positividad, energía, emociones estables, por mencionar algunos ejemplos; 3) Mediciones específicas como: índice de grasa corporal, porcentaje de masa corporal, correspondencia entre la altura y el peso, cantidad de agua consumida, así como el número de pasos caminados, el número de calorías oxidadas y, también, consumidas. Por lo tanto, se entiende que la salud está determinada por numerosos factores, por lo cual resulta complejo determinar que alguien “se ve saludable” únicamente por su aspecto físico. Sin embargo, la noción contemporánea de salud está ligada al cuerpo, dado que este es “el primer marco con el que damos sentido a nuevas experiencias, ya que es el centro de nuestras experiencias y nuestro primer y más familiar modo de comunicación” (Lasén & Puente, 2016, p. 13). Respecto al desarrollo de los dispositivos y tecnologías que cuantifican el cuerpo, Lasén y Puente (2016) argumentan que estos ofrecen a los usuarios “una serie de informaciones fisiológicas [...] con fines relacionados con la salud, la práctica deportiva o la alimentación, prometen aumentar el conocimiento de nuestros cuerpos y hábitos con el fin de mejorar sus distintos

aspectos y performances” (p. 13). Lasén & Puente (2016) lo denominan como el “yo cuantificado” o *quantified self*.

El cuerpo que pertenece o se identifica con la práctica *fitness* puede plantearse como aquel en territorio en disputa de cuidados estéticos; como conducto definido por el mercado del consumo; como dictador de lo sano, bello y fuerte; como sentencia de los ideales femeninos; y, por último, como puesta en escena de un tipo de salud específica que tiene criterios estéticos (Calderón, 2018).

A manera de resumen, las personas que se reconocen e identifican como parte del estilo de vida *fitness* coexisten con quienes tienen sobrepeso y obesidad mórbida; con aquellos que compran alimentos en las tiendas de conveniencia; con quienes han sido diagnosticados con diabetes o alguna enfermedad cardiovascular. Asimismo, conviven cotidianamente con plataformas sociodigitales para fotografiarse y documentar sus cambios y *apps* para ejercitarse, sin embargo, continúan realizando su rutina de ejercicio en gimnasios. Aquellos que pertenecen al estilo de vida *fitness* llevan su proteína y sus alimentos en *tuppers* para evitar comprar en tiendas de conveniencia, limitan sus alimentos y comidas a lo que ellos mismos preparan para sí mismos.

Cabe resaltar y matizar que la nueva normalidad, ocasionada por la pandemia de la Covid 19, ha modificado las rutinas alrededor del estilo de vida *fitness*. Algunos ejemplos: a) Hacer ejercicio en el gimnasio a hacerlo en casa; b) Llevar una alimentación balanceada mediante el uso de *tuppers* a alimentarse en casa y/o pedir alimentos a través de *Rappi*, *Didi Food* y/o *UberEats*; c) Descargar su estrés y ansiedad en el ejercicio a hacerlo comiendo o haciendo tareas de la casa.

El estilo de vida *fitness* se relaciona con la presentación, representación y reproducción de cuerpos genéricos (Vilodre, 2008) que tienen características físicas, emocionales y actitudinales específicas. Hasta cierto punto podría hablarse de una hegemonía corporal presente en el estilo de vida *fitness*. En dichas características físicas permea: el cuerpo musculoso, cuerpo delgado o con un bajo porcentaje de grasa corporal. La hegemonía

visibiliza aquel cuerpo que es aceptado y reconocido por otros. Un ejemplo de lo anterior es la diferencia que sienten los usuarios gordos que comienzan a ejercitarse en espacios destinados para usuarios delgados o musculosos que se ejercitan (Harjunen, 2019). Las características emocionales suelen identificarse por un nivel alto de positividad (por ejemplo, Bárbara de Regil); el discurso que permea se enfoca en la superación personal, es decir, “bajó de peso porque logró superar sus miedos”, o bien, aboga por el esfuerzo físico como casi única manera por cambiar emocionalmente. Incluso existen frases como: “el cuerpo de verano se construye en invierno” para incentivar que los jóvenes se inscriban al gimnasio y no coman de más en las fiestas de invierno, como las posadas, el Guadalupe-reyes, la cena de navidad o la de año nuevo; la rosca de día de reyes (Calderón, 2018). Dentro de las características actitudinales se encuentran aquellas que identifican a quienes se ejercitan diariamente o a quienes tienen un cuerpo musculoso, marcado o delgado con ser *fit* o formar parte del grupo social *fitness*. Asimismo, la suposición de que son personas disciplinadas en todos los aspectos de sus vidas; es decir, que comen o se alimentan de cierta manera; que procuran llevar un estilo de vida tranquilo, o bien, que no toman alcohol ni salen mucho de fiesta; también que buscan superarse y ser mejor en todos los aspectos de sus vidas. Además, se asume que tienen hábitos “saludables” como despertar temprano, dormir ocho horas, alimentarse cinco o seis veces al día, ejercitarse todos los días; consumos específicos como comer alimentos altos en proteína, tomar dos litros de agua al día.

Hasta donde se pudo observar, en ningún artículo se habla sobre el *fitness* como representación de un grupo social específico que surge como posible solución a la pandemia de la obesidad sin dejar de consumir, sino todo lo contrario, incentivando el consumo de productos innecesarios tales como: ropa y calzado deportivos, alimentos específicos *light*, sin gluten. Sin embargo, a raíz de los artículos revisados se considera al *fitness* como un estilo de vida incentivado por industrias del cuidado para solucionar “la pandemia de la obesidad” de manera individual. Es decir, se trata de resolver un problema sistémico a partir de consumos y prácticas individuales.

El *fitness* o lo *fitness* surge como nicho en el mercado que invita a aquellos que sí se preocupan por su salud a verse y sentirse bien mediante ejercicio y una alimentación

específica. Asimismo, plantea y justifica una estética corporal ligada con la salud. También, se asume que la salud se representa mediante la belleza física que tiene, a su vez, características determinadas que, a través de la reproducción constante, se vuelven hegemónicas. Entonces, se plantea que “la pandemia de la obesidad” resulta en tres nuevos nichos en el mercado: 1. El de los ex gordos (antes y después) que se vuelven *fit* para dejar atrás esa vida de obesidad. 2. Los que tienen miedo de volverse gordos y, por tanto, se ejercitan sin volverse por completo *fit*. 3. El de quienes tienen sobrepeso y obesidad y discursan el amor propio como eje fundamental del activismo gordo.

Entonces, el *fitness* se describe como el conjunto de prácticas que reproducen los modelos normativos hegemónicos de una salud que está ligada a una belleza y que, a su vez, se median y remedian con y por las TIC y plataformas sociodigitales, en concreto, *Instagram*. La salud digital (Lupton, 2016) es un término que sostiene al cuerpo fragmentado en datos obtenidos de dispositivos y aplicaciones. Este fenómeno también puede considerarse dentro del concepto de inscripciones (Lasén, 2019a). La inscripción de los cuerpos se entiende, también, en el sentido de formarlos, ya sea en “el desarrollo y aprendizaje de la práctica” (Lasén, 2012, p. 9) o bien, en el “desarrollo de disciplinas a las que se someten los cuerpos, como a las formas de percepción del propio cuerpo y del de los demás [...] qué es apropiado y qué no” (Lasén, 2012, p. 9). Asimismo, la salud se ve reflejada en una estética corporal específica en *Instagram*, es decir, se retratan los cuerpos de cierto modo y los cuerpos retratados tiene ciertas características que los reconocen como parte del estilo de vida *fitness*. No cualquier cuerpo puede ser saludable o considerado bello, los comentarios hacia cuerpos no hegemónicos responden a esa diferencia. Al mostrar cuerpos obesos en ropa interior en las plataformas sociodigitales resultan comentarios en dos polos: de odio y asco, o bien, festejando su valentía al subir ese tipo de fotografías con ese cuerpo.

Sobre la interacción cotidiana con las fotografías, Lasén (2012) se enfoca en estudiar la práctica de las autofotos y su exposición *online*. A partir de ello da cuenta de que dicha actuación comprende tres aspectos: a) la presentación, b) la representación y c) la encarnación y la corporealización. La primera se refiere a la presentación del cuerpo y del sí mismo; la segunda, a la representación para uno mismo y para los demás; y la tercera, a la



configuración e inscripción de los cuerpos, el *embodiment*. Asimismo, Lasén (2012) habla de una circularidad en el proceso de presentación-representación-encarnación que produce una forma de actuar específica y un complejo juego de miradas. Este juego de miradas se complejiza cuando el que toma la fotografía es el mismo fotografiado y, a su vez, es el mismo que selecciona la fotografía para publicar en las plataformas sociodigitales pensando en lo que otros querrán mirar. Esta complejidad de miradas aumenta cuando uno mismo edita la fotografía que se tomó y toma decisiones con base en qué querrán mirar los otros, pero también, qué quiere mostrar de sí mismo.

En cambio, Sibilia (2008) propone mirar a la intimidad como espectáculo basándose en que en la sociedad del espectáculo se es lo que se ve, cuyos integrantes tienen “tendencias exhibicionistas y performáticas [que] alimentan la persecución de un efecto: el reconocimiento en los ojos ajenos y, sobre todo, el codiciado trofeo de ser visto. Cada vez más, hay que aparecer para ser” (p. 130). Asimismo, Sibilia (2008) argumenta que los artistas se transforman en celebridades que, a su vez, se convierten en una mercancía. Esta sociedad del espectáculo se ha intensificado por la multiplicación de pantallas, narrativas e imágenes que muestran la vida cotidiana en todos los dispositivos y aplicaciones digitales posibles, y añade:

El mundo contemporáneo, así, sostenido sobre las bases aparentemente ilusorias de la cultura del espectáculo y de la visibilidad, ejerce una presión cotidiana sobre los cuerpos y las subjetividades para que éstos se proyecten según los nuevos códigos y reglas. Para que sean compatibles con los nuevos engranajes socioculturales, políticos y económicos. (Sibilia, 2008, p. 279).

Sin embargo, Lasén (2012) argumenta que, hablar de espectáculo no permite una comprensión del fenómeno, dado que somos observadores y observados y, al mismo tiempo, somos sujetos y objetos de las imágenes. Podría denominarse espectáculo si no fuese porque la frontera entre lo íntimo y lo público es cada día menos estable y clara. Es decir, hay espectadores y celebridades, sino que todos somos espectadores y todos somos celebridades

—al menos hasta cierto punto. Así, Lasén (2012) tiene una perspectiva neutral sobre el fenómeno de las fotografías digitales.

Lasén (2012; Lasén & Casado, 2014) opta por denominar a las autofotos como una de las prácticas digitales innovadoras de la presentación-representación-encarnación donde opera una doble inscripción de los cuerpos. Por un lado, se inscriben en las pantallas y en los dispositivos; y por el otro, en las carnes, es decir, en la materialización de los cuerpos. Dicha doble inscripción se da a través de un complejo juego de miradas que sigue una lógica de remediación. Dicho de otro modo, “las subjetividades contemporáneas están siendo configuradas por los viejos y nuevos medios, en usos y prácticas donde se dan la creación, difusión y recepción de sonido, imágenes y texto” (Lasén & Casado, 2014, p. 19). Sucede que, con la remediación se hace lo que solía hacerse, solo que ahora con nuevos participantes, nuevas miradas; o bien, con los mismos participantes, pero haciendo otras cosas; los entornos, los significados y las maneras de hacer cambian, se remedian.

La subjetivación es entendida como el caminar de los sujetos para constituir y formar su propia subjetividad y/o como “el proceso de autoformación en el que somos activos y devenimos a través de una variedad de operaciones en nuestros propios cuerpos, pensamientos y conductas” (Lasén & Casado, 2014, p. 20). Sin embargo, se refiere también, al proceso “de relacionarse con una misma y configurarse a sí misma a través de prácticas, disciplinas, intercambios, comunicaciones, relaciones interpersonales y relaciones de poder, donde se ven envueltos individuos y colectivos” (Lasén & Casado, 2014, p. 20). En esta investigación se argumenta que la subjetivación del estilo de vida *fitness* se da a través de prácticas y narrativas específicas ligadas con la superación personal y corporal y, así, las personas se reconocen, identifican y autoafirman como parte del estilo de vida. Lo anterior provoca una subjetividad específica en quienes pertenecen al estilo de vida *fitness*.

Cuando las tecnologías, los dispositivos, las aplicaciones, las plataformas sociodigitales y las TIC participan en la conformación y composición de las subjetividades, entonces, puede decirse que las están remediando. Por lo tanto, podría plantearse un primer esbozo de un cuerpo remediado en y por las tecnologías digitales a través del cuidado de sí y del cuidado del cuerpo, así como en las tecnologías del yo.

Con la emergencia de las plataformas sociodigitales y su, cada día más, uso por parte de las personas, se vuelve importante investigar el papel que éstas juegan en la resignificación del cuerpo, la belleza y la salud que éstas tienen sobre sí mismas. Numerosas investigaciones han demostrado la importancia de las imágenes para imponer representaciones o estereotipos a grupos sociales. Para este caso se analiza desde *Instagram*, dado la importancia de la comunicación visual.

Las tecnologías digitales, las aplicaciones, los dispositivos digitales y las TIC “son tecnologías del yo, participan en cómo uno es construido y modificado por uno mismo” (Lasén & Casado, 2014, p. 20). Foucault (2008) para referirse al análisis de las ciencias o saberes que los hombres han construido para conocer sobre sí mismos entendidas como “juegos de verdad”, es decir, dichos saberes o ciencias están “relacionados con técnicas específicas que los hombres utilizan para entenderse a sí mismos” (p. 48) y esas son las tecnologías. Asimismo, Foucault (2008) las categoriza en cuatro:

1) tecnologías de producción, que nos permiten producir, transformar o manipular cosas; 2) tecnologías de sistemas de signos, que nos permiten utilizar signos, sentidos, símbolos o significaciones; 3) tecnologías de poder, que determinan la conducta de los individuos, los someten a cierto tipo de fines o de dominación, y consisten en una objetivación del sujeto ; 4) tecnologías del yo, que permiten a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta, o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad [...] Cada una implica ciertas formas de aprendizaje y de modificación de los individuos. (Foucault, 2008, p. 48).

El caso del *fitness* puede explicarse desde las cuatro tecnologías. Sin embargo, pertenece en mayor medida a las tecnologías del yo dado que posibilitan a los sujetos a

perpetrar procedimientos sobre sí mismos para transformarse, tanto física como mentalmente. Ejemplos al respecto son: procedimientos quirúrgicos, aumentar o disminuir el porcentaje de grasa corporal; aumentar o disminuir el tamaño del cuerpo, de alguna extremidad o parte del cuerpo. Asimismo, suele identificarse al *fitness* como una práctica que simboliza, personifica y expresa más información de los usuarios que el simple hecho de ejercitarse y comer bien. Es decir, se le atribuyen características actitudinales a quienes la practican. Asimismo, determina la conducta de los individuos mediante la disciplina del ejercicio y de una manera específica de alimentarse. Así, también produce y reproduce una generalización de conductas y comportamientos que se asocian inmediatamente con el ser saludable.

En esta investigación se piensa al *fitness* como una tecnología del yo que está enmarcada por el cuidado de sí. Respecto al cuidado o preocupación de sí, explica Foucault (2008):

Primero, la preocupación de sí se ha convertido en un principio universal. Segundo, la preocupación de sí no es sólo obligatoria para la gente joven [...] es una manera de vivir para todos y para toda la vida. Tercero, el conocimiento de sí desempeña un papel importante en la preocupación de sí, pero implica otras relaciones también. (pp. 66-67).

La preocupación o el cuidado de sí, y del cuerpo como vehículo y ente de sí mismo, se refleja en los comportamientos, hábitos, usos, consumos y significados que las personas tienen. También, se plasma en la constante modificación del cuerpo mediante ejercicios y regímenes alimenticios específicos, por ello permite comprender las razones detrás del estilo de vida *fitness*.

### **¿Por qué estudiar el *fitness* como estilo de vida en el marco de la cultura digital?**

En este apartado se desarrollan cuatro justificaciones que tiene esta investigación. A sabiendas de que éstas responden a diversos criterios, tales como:

- Tener implicaciones prácticas
- Relevancia social
- Valor teórico y/o
- Utilidad metodológica (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 40).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se ha descrito que en los últimos años el consumo de plataformas sociodigitales como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* y *TikTok* ha incrementado y se ha vuelto parte de nuestra cotidianidad. Con ello, el número de estudios e investigadores que se dedican a este tema. El aumento de estas tecnologías, también, permea, cada vez más, en nuestra vida cotidiana, por ejemplo, comer viendo *Netflix*; el *marketing* de influencia y la publicidad digital; empleos nuevos como el *community manager*; las cámaras de los celulares tienen mayor resolución y son cada día mejores o llegan al nivel de cámaras profesionales; asimismo, las prácticas alrededor de estas plataformas han modificado la identidad de las personas, los hábitos, los consumos, la relación con otros, por mencionar algunos ejemplos. En el marco de mayor número de plataformas, más opciones para los usuarios, más y mejor tecnología y mayor cantidad de personas con las cuales relacionarse también existe una deficiencia por comprender cómo esto va aprehendiéndose —entendido como agarrarse y, cada día más, prenderse y depender de estas tecnologías. La cultura digital comprende un “ecosistema caracterizado hoy en día por una proliferación de medios y dispositivos, donde los nuevos medios reciben una influencia notable y multidireccional de otros medios de existencia previa [...] incorporados a las nuevas tecnologías emergentes” (Lasén & Puente, 2016, p. 7), de allí la relevancia social de estudios enmarcados en esta índole.

Aunado al escenario anterior, en el 2020 se vive algo sin precedentes: el encierro de las personas a causa del Coronavirus o del *Covid 19*, a nivel global. Algunas personas, en su mayoría jóvenes, suelen bromear con que cuando sean padres deberán contarles a sus hijos todo lo que sucedió en el mundo durante este año, puesto que no solo se ha caracterizado por

ser un tiempo de cuarentena global, sino que también se han desarrollado numerosos y variados movimientos sociales y culturales; así como tensión entre las potencias tecnológicas: Estados Unidos y China. Así, el cierre de oficinas, trabajos y negocios, entre ellos los gimnasios —en donde parte de esta investigación iba a realizarse—, debido a la pandemia se ha modificado la rutina de las personas. Sin embargo, para esta investigación atañe el cambio a partir de la suspensión de actividades en los gimnasios, pues ha implicado ciertas remediaciones al estilo de vida *fitness*. Es decir, si no fuera suficiente con la bifurcación de las plataformas sociodigitales en las personas y en sus actúares cotidianos, se da una doble remediación, por denominar de alguna manera, debido al encierro. Dicho de otro modo, se ha transformado lo intrínseco de la cotidianidad por las plataformas sociodigitales, la tecnología y, en el 2020, por el aislamiento social.

Entonces, preguntarse ¿por qué resulta importante o válido estudiar el *fitness* en la cultura digital? Puede responderse sí, por un lado, se comprende la constante y cotidiana interacción, integrada e incorporada o corporalizada, o bien, *embedded* y *embodied*, diría Hine (2015), de las personas con la tecnología, con la fotografía digital y con las plataformas sociodigitales. Y, por el otro, debe vislumbrarse que, a través y mediante esta dinámica interrelación, se configuran modelos normativos o estereotipos visuales del cuerpo, de la salud, de la belleza y de lo sano. Estos últimos conceptos entendidos, dados y naturalizados que se engloban en el estilo de vida *fitness*.

El *fitness* es una de las prácticas inmersas en el binomio salud-belleza, éste [propuesta propia] se utiliza para designar actuaciones y consumos específicos que son generados por modelos normativos corporales de salud. Es decir, se problematiza la adjudicación de que un cuerpo musculoso es saludable; que para lograr este cuerpo debe hacerse ejercicio de manera rutinaria y alimentarse bajo un régimen; o bien, que un cuerpo donde se marcan los músculos está, necesariamente, más sano que el de alguien que se ejercita regularmente y lleva una vida relativamente normal, pero que quizá no se marcan sus músculos. Dicho de otro modo, en algunos casos, lo saludable puede confundirse con estética.

La determinación de las nociones: salud y belleza, al menos en los últimos años, ha resultado en una contigüidad cognitiva (Segato, 2014). Es decir, la frecuente asociación de

una (salud) con la otra (belleza) origina que, en las ideas, los recuerdos, las experiencias, los significados, los bienes, los productos, las imágenes, los cuerpos, las actuaciones y los servicios, se acepten como nociones vinculadas. El binomio salud-belleza engloba prácticas tales como: el *skincare* o el cuidado de la piel; el *fitness*, los cosméticos, las cirugías estéticas, los procedimientos no quirúrgicos, el turismo médico, el spa, el *wellness*, entre otros. Lo anterior se visibiliza, también, en *slogans* que aluden a la “belleza es salud” o viceversa. Esta contigüidad cognitiva genera, en algunos casos, trastorno dismórfico corporal<sup>5</sup> (TSD). Los discursos que sustentan el estilo de vida *fitness* resultan de asociar las nociones de salud y de belleza y, llegar, incluso, a confundirlas. Por ello se propone a lo largo de esta investigación asumirlas como conceptualizaciones construidas histórica, social y culturalmente. Estas son algunas de las implicaciones prácticas que tiene esta investigación.

En segundo lugar, la relevancia social recae en, por un lado, comprender el marco de la cultura digital en los fenómenos sociales y culturales y, por el otro, la remediación en las actuaciones en torno a la rutina de ejercicio y dieta de las personas, a raíz de la pandemia global del Coronavirus que da por resultado el cierre de establecimientos y el encierro masivo de personas. Además, comprender cómo las subjetividades de las participantes interactúan, se remedian y configuran al interactuar con la fotografía digital y las plataformas sociodigitales.

---

<sup>5</sup> Según el Manual MSD, el trastorno dismórfico corporal es: “El trastorno dismórfico corporal se caracteriza por la preocupación por  $\geq 1$  defectos percibidos en la apariencia física los cuales no son evidentes o son levemente visibles a otras personas. La preocupación por la apariencia debe provocar una angustia clínica significativa o un deterioro en el desempeño social, laboral, académico, o de otros aspectos funcionales. Y en ciertos momentos durante el trastorno, los pacientes despliegan  $\geq 1$  conducta repetitiva y excesiva (p. ej., mirarse mucho al espejo, comparar su apariencia con la de otras personas) en respuesta a su preocupación por la apariencia. El diagnóstico se basa en la anamnesis. El tratamiento consiste en fármacos (específicamente, ISRS o clomipramina), psicoterapia (específicamente, terapia cognitivo-conductual), o ambos. El trastorno dismórfico corporal comienza habitualmente en la adolescencia y puede ser algo más frecuente entre las mujeres” (Phillips, K & Stein, D., 2018, párr. 1) Consultado el 28/09/2020 en: <https://www.msdmanuals.com/es/professional/trastornos-psiqui%C3%A1tricos/trastorno-obsesivo-compulsivo-y-trastornos-relacionados/trastorno-dism%C3%B3rfico-corporal>

El valor teórico, en tercer lugar, recae en la propuesta de la conceptualización propia del binomio salud-belleza, respuesta a un vacío teórico, que enmarca las prácticas del estudio del estilo de vida *fitness*. Asimismo, la problematización del cuerpo como sujeto y objeto remediado, es decir, que se modifica y resignifica a partir de la comunicación visual por la fotografía digital y en la plataforma sociodigital *Instagram*. Dicho cuerpo como objeto sujetado y sujeto objetificado se mira a través de la cultura corporal (Barbero, 2001). Así, pensar la asociación de los humanos con los actores no-humanos (Latour, 2008), en este caso, datos, algoritmos y plataformas, con diferencias en la interacción si se trata de hombres o mujeres.

Así, también, el planteamiento teórico del cuerpo como medio de comunicación (Díaz & Montes, 2010) que se torna tanto en emisor como en receptor y que, a su vez, se puede viralizar a través de retratarse en las plataformas sociodigitales. Así, también, reflexionar al cuerpo como el espacio donde diversos significados, productos, informaciones, discursos y prácticas confluyen y que, al retratarse mediante fotografías y publicarse en *Instagram* se reconfigura y adquiere significado. Por último, se propone al cuerpo como sujeto y objeto cruzado por cuatro ejes: el género, los discursos biomédicos (desde la comunicación), el consumo y la cultura digital (datos, algoritmos, plataformas y tecnologías sociodigitales), en concreto, en *Instagram*. Ello para comprender el trasfondo del estilo de vida *fitness*. Se busca visibilizar los modelos normativos corporales denominados como “saludables o *fitness*” que se producen y reproducen a través de la interacción de las personas y sus fotografías en *Instagram*.

La cuarta, descansa en la propuesta de un diseño metodológico que, por un lado, sistematiza las actuaciones del estilo de vida *fitness* según las fotografías. Es decir, prioriza la visualidad para comprender y acercarse al objeto de estudio. Por el otro, busca dar cuenta de la interacción entre mujeres que se dedican al *fitness*, ya sea como pasatiempo o que se dediquen a ello, y sus perfiles en *Instagram*, es decir, cómo viven, qué muestran, qué *hashtags* o etiquetas utilizan en sus fotos y qué experiencias han tenido al mostrar sus cuerpos en la plataforma. También, conocer cuáles han sido los cambios, en su manera de ejercitarse,



en sus formas de pensarse y vivirse, en los alimentos y sus cantidades, así como, en sus estados anímicos, a partir de la cuarentena por el *Covid 19*.

Por último, se aporta una nueva conceptualización, resultado del marco teórico, el diseño metodológico y la información interpretada: **la hiperconciencia corporal**. Este término es resultado de la inmersión en la vida cotidiana de la fotografía como agente que posibilita el exceso de realidad en el cuerpo, es decir, cómo se ve, cómo se siente y cómo se puede modificar, además, permite la autovigilancia constante del cuerpo.

Parte de la justificación está determinada por investigaciones anteriores donde se han abordado las temáticas “salud femenina” (Calderón, 2018) en la revista *Women’s Health* y “la visualidad corporal del *fitness*” en *Instagram* (Calderón, 2020), así como un primer acercamiento, a manera de piloteo, al fenómeno del *fitness*, mismo que se describe en el siguiente apartado como “primer acercamiento al objeto de estudio”.

### **Primer acercamiento al objeto de estudio**

Cabe resaltar que se ha tenido un primer acercamiento, a principios del 2020 (enero-febrero), a manera de piloteo, al fenómeno del *fitness* mediante un cuestionario en *Google Docs*. Esto se debió a una investigación de mercado sobre los hábitos y las razones por las cuales las personas asistían de manera regular al gimnasio. Se llegó a las personas de manera virtual, enviándola a conocidos y pidiéndoles que la compartieran con quienes asistieran a algún gimnasio, no se especificó que tuviesen que ser de algún estado particular de la república mexicana, solo se requería que fuesen personas que, habitualmente, asistieran a algún gimnasio. Este cuestionario fue respondido por 142 personas, 96 hombres y 46 mujeres. De las 142 personas, 76 tenían entre 25-34 años; 44 tenían entre 18-25 años; 17 estaban entre los 35-44 años; 3 entre los 45-54 años y 2 seleccionaron tener más de 55 años.

La tercera pregunta fue: “¿Por qué razón haces ejercicio? ¿cuáles son tus motivaciones?”. Al ser una pregunta abierta pretende no controlar las respuestas de los encuestados más que por el número de renglones que puede ocupar. Esto bajo el propósito de darles libertad y no controlar las posibles opciones réplicas. Lo anterior genera que las respuestas sean variadas, sin embargo, se categorizaron según las palabras que mencionaban.

Es decir, había respuestas como: “Sentirme bien conmigo misma, y es algo que me gratifica” (Mujer 18-24 años); “Salud y estética” (Hombre 18-24 años); “Para bajar de peso” (Mujer 25-34 años); “Por salud y vanidad” (Hombre 25-34 años). Entonces, la primera entra en las categorías: sentirse bien y gusto; la segunda en las categorías: salud y estética; la tercera en la categoría: peso; y la cuarta en las categorías: salud y estética.

Las categorías más repetidas y, cabe aclarar que puede haber más de dos categorías en una misma respuesta, fueron:

Tabla 1. Frecuencia de las categorías al preguntar las razones por las cuales se ejercitan

Categorías	Frecuencia
Salud	91
Estética	69
Sentirse Mejor	23
Hábito	3
Peso	7
Lesión	1
Gusto	3
Metas deportivas	1
Reto	1

Fuente: Elaboración propia.

Esto confirma el planteamiento de considerar al *fitness* como una práctica que corresponde al binomio salud-belleza. Es decir, la mayoría de las personas estiman que del ejercicio deriva la salud y la estética. Esto confirma el planteamiento de considerar al *fitness* como una práctica que corresponde al binomio salud-belleza. Es decir, la mayoría de las personas estiman que del ejercicio deriva la salud y la estética. Entendido este binomio salud-belleza como el conjunto de actuaciones que naturalizan la belleza como escenificación de la salud bajo un tipo de cuerpo específico, es decir, con características particulares.

Cabe mencionar que las respuestas también incluían el “sentirse bien”, “reducir el estrés”, “retarse a sí mismo”. Muchas de estas ideas son inculcadas al presentar al *fitness* como un estilo de vida, pues deriva en la producción de muchas más cosas que simplemente mejorar su salud o su aspecto físico. Cuando una práctica representa un estilo de vida trae consigo la posibilidad de convertirse en estereotipo, a sabiendas que este genera:

Una imagen convencional sobre un grupo de gente. Con frecuencia se trata de un prejuicio popular o una manera habitual de presentar y categorizar a ese grupo social. Tal prejuicio convierte al estereotipo en una forma simplificada de pensar sobre las personas (Morduchowicz, 2012, p. 85).

Otro punto a resaltar es el sentimiento que se conjunta con la categoría “peso”, puesto que siempre va acompañada, al menos en esta investigación, con bajar de peso. Las siete respuestas son: “Para bajar de peso”; “Necesito bajar de peso”; “Bajar de peso”; “Quiero regresar al gimnasio porque desearía volver a un peso ideal”; “Porque antes tenía sobrepeso y me ayudó un amigo con mi motivación personal”; “Bajar de peso”; “Bajar de peso”. Entonces, se sobreentiende que cuando se refieren al peso del cuerpo están en la constante búsqueda de reducirlo.

### **Premisas y advertencias**

Los resultados del estudio anterior y los acercamientos previos sobre la salud femenina (Calderón, 2018) y la visualidad corporal del *fitness* a través del #exgordos y #fitspiration (Calderón, 2020) y la hiperconciencia corporal (Calderón, 2021) han permitido que se cuente con diversas premisas de partida (Orozco Gómez & González Reyes, 2012) o hipótesis de trabajo (Hernández Sampieri *et al.*, 2014). La principal se basa en considerar al *fitness* y su creciente implementación en plataformas sociodigitales como posible solución a la “pandemia de la obesidad” sin dejar de consumir. Otras premisas complementarias son:

A) Se elige el estudio de *Instagram* porque es uno de los muchos soportes digitales que reproducen los ideales, las subjetividades, las representaciones y los estereotipos que, antes (y todavía, pero antes mucho más), los medios de comunicación difundían. Asimismo, incorpora nuevos ideales de belleza a los estereotipos establecidos; también amplifica valores y aspiraciones estéticas. Por lo tanto, resulta relevante investigar si las representaciones, los ideales y los estereotipos se reproducen tal cual, o bien, si sufren alguna modificación con la tan denominada “cultura participativa”(Aparici & Osuna Acedo, 2013) que se encuentra enmarcada dentro de la cultura digital. Mismas que, en su conceptualización, asumen nuevos

espacios, en lo digital, para la sociabilidad, para nuevas formas de subjetividades y de representación. Es decir, hay estereotipos o representaciones sociales del grupo social *fitness* que se potencializan por la naturaleza visual de una plataforma sociodigital como *Instagram*. Entonces, *Instagram* es la plataforma sociodigital elegida para visibilizar las subjetividades de las jóvenes a través de las fotografías que publican, cómo muestran sus cuerpos y lo que eso le aporta a su cotidianidad. El cuerpo puede decir sobre los sujetos, sobre qué tan sujetados están y a qué, sobre sus prácticas y sus consumos. Se parte de que el cuerpo es subjetivo, en tanto es construido y construye, así como significado y resignificado por los sujetos que, a su vez, actúan y están intervenidos por el contexto en el cual se desarrollan. Asimismo, el cuerpo es escenario-territorio de la interseccionalidad de cuatro ejes: el género, los discursos biomédicos (desde la comunicación), el consumo y la cultura digital (datos, algoritmos, plataformas y tecnologías sociodigitales). A continuación, un mapa que permite ubicarlos como trasfondo que permite el desarrollo del estilo de vida *fitness*.

B) El *fitness* se estudia como estilo de vida porque encuadra a un grupo social determinado. Es decir, personas cuyo nivel socioeconómico puede ser de medio a alto; así como, con nociones de salud y belleza marcados y establecidos, así como en constante búsqueda. El *fitness* se conceptualiza ambiguamente como aquel estado de salud al que se llega tras realizar ejercicio cotidianamente y alimentarse de cierto modo. En éste se desarrollan prácticas que proponen un estado de belleza simultáneo al estado de salud, se busca obtener, tras mucho ejercicio, dieta y suplementos alimenticios, un cuerpo específico: el musculoso. Se define al *fitness* como estilo de vida que sustenta la cultura corporal hegemónica que invisibiliza y estigmatiza otras representaciones corporales como la obesidad, los cuerpos curvilíneos (Calderón, 2021).

D) La práctica *fitness* significa una disputa real y mediática por lo saludable. Se contrapone a la población entre los gordos o con sobrepeso y los *fit*. Así, existe una distinción marcada y, que busca enmarcarse más, entre quienes llevan un estilo de vida *fitness* y quienes no. Asimismo, en algunas ocasiones vale preguntarse ¿cuándo lo saludable deja de ser sano?

E) De acuerdo con la revisión de literatura, no hay mayor gordofobia que no querer ser gordo o engordar porque es un acto violento hacia sí mismo o de falta de amor propio. La

perspectiva de género permite comprender y ampliar que no es lo mismo para los hombres ser gordo o tener sobrepeso como para las mujeres ser gorda o tener sobrepeso, así como la diferencia entre la interacción con la tecnología, *Instagram* y las fotografías.

### ¿Cuál es el problema de investigación?

Se puede sostener que hay un vacío conceptual y en castellano para la noción: *fitness*. Asimismo, el *fitness* entendido como estilo de vida asume prácticas hegemónicas sustentadas en la salud y la belleza, esto invisibiliza y estigmatiza aquellos hábitos no reconocidos en ese ámbito. Asimismo, en el *ser fitness* están establecidas características corporales específicas. Esto se acrecienta en plataformas sociodigitales que son mayormente visuales, en este caso, se investiga *Instagram* como espacio productor y reproductor de estereotipos visuales.

Lo anterior resulta en la diferenciación del modelo estético de salud entre: a) los gordos o personas que tienen sobrepeso [en esta investigación se considera la diferencia entre obesidad y sobrepeso] y b) quienes *se cuidan* al dedicar ciertas horas de ejercicio al día o a la semana y al alimentarse de cierta manera, y se escenifica en diversos medios o plataformas. Cabe resaltar que esta investigación se encarga de comprender el estilo de vida de los segundos, sin dejar de contraponerlo con los primeros.

Respecto a la elección de la plataforma desde la cual se visibiliza el estilo de vida *fitness* de las mujeres se determina por la importancia de la visualidad, por la cotidianeidad que puede mostrarse a través de las historias y por el aumento de usuarios en América Latina. A sabiendas de que siempre cabe la posibilidad de preguntarse en qué medio se desarrolla primero o en qué medio se visibiliza más claramente el fenómeno a estudiar, sin embargo, esto remite a la típica pregunta sobre si fue primero el huevo o la gallina; o si el sujeto tiene mayor peso que la estructura o si la estructura es más poderosa frente al sujeto. Es decir, limita la visibilización, problematización y reflexión del desarrollo de esto en diversos medios o plataformas, tales como la televisión, *Instagram*, *Facebook*, revistas. Si uno se pregunta en qué medio inicia o en cuál está más presente, corre el riesgo de restarle importancia a los otros. Quizá la pregunta principal no radique en el espacio donde se visibiliza lo hegemónico, lo negado o invisibilizado, sino: ¿cuáles son estas formas para

reproducir las subjetividades hegemónicas que dan forma al estilo de vida *fitness*? Si es que esto existe. Es decir, ¿existen estas maneras de ser y hacer que resultan más válidas que otras? ¿Será que cuidar el cuerpo a través de una rutina de ejercicio y una dieta específica para mantener cierto peso o bajar hasta cierto peso es superior o más válida que otras rutinas o prácticas? ¿Será que lo *fitness*, más allá de ser un estilo de vida, permite reproducir ideales y discursos que descansan en maneras de ser, estar y hacer más válidas que otras? ¿O superiores a otras? Se considera que sí.

Y, sobre todo, si estas formas varían o son diferentes en las plataformas sociodigitales donde, se supone, se pluraliza y democratiza (idealmente) el acceso. Es decir, se expande la posibilidad de que cualquiera que tenga un *smartphone* (a partir de ahora, celular) acceda a *Instagram* y pueda subir fotografías de sí mismo o de sí misma, de su cuerpo, de su comida; pero también crece la probabilidad de que cualquiera pueda ver esa fotografía, interactuar y hacer comentarios al respecto.

Por lo anterior, se propone la conceptualización del *fitness*, enmarcado por la cultura digital, como la práctica que visibiliza y autoriza ciertos hábitos, consumos, subjetividades, cuerpos e ideales y que, a su vez, niega, juzga y oculta lo que no empata con el estilo de vida (*fitness*) planteado como *saludable*. Cabe resaltar que, la polarización que se plantea entre quienes tienen sobrepeso y los *fit* se desarrolla tanto en los medios análogos o tradicionales como en los medios digitales. Sin embargo, la especificidad de estos últimos es que, debido a la agencia compartida entre los sujetos y los dispositivos, aplicaciones y plataformas sociodigitales se remedian los anteriores, y así, producen y reproducen nuevos hábitos, consumos, subjetividades, ideales y cuerpos. Asimismo, permiten una mayor interacción de las “personas comunes”, es decir, democratizan la participación y la interacción de todas las personas, así como la visibilización de diversos cuerpos y diversos discursos respecto a la obesidad.

Otra parte del problema, aparte del vacío conceptual es el encuadre teórico. Por ello se propone la perspectiva de género para mirar y problematizar el estereotipo corporal de lo saludable, enmarcado por el estilo de vida *fitness*. Esta salida teórica busca visibilizar los patrones estructurales montados sobre valores construidos de manera intergeneracional, así

como la construcción de la imagen de los cuerpos considerados saludables en el caso de las mujeres. Dicho de otro modo, si la gordura es mala para el estado físico del cuerpo, luchar contra ella puede también afectar la salud, ¿cómo interactúan las mujeres consigo mismas a partir de las imágenes que publican en *Instagram*? ¿qué valores, ideales, modelos normativos y prácticas se aceptan positivamente en el estilo de vida *fitness*? Y, por tanto, ¿cuáles negativamente?

En concreto, el problema de investigación reside en no poder comprender conceptual y teóricamente la interacción que existe entre las mujeres y la plataforma *Instagram*, ya sea como productora de nuevos estereotipos corporales y visuales o bien, como reproductora de los mismos patrones corporales determinados por la industria mediática antes de las redes sociales (televisión, revistas, cine). Así, la construcción del estereotipo corporal *fitness*, asumido como representación de lo sano, a través de fotografías publicadas en *Instagram*. Lo anterior se ve reflejado en las subjetividades de las mujeres que, a su vez, se manifiesta en ideales, prácticas, valores, modelos normativos y consumos específicos. Es decir, es poco claro cómo se construye **la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*.**

### ¿Qué se quiere investigar?

En este apartado, inicialmente, se define a grandes rasgos el término *fitness* como aquella acción o conjunto de acciones encaminadas a conseguir y mantener un estado físico específico a partir de ejercicios particulares. Posteriormente se propone la interseccionalidad del cuerpo como una herramienta analítica, es decir, se considera que, en el cuerpo, como objeto sujetado, confluyen cuatro ejes: el género, los discursos biomédicos (desde la comunicación), el consumo y la cultura digital (datos, algoritmos, plataformas y tecnologías sociodigitales). En tercer lugar, se muestra y explicita al cuerpo fragmentado por diversos aspectos: a) subjetividades (prácticas, consumos y estilo de vida); b) *fitness* (ejercicio, alimentación específica y binomio salud-belleza); c) tecnologías digitales (fotografía digital, inscripciones e *Instagram*).

En este caso, el *fitness* se presenta como un estilo de vida que se ha ido construyendo y modificando conforme pasan los años, según el contexto político y económico que, es, a su vez, identificador de una práctica cultural. Esta denominación alude a que “el adjetivo cultural especifica dicho concepto acentuando el carácter eminentemente simbólico que comporta el conjunto de prácticas y estrategias que lo hacen posible” (Landa, 2011, p. 3). Entonces, es una manera de denominar un estilo de vida cuyas actuaciones se asocian con ideales y modelos normativos de salud, de belleza y de cuerpo, donde el ejercicio es la actividad principal y va acompañado de una alimentación específica para lograr objetivos físicos determinados. Dichos objetivos son variados y pueden ir desde bajar de peso hasta disminuir el porcentaje de grasa corporal para exhibir un cuerpo más musculoso. Se asume que la mayoría de las personas que comienzan a transitar por el estilo de vida *fitness* atienden la necesidad de estar sano. Es decir, bajar de peso o encontrarse en un peso “normal” marcado por índices y mediciones que las industrias farmacéuticas, alimentarias deciden, según su altura, es sinónimo de estar sano.

En el *fitness* la meta es transformar el cuerpo según objetivos marcados, el cuerpo es el medio y el fin. En éste permea una estética corporal particular ligada a un tipo específico de salud (Calderón, 2018). Es decir, hay ideales estéticos que parecen configurar expectativas sobre las características actitudinales y corporales de alguien que pertenece al *fitness*. Así, da pie al siguiente punto: éste se asume como un tipo determinado de salud, donde la noción de salud se encuentra permeada por la noción de belleza (contigüidad cognitiva y lingüística). Asimismo, se encarna y corporealiza en características específicas. Sobre esto, Nietzsche decía: "da pie a esto ya desde su propuesta del sujeto como corporealizado, es decir, como 'un agregado en dos niveles -lo que normalmente se llama lo físico y lo espiritual, cuerpo y alma', que no son opuestos" (en Antoraz, Piquero & Rodríguez, 2019, p. 185).

El estilo de vida *fitness*, al estar enmarcado por los ideales visuales, actitudinales y físicos, se encuentra continuamente remediado por las personas que lo practican, los contextos socioeconómicos, geográficos, culturales y políticos, así como por los actores no-humanos: las tecnologías digitales de la Información y la Comunicación (TIC) y sus resultantes: los datos, los algoritmos y las plataformas sociodigitales. Por cuestiones de



practicidad, en este caso, la investigación del *fitness* se lleva a cabo en *Instagram*, en específico, a la interacción que tienen las mujeres con ésta.

La elección de tomar como espacio la plataforma sociodigital *Instagram* responde a que permite a las usuarias compartir imágenes y vídeos que pueden ir acompañados de descripciones. Asimismo, existen las historias (*stories*) que posibilitan mostrar vídeos o imágenes que desaparecen a las 24 horas de ser publicadas; también está conformada por *hashtags* o etiquetas que son utilizados para posicionar marcas, movimientos, productos e ideas. Sin dejar de mencionar a los *Instagramers* (Abondano Araoz & Hernández Huertas, 2018), personas cuya influencia sobre las personas que los siguen da pie a consumos específicos de productos o reproducción de prácticas particulares. Sin embargo, en esta investigación no se toca este grupo social específico resultado de la interacción entre la plataforma sociodigital y el *marketing de influencia* (Martínez-Sanz & Fernández, 2018; Nieto, 2018; Pérez Curiel & Luque Ortiz, 2018). Los *Instagramers* se han convertido en herramientas que la publicidad digital utiliza para llegar a un mayor número de personas. Éstos, aparentemente, se vuelven en supuestas “figuras de autoridad”, al ser personas que tienen una cantidad grande de seguidores y son abalados por las marcas con las que trabajan o para las que hacen publicidad, en ciertos temas y son usuarios reconocidos por vender productos que empatan con su estilo de vida. Respecto al conocimiento, dice Maturana (1996), éste “confiere poder”. El que no sabe le confiere poder al que sabe” (p. 224), o quizá en este caso, al que dice que sabe. Esto escenifica el cambio de la publicidad en el *fitness offline*, analógico o material y en el *fitness online* o digital, dando pie a la publicidad específica del *fitness digital* donde las personas comunes pueden crear contenido y consumirlo. Así, comparten sus vidas cotidianas y privadas en un ámbito que es cada día más público (Lasén, 2017). Sin embargo, el tema de los *Instagramers* no se desarrolla en esta tesis.

Si bien, *Instagram* es una entre muchas otras plataformas que muestran imágenes y vídeos, como *Facebook*, *TikTok* o *Twitter*, es la única en la que las imágenes y vídeos son la atracción principal y, según la elección del usuario, pueden ir acompañadas de texto. Esta plataforma sociodigital resulta ser una herramienta donde se producen y reproducen

estereotipos y atributos visuales que se han instaurado a lo largo del tiempo mediante medios análogos o soportes materiales como: televisión, revistas, periódicos. Asimismo, se ha convertido en una de las tantas plataformas sociodigitales donde las personas desean compartir su vida cotidiana y privada en un ámbito que es cada día más público. Considerar *Instagram* como un espacio social asume que en ella se desenvuelven y definen ciertos grupos sociales a partir de negar lo que no son, “estas relaciones sociales fijan lo que está bien y lo que está mal, lo legítimo y lo no legítimo dentro de un espacio social, facilitando marcadores, reglas y motivaciones que establecen con quién uno puede asociarse” (Hijos, 2017, p. 11).

Respecto a qué o quiénes definen o determinan los patrones de belleza y de salud, la respuesta resulta bastante amplia y demuestra que es resultado de un proceso histórico donde los entornos socioculturales, políticos y económicos son determinantes y ahora pareciera que la comunicación y las tecnologías (datos, algoritmos y plataformas) también lo son. A estos se suman la posibilidad y capacidad de los usuarios para instaurar sus propios estereotipos, atributos visuales, características, *hashtags*, modelos normativos de salud y belleza. Es decir, pueden crear sus propias tendencias, por ejemplo, mujeres gordas en lencería mostrando sus kilos de más; activistas XL hablando sobre normalizar la obesidad a través de fotografías mostrando las “imperfecciones” del cuerpo con el discurso del amor propio detrás, o bien, el uso de ciertos *hashtags* o etiquetas para identificar fotografías y discursos que visibilicen cuerpos diferentes (Bahra, 2018; Cain, Donaghue, & Ditchburn, 2017; Webb et al., 2019).

Sobre normalizar la obesidad, se piensa en el contexto mexicano, donde hay un creciente y general problema de sobrepeso y obesidad infantil y en adultos, por tanto, el mostrar cuerpos con curvas, gordos, con sobrepeso u obesos en las plataformas sociodigitales ¿normaliza y, por tanto, resta importancia a la situación denominada “pandemia de la obesidad”? ¿o será que mostrar estos cuerpos en tales plataformas permea en la aceptación y el amor propio de las personas que visualizan estos cuerpos? ¿será porque se identifican con estos cuerpos, o bien, porque se diferencian de éstos? Es decir, cabe preguntarse si la

“democracia visual”<sup>6</sup> de mostrar cuerpos con sobrepeso, con obesidad, en posturas cotidianas donde el abdomen se arruga y genera “lonjas” o al natural (sin posar o sin estar con la espalda recta, con todo el peso en una sola pierna y flexionar ligeramente la otra) incrementa o podría llegar a considerarse riesgoso, dado que normaliza y distrae la discusión de la problemática, en términos de enfermedad que genera más enfermedades, de la obesidad.

Ante esto, se reflexiona que, históricamente los cuerpos cuya piel es de cierto tono, con obesidad o sobrepeso y con ciertos rasgos indígenas han sido estigmatizados de los medios de comunicación tradicionales, es decir, televisión, revistas, cine, y esto no ha detenido ni frenado la creciente obesidad en niños, jóvenes y adultos mexicanos, ¿por qué mostrarlos en las plataformas sociodigitales podría generar que la obesidad se normalice? La invisibilización de cuerpos diferentes a lo que la cultura corporal hegemónica propone como “bello” y “sano” no ha permeado en el número de casos de diabetes en México ni en que el país sea considerado el número uno en obesidad infantil y de adultos. La obesidad como “emergencia sanitaria” ha resultado en programas sociales o estrategias del gobierno a nivel federal efectivos hasta cierto punto<sup>7</sup>. Sin embargo, sí ha impregnado la vida cotidiana de las personas, los hábitos, los consumos, los estigmas, las subjetividades, los productos, las identidades, los cuerpos, las poses, las fotografías, las tecnologías para modificar las fotografías de los cuerpos y, sobre todo, la identificación y/o distinción con “lo otro”.

La Imagen 1 explica la contextualidad del cuerpo enmarcado e interseccionalizado por el género, por los discursos biomédicos, los consumos y la cultura digital que engloba los datos, los algoritmos, las plataformas y tecnologías sociodigitales. Es decir, el cuerpo funciona como categoría de análisis de los fenómenos sociales. En este caso la visualidad de

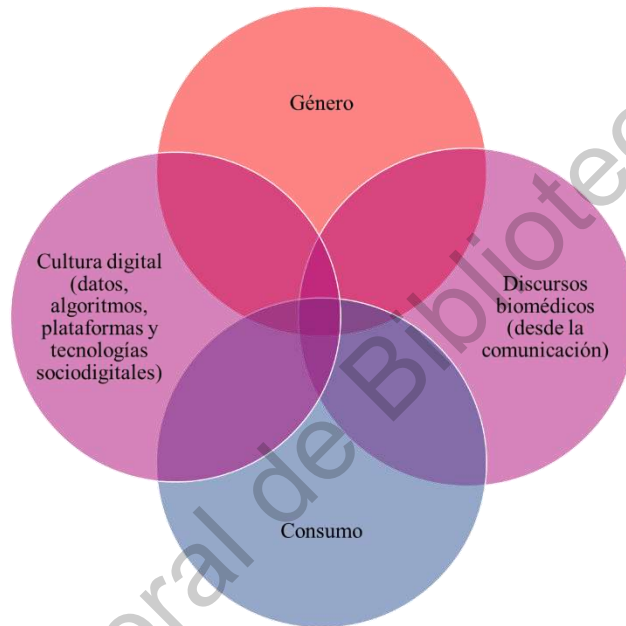
---

<sup>6</sup> Término propio e inventado para referir al derecho de las personas a elegir y controlar sus propias fotografías, a lo que le da “me gusta”, lo que comenta y cómo decide mostrarse en esas fotografías.

<sup>7</sup> El impuesto a las bebidas azucaradas; la regulación en la publicidad de alimentos y bebidas con alto contenido calórico; la modificación al etiquetado de los alimentos y bebidas industrializadas; regulación de la venta de los alimentos “chatarra” en algunas escuelas públicas; las campañas de promoción de actividad física; programas sociales como: “chécate, mídete, muévete” impulsado por el Instituto Mexicano del Seguro Social (Información consultada el 26/10/2020 en: <https://www.insp.mx/avisos/5091-dia-mundial-obesidad-politicas.html>)

los cuerpos de las mujeres mostrados en *Instagram* bajo la etiqueta de ser *fitness* o pertenecer al estilo de vida *fitness*. Las poses, los espacios donde se fotografían, la variedad de fotografías en los perfiles, las *selfies*, fotos tomadas por alguien más, fotografías frente al espejo.

Imagen 1. La interseccionalidad del género, los discursos biomédicos, el consumo y la cultura digital visibilizada en el cuerpo



Fuente: Elaboración propia.

La Imagen anterior permite la visualización del cuerpo como espacio donde se escenifican: a) Los modelos normativos y las experiencias en la vida cotidiana que se tienen según el género al cual se pertenece o con el que se identifique; b) La cultura digital, es decir, los datos corporales, las mediciones, las decisiones a la hora de publicar una fotografía o escribir cierto texto en plataformas sociodigitales; c) El consumo que tienen las personas que poseen el cuerpo o cuyo cuerpo los posee, si se lleva una dieta hipocalórica o hipercalórica; d) Los discursos biomédicos que miden y categorizan el cuerpo sano de uno enfermo, el cuerpo de manzana o de reloj de arena.

Se entiende que las imágenes moldean los patrones de lo hegemónico; sin embargo, el cuerpo también se construye subjetivamente cuando las personas lo modifican, lo miden, lo intervienen, lo fotografían, lo opinan o admiran. Estas últimas refieren a las tecnologías del yo y del cuidado de sí que moldean los cuerpos. Asimismo, estos cuerpos adaptados se ven enmarcado por otras categorías que, a su vez, tienen ciertas representaciones en la cotidianidad. A manera de explicar lo anterior: las prácticas, los consumos y los significados configuran las subjetividades de las personas y, por lo tanto, de sus cuerpos. El ejercicio, la alimentación, el binomio salud-belleza y los hábitos rutinarios conforman el estilo de vida *fitness*. Asimismo, la fotografía digital, las inscripciones o datos e *Instagram* son tres escenificaciones—de muchas que existen, y cada día aumentan—de cómo las tecnologías digitales: los algoritmos, los dispositivos y las plataformas sociodigitales intervienen en la conformación, modificación y configuración del cuerpo. A continuación, la imagen que permite visualizarlo.

Imagen 2. Los cuerpos de las mujeres fragmentados por las tecnologías del yo y del cuidado de sí: subjetividades, *fitness* y tecnologías digitales.



Fuente: Elaboración propia.

Cabe aclarar que, en los resultados se retoma la propuesta de Tecnologías del yo y cuidado de sí (Foucault, 2008) con el propósito de hablar de todas estas formas de “cuidado” y “modificación” de los cuerpos, así como las nuevas formas de medirlos mediante pulseras electrónicas; las diversas plataformas sociodigitales dónde mostrarlos; los diferentes aparatos que existen para transformarlos, por mencionar algunos. Asimismo, se ahonda en los tres fenómenos que intervienen y, hasta cierto punto, fragmentan el cuerpo: las tecnologías digitales, el *fitness* y las subjetividades. El problema de investigación se encuentra dentro de las categorías anteriores, sin embargo, por cuestiones de tiempo no pueden abarcarse todas.

### **¿Por qué no hemos podido entender la interrelación entre cuerpo y redes sociodigitales?**

En primer lugar, por las perspectivas teóricas utilizadas con mayor frecuencia para comprender la cultura digital y la poca o nula distinción que refieren sobre la diferencia, según el sexo y el género, al relacionarse con la tecnología. Es decir, la teoría del Actor-Red (Lasén & Puente, 2016; Latour, 2008) propone un entendimiento de la vida social a partir de la asociación de los actores humanos y los no-humanos, comprendiendo como no-humanos a las tecnologías. La teoría visibiliza la relación entre los sujetos y las tecnologías y sus productos (datos, algoritmos y plataformas), sin embargo, no hay una diferencia marcada según el sexo y el género. Dicho de otro modo, según el género con el cual se identifiquen los actores sociales habrá una distinta relación con las tecnologías, con las plataformas sociodigitales, con las fotografías y la manera de fotografiarse, por mencionar algunos ejemplos.

Asimismo, se reconoce que el fenómeno de las plataformas sociodigitales está en auge y en constante cambio, por lo cual se dificulta pensar y reflexionar sobre éstas, su algoritmo y la relación que tienen que las personas de manera crítica y actual. La vertiginosa innovación de la tecnología permea en las relaciones sociales, culturales, políticas y económicas de las personas y, en la conformación de su identidad, personalidad y corporalidad. Por ello se enfatiza en la fenomenología feminista para comprender el fenómeno.

## **Objetivo general**

Comprender los cambios y las resignificaciones que tienen las mujeres frente a su propio cuerpo al interactuar en *Instagram*. Asimismo, se desea describir las representaciones visuales de la cultura corporal hegemónica en el *fitness* a través de *Instagram*, específicamente, de las fotografías que se toman y publican, así como por los *hashtags* con los que identifican sus publicaciones.

Objetivos específicos:

1. Describir las remediaciones en las prácticas o actuaciones específicas del estilo de vida *fitness* en el cruce con *Instagram*.
2. Conocer las representaciones corporales de lo que se considera saludable y *fitness* para las usuarias de *Instagram*. Asimismo, describir los posicionamientos de las mujeres frente al subir de peso y las fotografías que identifican al estilo de vida *fitness*.
3. Comprender las narrativas que reconocen y configuran al *fitness* como un estilo de vida, así como la visualidad que lo representa.

## **Preguntas de investigación**

Las representaciones y presentaciones de las subjetividades, anteriormente denominado como estereotipos, hechas cuerpo mediadas y remediadas por los dispositivos digitales, las plataformas sociodigitales y por las fotografías digitales se escenifican en numerosos fenómenos sociales. Uno de ellos, y el que ocupa en este caso es el modo de reconocimiento y diferencia que se constituye por medio de actuaciones digitales que dan forma a lo que significa ser y estar saludable, es decir, tener un cuerpo con características físicas específicas enmarcado en un estilo de vida *fitness*.

Ante la pregunta general:

¿Cómo se construye la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*?

Surgen otras preguntas distribuidas en tres ejes. Se asume que una deriva de la otra y por ello se encuentran en conglomerado. El primero se enmarca en lo que significa ser saludable según las prácticas visualizadas en *Instagram*. Asimismo, el reconocimiento y la diferencia con otras jóvenes saludables o no y si esto se escenifica en un tipo de cuerpo específico. El segundo, sobre los cambios en el estilo de vida *fitness* de las mujeres, también si *Instagram* es productor o reproductor de nuevos estereotipos corporales de salud y belleza. El tercero, interroga sobre los discursos anclados en el estilo de vida *fitness* en *Instagram*:

1. ¿Qué significa ser y estar saludable, en la práctica *fitness*, en términos de actuaciones digitales de las jóvenes? ¿Cuáles y cómo son los cambios y resignificaciones que tienen las mujeres frente a su propio cuerpo al interactuar con *Instagram*?
2. Asimismo, ¿Cómo se muestran las mujeres *fitness* en *Instagram*? ¿Qué *hashtags* utilizan para identificar sus publicaciones? ¿La interacción en *Instagram* remedia la práctica *fitness* de las mujeres? ¿En qué medida? ¿Es *Instagram* productor de nuevos estereotipos corporales de salud y belleza? ¿Qué características físicas deben tener sus cuerpos para considerarse saludables y bellos? ¿Cuál es el posicionamiento de las mujeres frente al subir o bajar de peso visibilizado en *Instagram*?
3. ¿Cuáles son las narrativas que describen el estilo de vida *fitness*? ¿Cómo se visualizan en *Instagram*? Es decir, ¿cuál es el discurso de las mujeres en torno a la salud, la belleza y el ejercicio en el estilo de vida *fitness* que se presenta y representa en *Instagram*?



## Capítulo II. Estado del arte

En este apartado se describe “qué se ha dicho y qué no; cómo se ha dicho; a quién se ha dicho; y, qué falta por decir” (Calderón, Londoño, & Maldonado, 2016, p. 9) respecto al *fitness*. Ello con el fin de mostrar las diversas perspectivas teóricas, los diferentes abordajes metodológicos y, por tanto, la variación de los resultados obtenidos en los estudios que se revisaron. En un primer momento se introduce sobre el camino seguido para seleccionar los artículos y la cantidad de estos, la sistematización de los resultados, las fuentes, las revistas y los idiomas desde los cuales se ha generado el conocimiento, así como las palabras clave para la búsqueda de los artículos seleccionados. En segundo lugar, se presenta la revisión de la literatura que estará dividida por cuatro categorías: Lo digital, *Instagram*, *fitness* y el estilo de vida *fitness*. En cada sección se retoman las investigaciones pertinentes que enmarcan cada categoría. Los estudios que se revisan intentarán responder algunas o todas las siguientes interrogantes: “¿Qué problemas se han investigado?; ¿Cómo se definieron esos problemas?; ¿Qué evidencias empíricas y metodológicas se utilizaron?; ¿Cuál es el producto de las investigaciones?” (Calderón *et al.*, 2013, p. 12).

La búsqueda de los artículos es continua, no se lleva a cabo en un día específico sino en varios momentos y a lo largo de toda la investigación. Los gestores de referencias principales para la búsqueda de información fueron: *Dialnet*, *Sage*, *Fat Studies*, *Elsevier*, *Researchgate*, *Academia.edu*, *Razón y palabra*, *Redalyc*, *Redib*, *Scielo*, *Routledge*. Cabe mencionar que, también, se accede a ciertos artículos y libros por la recomendación de algunas personas. Las disciplinas a las que pertenecen los artículos van desde la antropología, comunicación, sociología, mercadotecnia, medicina, nutrición y cosmetología.

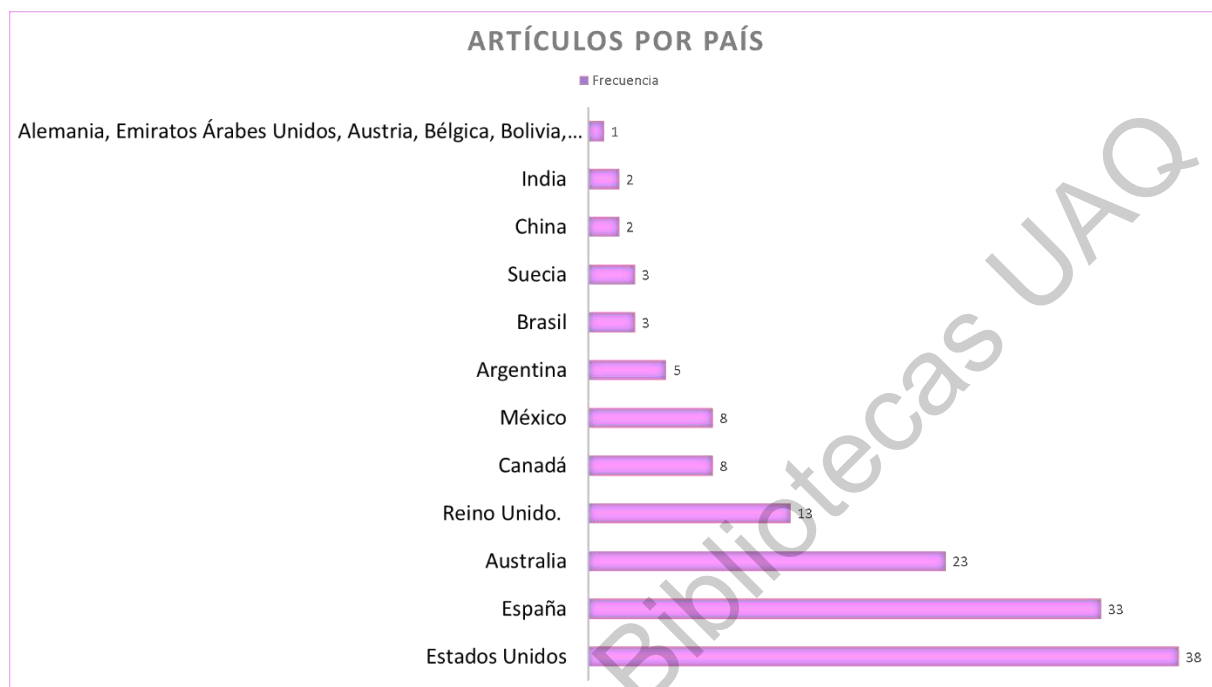
Las palabras clave mediante las cuales se comienza a buscar artículos fueron dos principales: *Instagram* y *Fitness*. A raíz de que la búsqueda no arroja muchos resultados, se decide explorar por variantes. Es decir, de lo *Fitness* se desglosaban dos nociones principales: “salud” y “belleza”; entonces se busca *Instagram* + salud; *Instagram* + belleza; *Instagram* + *fitness*. Esto rinde más frutos, sin embargo, se prueba modificando *Instagram* por: “plataformas sociodigitales” y “digital”. Así se encuentra más información sobre el *Marketing* de influencia por lo que se intenta la combinación con: belleza, salud y *fitness*.

Así, también se ensaya con la especificidad de *Instagram*: las imágenes, las fotografías, la visualidad. Esto resulta en la mezcla: fotografía digital + belleza; visualidad digital + salud; *Instagram* + fotografía + *fitness*. Por último, se buscan diversas combinaciones entre las mencionadas anteriormente y: cuerpo, corporalidad, representación, cultura, obesidad, discurso, ideología, estilo de vida, identidad, consumo, publicidad, prácticas, por mencionar algunos.

Se trata con numerosas combinaciones dando por resultado la descarga de 200 artículos. De este total, se revisaron 145. Se sistematiza la lectura de estos a partir de un documento de Excel que contiene: a) bibliografía, b) país, c) año, d) fuente, e) palabras clave, f) temática, g) perspectiva teórica, h) metodología, i) autores más utilizados, j) ¿me sirve?, k) ¿qué falta?

Asimismo, la producción del conocimiento está en inglés y se produce especialmente en Estados Unidos, en España, en Australia y en Reino Unido, de allí que, de 145 artículos, 88 están en inglés.

Tabla 2. Revisión de la literatura por país



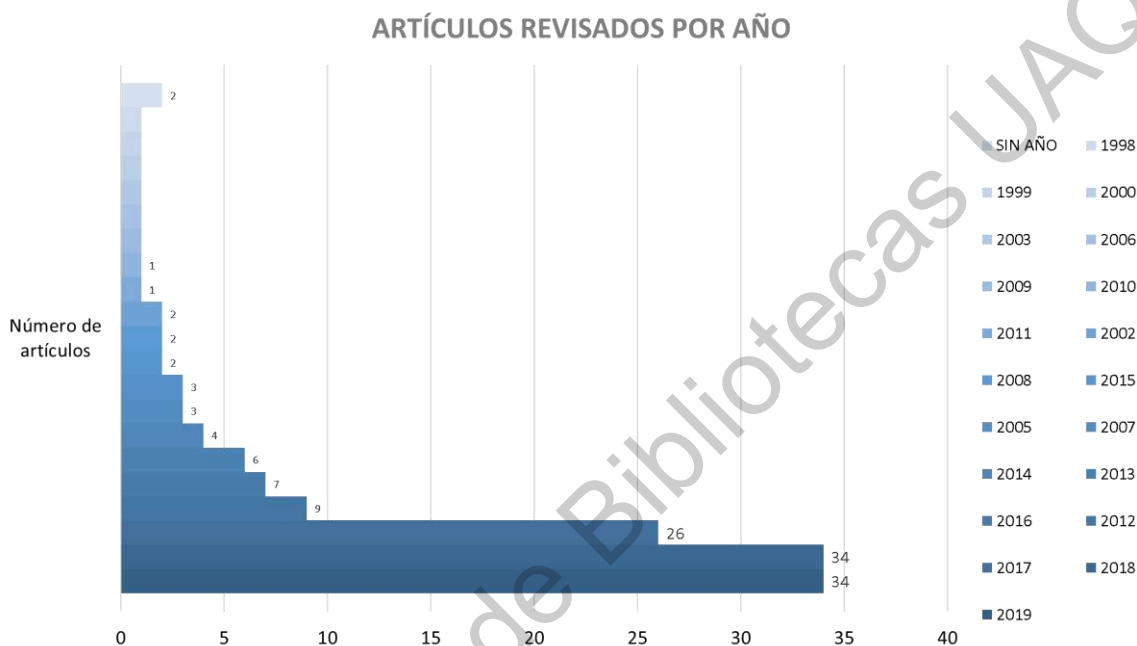
Fuente: Elaboración propia.

La producción en inglés genera que las búsquedas se hicieran en el mismo idioma, esto refleja una centralización de los estudios acerca del cuerpo y de lo *fitness* o de “estar en forma”. Es evidente que el término *fitness* está en inglés, por ello se explora con artículos desglosándolo en dos términos en español: salud y belleza. La problemática de traducción que implica lo *fitness* también es significativa para comprender por qué la producción de dichos estudios se da en inglés. A pesar de que una posible manera de traducir *fitness* es “estar en forma”, la búsqueda de artículos en español utilizando dicha traducción no arroja resultados.

En la siguiente gráfica se muestra la revisión de la literatura según el año de publicación. En esta investigación se les da mayor importancia a los artículos publicados en los últimos dos años (2018 y 2019) con base en lo actual de las investigaciones que involucran a las plataformas sociodigitales y a lo digital, seguido de la producción en el 2017,

2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010, 2009, 2008, 2007, 2006, 2005, 2003, 2002, 1999 y 1998.

Tabla 3. Revisión de la literatura por año



*Fuente: Elaboración propia.*

Debido a que la problemática de lo digital es reciente se decide por hacer búsquedas mayores en los últimos años. Asimismo, se observa que los artículos que tienen más tiempo de haber sido escritos pertenecen a las temáticas cuerpo, belleza, salud. Los artículos más recientes se enfocan a categorías como: digital, *Instagram*, consumo. Esto muestra un vacío en la relación que tienen las plataformas sociodigitales y lo digital en el cuerpo, en la representación de la belleza y de la salud y en lo *fitness*.

La revisión de la literatura arroja resultados respecto a la falta de definición sobre “lo digital”, “el mundo digital”, “la digitalidad”, y se muestra que es un concepto del cual se asume su significado sin entrar en detalles o definiciones específicas. Por lo tanto, al inicio de este apartado, se hace un esbozo sobre la revisión de la literatura para definir “lo digital”, ya que permea a lo largo de los artículos revisados.

A continuación, se encuentra el compendio de textos revisados para esta investigación. Y, en el último apartado se exponen ciertas conclusiones respecto a lo que falta por hacer, lo que necesita ser construido y de qué manera se puede construir en esta investigación. Lo anterior a sabiendas de que uno no puede conocerlo, y mucho menos, leerlo todo, este apartado debe y ha seguido construyéndose y actualizándose con el paso del tiempo.

### ***Instagram* como herramienta, técnica; desde el *marketing* y desde la visualidad**

En esta categoría se citan los artículos en los cuales se analiza *Instagram* desde diversas perspectivas. En la primera parte se enuncian aquellos donde se utiliza como posible herramienta para analizar fenómenos sociales y culturales; como espacio en el cual se representan las personas y como configurador de significados. Es decir, se piensa *Instagram* como parte de las técnicas para la metodología o como parte de la teoría que sustenta representaciones, consumos o prácticas que se reproducen en algunos pocos casos. Asimismo, en otras investigaciones se analiza el significado del uso de algunos *hashtags* y sus implicaciones a la vida cotidiana. En la segunda parte se describen los artículos enfocados en la relevancia que ha adquirido la plataforma sociodigital, mayormente para los mercadólogos, como un espacio nuevo de consumo, de un consumo diferentes y de ventas totalmente distintas a lo conocido previamente con la publicidad en otros medios. En la tercera parte, se puntualizan algunos de los estudios enfocados a la imagen o fotografías en *Instagram*. Es decir, el atractivo principal en ésta es compartir, ver e interactuar con personas que suben fotografías, ya sea de uno mismo, de lugares, comida. Y esas representaciones de uno mismo, de la realidad, de los alimentos, de la vida cotidiana, ha sido estudiada por diversas disciplinas.

*Instagram* también se utiliza para buscar información, mostrarse a otros, ver vídeos, ver imágenes, tomarse fotos, buscar productos, marcas, entre otras actividades más. Dicha búsqueda alimenta el algoritmo que los diseñadores del *software* han armado. Es decir, el algoritmo se alimenta con datos sobre lo que uno desea, consume o mira y ocasiona, también, que uno mire más de lo mismo. Por ejemplo, si uno busca el perfil de alguna marca de ropa deportiva en *Instagram*, el algoritmo muestra más marcas de ropa deportiva que sean o

resulten parecidas a la marca que previamente se busca. Tal búsqueda de contenidos está ligada a la vida cotidiana de las personas, a sus subjetividades, a sus gustos individuales y a los contenidos a los cuales le dan más “me gusta” o miran más tiempo.

Dorothy Wong, Krestina Amon y Melanie Keep (2019) analizan el uso de las plataformas sociodigitales, en concreto *Instagram*, para predecir el bienestar y el malestar, en términos de pertenencia, en los usuarios. Tanto el positivo como el negativo, dicen, están determinados por el sentido de pertenencia que adquieran los usuarios, así como por el apoyo social que perciban en esos sitios. En este caso, *Instagram* se presenta como el objeto a ser estudiado, pero lo estudian a través de sí mismo. Es decir, se investiga *Instagram* como soporte digital y como parte de la metodología. Se invitó a que las personas hablen sobre los motivos que tienen para utilizarla, así como el apoyo recibido a través de ella y la frecuencia de su uso. Concluyen que, “la frecuencia de visualización de publicaciones, “me gusta” y publicaciones de imágenes se predice al estar motivado por un deseo de pertenecer” (p. 470). Es decir, el deseo de pertenecer genera una frecuente visualización de la plataforma, de darle me gusta a las fotografías o de comentarlas. Sin embargo, esta investigación recae en llevar una metodología mixta con mayor peso a lo cuantitativo y desde una perspectiva psicologista, generando así análisis de corte causa-efecto.

*Instagram*, también, se presenta como el medio donde se observan fenómenos como el surgimiento de términos para representar actividades físicas, estilos de vida o consumos a través del uso de *hashtags*. Las etiquetas o *hashtags* son, en algunas ocasiones, términos inventados, por ejemplo, el término *fitspiration* que aparece en la revisión de la literatura.

La creación del concepto *fitspiration* es reciente y, surge a partir de la viralización de otro término: *thinspiration*, la inspiración a ser delgado o bien, ser delgado es la inspiración. Ambos términos resultan problemáticos pues pueden provocar que quienes los usan o lean se confundan entre: inspiración y aspiración. La problemática del término *thinspiration* se divulga en la plataforma digital *Pinterest* (Lewallen & Behm-Morawitz, 2016). Es controvertida porque parece animar a las mujeres a una delgadez extrema y peligrosa como estética corporal. Al observar la problemática que podría traer consigo la producción y

reproducción del *#thinspiration*, se decide bloquear su uso. Pero este continúa presente, al menos en *Instagram*.

Si bien “los medios de comunicación no inventan los estereotipos, pueden reforzarlos y, de esta manera, fortalecer la imagen social negativa [o positiva] de un determinado grupo, en vez de ayudar a interrogarla, quebrarla o cuestionarla” (Morduchowicz, 2012, p. 87). Es decir, no producen ni inventan los estereotipos, pero sí reproducen y refuerzan las representaciones ideales sociales que se tienen sobre un grupo social específico. Lo anterior, aunado con los medios, los dispositivos, las aplicaciones y las plataformas sociodigitales permite que se propaguen y viralicen a mayor escala pensamientos, prácticas, consumos, ideas, sentimientos. Dicho de otro modo, la entrada de las plataformas sociodigitales como sistemas simbólicos, como soportes materiales y digitales ha complejizado la escena de las representaciones sociales y las imágenes que refuerzan éstas. “La identidad es la cultura internalizada en nosotros mismos, se apropia bajo la forma de conceptos, ideas e imágenes compartidas. Estas imágenes determinan una manera de ser y de hacer particular” (Morduchowicz, 2012, p. 18). La reflexión indica cuestionar si las plataformas sociodigitales han reproducido aún más los estereotipos o, si bien, hacen un daño más profundo y viral en términos de enfermedades mentales, emocionales, físicas.

A partir del suceso anterior, muchas investigaciones voltean a ver el fenómeno de los *hashtags*, en concreto, el *#Fitspiration*. Peng *et al.* (2019) observan el efecto que tiene el término *fitspiration* en los hombres que miran las imágenes donde se utiliza el *hashtag*. Concluyen que las imágenes en las plataformas sociodigitales tienen un mayor efecto que las que se encuentran en las revistas de ejercicio o los medios tradicionales.

Tiggemann, Churches, Mitchell y Brown (2018) analizan las tendencias *thinspiration* y *fitspiration* en *Twitter*. La metodología que utilizan es mixta, pero le dan mayor peso a lo cuantitativo. Recolectan 3,289 tweets en inglés para observar la relación entre las comunidades previamente mencionadas. A través de un análisis de red concluyen que las comunidades no están superpuestas. Asimismo, realizan conteos de frecuencia y un análisis de sentimientos que permiten mostrar las diferencias entre los ideales de ambas comunidades. Mencionan que, aunque en ambas comunidades se habla sobre la apariencia y la pérdida de

peso, los *tweets* de la comunidad *fitspiration* son más positivos. Otro resultado de la investigación deriva en la concentración de las redes, esto para demostrar que la comunidad *thinspiration* es mucho más unida. Esto, según Tiggemann *et al.* (2018), puede tener consecuencias negativas para las personas en términos de imagen corporal, ideal corporal y cierta alimentación o trastorno alimenticio.

Robinson, Prichard, Nikolaidis, Drummond, *et al.* (2017) retoman el término *fitspiration* desde la Teoría de la Comparación Social para mostrar el impacto que tiene el observar fotografías de mujeres delgadas y atléticas en los participantes seleccionados. Las fotografías son divididas en tres conjuntos: ideal delgado, ideal atlético e ideal muscular. Posteriormente reúnen a 106 mujeres estudiantes universitarias para mostrarles, al azar, las fotografías que pertenecen a uno de los tres conjuntos. Tras exponer las fotografías y realizar una serie de preguntas cerradas a los participantes, concluyen que las mujeres que ven imágenes de los conjuntos: ideal delgado e ideal atlético presentan mayor insatisfacción corporal, contrario a quienes miran imágenes del ideal muscular.

Bohjalian (2017) analiza el término *fitspiration* en *Instagram*. La autora selecciona a seis usuarios populares dentro de la comunidad *fitness*, pues publican fotografías de sí mismos para inspirar a otros a que alcancen sus objetivos físicos o corporales. A través de un estudio de corte cuantitativo basado en el análisis de contenido encuentra que la mayoría de las publicaciones que hacen los usuarios seleccionados no se relacionan con el *fitness*. Sin embargo, siempre muestran sus cuerpos en las fotografías.

El estilo de vida *fitness* comprende nuevas y diversas expresiones, términos, discursos y conceptos, así como también, una mayor complejidad en las definiciones. Lo digital transforma y resignifica las nociones, visibiliza nuevos cuerpos, la prevalecencia del amor propio y permite una propagación y difusión de las opiniones, pensamientos e ideales. Pareciera que con la —supuesta—democratización que permiten las plataformas sociodigitales, las reafirmaciones digitales se hicieran más presentes; se visibilizaran cuerpos diferentes; innovaciones en los ideales de amor propio.



Los artículos anteriores resultan reduccionistas puesto que someten el actuar de las personas de manera que, desde el planteamiento de la hipótesis ya se está controlando lo que va a suceder. Es decir, los estudios son de causa-efecto. Por lo tanto, en esta investigación se considera que sí, *Instagram* es una herramienta, pero no es únicamente un espacio para que las personas vean imágenes y actúen, reaccionen o se sientan de determinada manera ante ellas, sino que es un artefacto que tiene un mecanismo específico detrás de su fabricación. Dicho de otro modo, la arquitectura que la define tiene características particulares que responden a intereses de quienes la modifican y reforman cada tanto.

El análisis de contenido es un método para asumir a la plataforma sociodigital *Instagram* como una técnica fidedigna que otorga información sobre las personas, su vida cotidiana y sus múltiples representaciones en lo digital. El análisis de contenido también permite estudiar los colores y los estilos de las personas en concordancia con sus perfiles en *Instagram*. Kim y Kim (2019) a través de una encuesta en línea a 179 estudiantes miden rasgos de personalidad desde la psicología, como: narcisismo, la satisfacción con la vida, la soledad, la actitud hacia dicha plataforma sociodigital (o cualquier plataforma) y el género. Paralelamente examinan las fotos de los perfiles en términos de color, diversidad y armonía en los colores. En total consideran 25.394 fotos a través de un análisis estilométrico. Esto para averiguar si existe relación entre las características de la personalidad del usuario y las peculiaridades del estilo en sus fotos. Con ello hallan una diferencia en los colores de las fotos según el género y concluyen: 1. Los usuarios cuyas respuestas apuntan a un neuroticismo se reflejan en poca armonía de color en sus fotos; 2. Se correlaciona negativamente la diversidad de colores con soledad romántica; 3. Se relaciona positivamente a los usuarios más extrovertidos con una diversidad de colores en sus fotografías.

Sin embargo, el estudio anterior (Kim & Kim, 2019) utiliza una metodología mixta que puede parecer simplista. Es decir, minimiza las actitudes de las personas y propone visibilizarlas únicamente a través de los colores o sus fotografías en *Instagram*. Si bien, la elección de los colores en la vestimenta de la persona que posa en la fotografía, los colores del fondo y la edición que se le haga a la imagen definitivamente aportan información sobre la persona que toma las decisiones. Sin embargo, es difícil determinar si la persona está sola,

si es extrovertida o si es tímida a partir de cómo se muestra en sus fotografías. Esto significaría que las personas se muestran en sus plataformas sociodigitales tal y como son en la vida real, en el “cara a cara”, y esto, a su vez, eliminaría el sentido de investigar la vida digital. Dicho de otro modo, si la vida digital fuese igual que la real, o si las personas fueran igual en ambos espacios no tendría sentido investigar la cultura digital detrás de las fotografías.

El análisis de contenido es una técnica que permite conocer los perfiles, la estructura y las temáticas que los, ahora denominados, prosumidores generan en sus plataformas sociodigitales. Sin embargo, reduce los colores de las fotografías a representaciones sobre el narcisismo, la satisfacción con la vida, la soledad, la actitud y el género. La investigación de Kim y Kim (2019) resulta, en cierto sentido, limitada y psicologista. Suele asumirse que lo digital representa nuevas: normas sociales, oportunidades, conocimientos y formas de sociabilidad. Así, también que “la posibilidad de generar contenidos encierra nuevas formas de participación” (Morduchowicz, 2012, p. 82). Pareciera que, en los estudios mencionados anteriormente se superpone la realidad digital sobre la real, pero, hasta donde se observa, no hay innovación en las técnicas, en las herramientas y mucho menos en el diseño metodológico para pensar la realidad digital con sus particularidades.

*Instagram* es utilizado como parte de la metodología, de las técnicas o de los métodos para acercarse a un fenómeno social, ya sea para analizarlo o compararlo, o bien, para conocer un fenómeno en su parte digital. Esto ha sido relevante, mayormente para los mercadólogos, pues han encontrado en *Instagram* un espacio nuevo de consumo diferente y de ventas totalmente distintas a lo conocido previamente con la publicidad en medios analógicos o tradicionales. Actualmente, según estudios del *Interactive Advertising Bureau* (IAB), asociación que agrupa a las empresas de la publicidad interactiva de los principales mercados del mundo, estima que el 92% de los usuarios de *Instagram* considera más confiable el contenido generado por el usuario o *Instagramer* antes que el del comercial. También, la valora como la plataforma más usada por *influencers*, se calcula que los anuncios, en México, hechos en *Instagram* llegan a 32 millones de personas (We Are Social y Hootsuite, 2021). 61% de los mexicanos sigue a una marca en sus redes sociales digitales para estar al tanto.

(IAB, 2019); y 67% declaró haber comprado en línea (IAB, 2019). Estos datos acercan a la relevancia que tiene el estudio del *marketing* de influencia, en *Instagram*, y en los mexicanos.

Para fines de esta investigación se le añade el término *offline* a aquellos fenómenos cuyas características se han visto modificadas con el auge de lo digital en la vida cotidiana. Por lo tanto, se hablará de una publicidad *offline* y una publicidad *online* (Nieto, 2018, p. 154) únicamente para diferenciar las prácticas de la primera con las de la segunda. La *offline* se refiere a aquella que se produce y reproduce en revistas, televisión, radio; y la *online* engloba la publicidad y las nuevas estrategias que se han ido desarrollando en las plataformas sociodigitales y plataformas digitales como *Instagram*, *Facebook*, *Google*, por mencionar algunos ejemplos.

Así como se puede hablar de una publicidad *offline* y una *online*, se puede pensar al consumo *offline* o consumo *online* (Zunino, 2018). Si bien, ambos se refieren a una acción, el primero se refiere a la acción o compra de un soporte material y, la segunda, a la acción de usar o disfrutar cierto soporte inmaterial o digital. Lo *offline* y lo *online* son simplemente operatorios, dado que funcionan para mencionar las diferencias, si es que las hay, entre ellos. Pareciera que la línea que demarca el antes y el después, tanto en el consumo como en la publicidad, es lo digital.

A raíz del consumo digital emergente y en emergencia, los mercadólogos se han puesto la tarea de investigarlo para conocer su funcionamiento y aprovecharlo en términos económicos. Esto ha permitido la conceptualización de ciertos términos, tales como: *marketing* digital, *marketing* de influencia, *influencers*. Aunque aún faltan investigaciones con perspectivas y desde disciplinas diferentes, la mercadotecnia ha permitido el acercamiento a dichos conceptos que, a su vez, dan cuenta de una realidad en desarrollo. En esta investigación no se desarrolla ni se investiga el papel de los *influencers* en *Instagram*, ni el *marketing* de influencia relacionado con el *fitness*, aunque en un principio así se consideraba. Resulta importante mencionarlo porque da cuenta de *Instagram* como escenario de teorías sobre el consumo.

Ésta se ha vuelto más sofisticado en los últimos años (2017, 2018 y 2019). Hay investigaciones que miden la influencia de las personas en *Instagram* basándose en un equilibrio entre la cantidad de “me gusta” en las fotos, el número de seguidores y el número de comentarios en sus perfiles. Lara-Navarra, López-Borrull, Sánchez-Navarro & Yáñez (2018) hacen un análisis de datos de las plataformas sociodigitales para medir la influencia de los usuarios. Reflexionan sobre el diseño de los algoritmos comprensivos que modifican los datos generados según la interacción de los usuarios y cómo esto ha dado pie a nuevos modelos de negocio. Asimismo, describen instrumentos que se utilizan para medir la influencia de los usuarios en las plataformas sociodigitales y presentan un proyecto propio llamado *Social Engagement* que permite la detección y el análisis de las tendencias de los creadores de opinión y de contenido.

Dicho *marketing* sirve también para conocer la capacidad en las decisiones de compra o estilo de vida de los *influencers* o influenciadores sobre los usuarios o las personas que los siguen en *Instagram*. Martínez-Sanz y González (2018) hacen un estudio de ello con jóvenes. A través de un análisis de contenido realizan el seguimiento de trece perfiles que fueron destacados en 2017. Dicho análisis les permite observar y estudiar las estrategias, recursos y las llamadas a la participación de los *influencers* a los usuarios. Los autores evidencian un “dudoso cumplimiento de la normativa española en materia de publicidad -que obliga a los autores a señalar de forma explícita todo mensaje que promocione algún producto o servicio procedente de una relación contractual” (p. 231), así como un uso de la imagen “para construir vidas idílicas a partir de escenas cotidianas” (p. 231)

Cabe destacar que el *marketing* de influencia ha podido desarrollarse de la manera en la que se ha desarrollado por dos antecedentes clave: la web 2.0 y la comercialización<sup>8</sup> y mercantilización<sup>9</sup> de, casi, absolutamente todo. Otra autora que retoma la relación entre el *marketing* de influencia y la comercialización de ciertas prácticas o estilos de vida que antes

---

<sup>8</sup> La comercialización se define como la puesta en escena de condiciones comerciales y cierta organización para que un producto pueda venderse.

<sup>9</sup> La mercantilización se refiere al proceso mediante el cual los bienes y servicios se vuelven mercancías. Es decir, todo se puede vender y comprar, por tanto, todo tiene precio.

no podían ser comercializables, es Catherine Archer (2019). A través de etnografías digitales de los perfiles de mamás blogueras, da cuenta de la comercialización de los modelos de maternidad envueltos en una sociedad consumista donde explica: “muchos de los modelos de maternidad (están) vinculados a la acumulación inalcanzable de bienes y servicios cada vez más caros” (p. 155). Allí muestra nuevas éticas de explotación, autenticidad, profesionalidad y del control. Asimismo, con perspectiva de género concluye: “el sector comercial ha cooptado algunos aspectos del feminismo, vendiendo la noción de que las mujeres pueden tenerlo todo, a través del trabajo duro y el consumo” (p. 155).

El estudio de Archer (2019) plantea, entre otras cosas, algo novedoso: analizar, mediante etnografías digitales, las prácticas y puestas en escena de las mujeres que acaban de ser madres, así como la representación que hacen de sí mismas a través de *Instagram*. De fondo lo que visibiliza es la reproducción del mismo modelo y de los mismos ideales sobre el deber ser de lo femenino y de las mujeres que se plantean en las revistas de moda, de salud y de belleza; en los programas de televisión; en las películas. Sin embargo, Archer (2019) añade algo diferente: son las mismas mujeres, recientemente madres, quienes, en principio libremente, se representan de esa forma en sus plataformas sociodigitales. Es decir, las mujeres, en este caso, son quienes deciden subir fotografías de sí mismas, del proceso de su embarazo, de sus transformaciones. Al respecto, dice Paula Sibia (2008): "ahora la intimidad está a la vista de todos. La intimidad deja de ser un territorio del secreto y el pudor para ser un escenario donde cada uno puede poner en escena el *show* de su personalidad" (p. 293). Pareciera que la distinción entre la publicidad en revistas y televisión (soportes materiales o medios análogos) y la publicidad del *marketing* de influencia es el uso de nuevas figuras y modelos para transformar lo cotidiano en algo atractivo capaz de vender productos y estilos de vida.

El análisis de los *influencers* puede hacerse desde diversas perspectivas. Rodrigo Taramona (2018) habla sobre el paso de la figura de los prosumidores a la figura del *influencer* o influenciador. Este nuevo modelo de consumidor, que surge a partir de la web 2.0, asume que el consumidor se vuelve productor, de ahí el nombre de *prosumidor*. Se caracteriza por utilizar “el contenido y las referencias culturales a su alcance para producir el

suyo propio en forma de vídeos, fotos, podcasts o lo que prefiera” (p. 77). Esta figura de prosumidor ayuda a comprender al *influencer* como: “un nuevo modelo de fama” (Taramona, 2018, p. 75). Gómez (2018) explica la diferencia entre *influencer* y un líder de opinión, dice: “un influencer suele conocer el tema del que habla, se le reconoce cierta experiencia y conocimiento del tema mientras que un famoso como Rafa Nadal, no tienen por qué saber de coches o de seguros de vida” (p. 150). Los *influencers* deben conocer la plataforma sociodigital en la cual se desenvuelven para poder sacarle provecho, y también “se han encargado de comprender los algoritmos que rigen la visibilidad en las redes sociales como un medio para aumentar su base de seguidores” (Cotter, 2019, p. 896).

Los *influencers*, también se presentan como microcelebridades (Djafarova & Trofimenko, 2019), pues han convertido su nombre en marca y se han expandido a otros sectores como la música, el sector de los libros, del maquillaje, por mencionar algunos. Djafarova y Trofimenk (2019) estudian a los *influencers* en *Instagram* denominados *instafamous*. A través de una metodología cualitativa cuya técnica fue la entrevista a profundidad a 38 mujeres activas en *Instagram* (Rusia) para explorar la relación entre la credibilidad, la auto-presentación y el comportamiento del consumidor. Es decir, los autores se preguntan si las micro celebridades, las *Instagramers* o los *instafamous* resultan creíbles para las personas que los ven, y descubren que la respuesta es afirmativa. Sin embargo, las micro celebridades deben seguir ciertos criterios de comportamiento y auto-presentación que las haga creíbles.

Clemente-Ricolfe y Atienza-Sancho (2019) proponen una multidimensionalidad de las características de los *influencers* que afecta o modifica a los consumidores. Es decir, a través de una encuesta dirigida a usuarios de plataformas sociodigitales que se encuentran en el rango de edad de los 16 a los 34 años, buscan analizar el papel que juegan los *influencers*. Resaltan la importancia de los *influencers* por el peso que tienen en las personas que los ven, pues “se han convertido no solo en un medio de ocio y entretenimiento, sino también en una fuente de consulta para temas de interés” (p. 2).

Las investigaciones que se dedican a desentrañar la figura de los *influencers*, *Instagramers*, *instafamous* o *microcelebridades* suelen encarar la credibilidad de dicho

grupo, es decir, si quienes los siguen en sus plataformas sociodigitales los fanatizan, los estiman o si sospechan de ellos, pero aun así miran su contenido sin importar si es fidedigna la información. Esta era una pregunta que se planteaba al inicio de esta investigación, sin embargo, decide no seguirse por esa línea puesto que la respuesta estaba allí: las personas siguen a los *influencers* porque: les creen, quieren creerles; porque los admiran, quieren ser como ellos; o bien, les fascina observar los regalos que reciben y quisieran recibirlos también; quisieran ser vistos por miles de personas, desean ser famosos; o quizá porque sienten cierta proximidad al mirar el desenvolvimiento de su vida diaria, sus problemas del día a día. En cambio, el giro de esta investigación los considera como punto de partida para adentrarse al *fitness*, mas no como los únicos jugadores en el espacio. Es decir, se considera al surgimiento de la figura del *Instagramer* o *influencer* como uno de tantos ejemplos donde se disputan los bienes simbólicos, las representaciones y los significados sociales en el plano de lo digital.

El *marketing* de influencia se entiende como el uso o implementación de *influencers* para vender o dar a conocer ciertos productos o marcas a las personas. La importancia del *marketing* de influencia recae en que se trata de gente común que, por alguna razón, tiene muchos seguidores. Ya sea que compre los seguidores, que tenga un muy buen contenido o bien que sea encantador y resulte atractivo para las personas. Asimismo, entiende que cada plataforma sociodigital tiene sus especificidades, así como los usuarios en ella. Esto genera que los *influencers* también tengan y desarrollen diferentes maneras de moverse en las distintas plataformas digitales o plataformas sociodigitales, es decir “el surgimiento y desarrollo del prosumidor va estrechamente vinculado al de las plataformas de las que se valen. Se podría decir que la tecnología ha ido marcando el ritmo del crecimiento, la diversidad y la complejidad del contenido” (Taramona, 2018, p. 78).

Lo anterior explica el surgimiento del término *Instagramers*. Para Padilla y Oliver (2018) los *Instagramers* son los *influencers* que se desarrollan particularmente en *Instagram*. Ellos observan a la plataforma sociodigital como un espacio de comunicación de moda para los jóvenes en España y para ello aplican una metodología en dos fases consecutivas y diacrónicas: 1. Exploración bibliográfica sobre los conceptos de *Instagram*, *influencers* y comunicación de moda; 2. Indagación correlacional (cuantitativa y cualitativa), de tipo

descriptiva que busca a las 15 *Instagramers* españolas de moda con más seguidores. Así, concluyen que *Instagram* se ha convertido en “el nuevo escaparate digital de fotografías y sustituye, totalmente, los escaparates físicos tradicionales para los jóvenes españoles” (p. 55)

En la actualidad, enmarcada por un consumismo extremo y por un agotamiento racional donde “pensar cansa” (Ragnedda, 2008, p. 138)(Ragnedda, 2008, p. 138), el *marketing* de influencia podría considerarse la nueva publicidad de boca en boca por su horizontalidad, su proximidad y su manera de mostrar la vida cotidiana. El uso de *influencers*, en este caso, *Instagramers* se comprende puesto que "para las nuevas generaciones la intimidad se ha desplazado a la web" (Morduchowicz, 2012, p. 33). La vida diaria sucede para los otros, con la mirada y a pesar de los otros. Sucede casi como si un amigo recomendara un producto, ese “amigo” que resulta ser al que uno admira, con el que compite un poco porque quisiera ser como él/ella, y ese “amigo” con el que comparte gustos, hábitos y/o intereses. Ahora el consumidor no solo consume, sino que lo presume y muestra a través de fotos en sus plataformas sociodigitales. El usuario común se ha convertido en un medio para publicitar. Ahora quien adquiere un bien o servicio no solo compra, sino que hace la publicidad para las marcas, y gratis. Cabe resaltar que esto se limita a contextos socioeconómicos específicos, es decir, personas que tienen acceso a un celular inteligente o *smartphone* que tenga cámara, acceso a internet y espacio suficiente para descargar aplicaciones como *Instagram*.

La publicidad en *Instagram* se ha visto envuelta en el *Marketing* de influencia, en concreto en la figura de los *Instagramers*. Sin embargo, no debe dejarse a un lado que el consumo es diferenciado por el género, es decir, entender el género como una categoría de análisis (Wallach, 2010), significa comprender que las estrategias del mercado para alcanzar sujetos (porque están sujetos a) se diferencian por el género y que, absolutamente todo, está enmarcada por la diferenciación del género o bien, por la pertenencia o identificación con un género en específico. El mercado coloniza maneras de ser y hacer, ello a través de múltiples estrategias, una de ellas y la más actual es la del *Marketing* de influencia en *Instagram*. A sabiendas de que “el bien consumido adquiere connotación simbólica y comunicativa”



(Ragnedda, 2008, p. 126) resulta significativo estudiarlo en *Instagram* como espacio y no únicamente a través del *Marketing* de influencia.

La compleja relación entre las plataformas sociodigitales basadas principalmente en imágenes o fotografías, como *Instagram*, y los ideales corporales de las mujeres son estudiados por numerosos investigadores. Lewallen y Behm-Morawitz (2016) observan dichos ideales corporales a través del uso de ciertos *hashtags*, como *#thinspiration*”, para demostrar que hay una enorme relación entre “las redes sociales, la comparación social, el afecto y la aprobación de un tipo de cuerpo femenino ideal” (p. 1). A través de Qualtrics, software para encuestas en línea, los investigadores recopilan datos de 118 mujeres de Estados Unidos para obtener información sobre cómo las imágenes en las plataformas sociodigitales afectan o contribuyen a la comparación social. Lo anterior es medido en tres categorías: Escala del estereotipo del cuerpo ideal; motivaciones de ejercicio; pensamientos de extensión de comparación social. Los resultados muestran que las personas que siguen más cuentas de *fitness* en Pinterest tienen mayor probabilidad de adoptar comportamientos de pérdida de peso extrema.

A través del análisis de fotografías en *Instagram* se puede llegar a conocer la “universalización estética” (Galak, 2018), que es: “la posibilidad de que cuando observamos una misma imagen tendamos a ver lo mismo, a percibir análogamente puntos de vista semejantes. Esta universalización estética es, en rigor de verdad, la pérdida misma del sentido estético” (p. 40). Las imágenes exhiben prácticas corporales cultural y socialmente valoradas, asumidas y validadas por las personas, pensar en los cuerpos visibles y los invisibles en *Instagram*, permite analizar los modos de mostrar los cuerpos.

En la investigación de Barry, McDougall, Anderson, Perkins, *et al.* (2019) analizan la relación entre las publicaciones de las *selfies* con las atribuciones de personalidad y la percepción que otras personas hacen a partir de lo que observan. La investigación se lleva a cabo en dos fases: La primera, involucra a 30 estudiantes universitarios cuyas *selfies* fueron mostradas a los de la segunda fase. La segunda, requiere a 119 estudiantes de una universidad diferente para que califiquen a los primeros participantes según 13 atributos (es auto absorbido, tiene baja autoestima, se preocupa por quedar fuera o perderse algo, le gusta la

aventura, está solo, es extrovertido, es confiable, es emocional, le gusta probar cosas nuevas, es considerado con los demás, es éxitos, es simpático, sería un buen amigo). Es decir, la mirada del otro identifica y asume atributos y características de personalidad con base en lo que observa.

Quizá *Instagram* es la herramienta que permite observar la homogeneización de los modos de ver, o quizá sea la que permita evitar esa homogeneización a través de las fotografías de bellezas alternativas (Antelo, 2017). Dicha homogeneización de modos de ver significa “la homogeneización de las percepciones sobre lo corporal: que lo estético referido al cuerpo se perciba como análogo, como siempre relativamente lo mismo, siempre ligado a la belleza: que el sentido de belleza sea para todos lo mismo” (Galak, 2018, p. 41). La homogeneización de los cuerpos puede ser incluso naturalizada.

La homogeneización de los cuerpos se refiere al hecho de transformar a los cuerpos en “el cuerpo”, es decir, uniformizar y englobar composiciones y estructuras diferentes en un solo elemento, sin importar que tengan características diversas. Entonces, al utilizar el concepto en singular cuando busca explicar lo plural (el cuerpo en lugar de los cuerpos) se invisibiliza la diversidad en las composiciones, estructuras, tamaños y características. Respecto a la naturalización en la homogeneización de los cuerpos, significa asumir que solo hay un cuerpo que es considerado cuerpo, es decir, los cuerpos diferentes que no empatan o que no se parecen a ese “cuerpo” referido son invisibilizados, invisibles. Tal naturalización representa lo contrario a la reflexión crítica sobre los cuerpos que se muestran en los medios; frente a los cuerpos que son admirados porque son bellos o porque se “ven saludables”.

Entonces *Instagram* es una herramienta plausible para el análisis de contenido, de representaciones de las personas en sus plataformas sociodigitales; para acercarse a una parte (de las muchas que existen) de la realidad (de las muchas que existen) sobre lo que las personas viven en su día a día. También, como escenario de teorías sobre el consumo e incluso para nuevos términos y enfoques como el *marketing* digital y el *marketing* de *influencers*. Asimismo, y en esta investigación, *Instagram* se construye como un espacio social, a sabiendas de que es una “realidad invisible que no se puede mostrar ni tocar con los dedos y que organiza las prácticas y las representaciones” (Bourdieu, 1998, p. 15) y

subjetividades de los jóvenes. Es decir, en *Instagram*: se organizan ciertas prácticas; las representaciones de las personas son específicas, así como los consumos; también, existen definiciones y maneras de hacer y de ser que son propias de *Instagram* según el estilo de vida de cada persona. La pregunta —sin pretensión de responderla— es si existen subjetividades propias de *Instagram*.

*Instagram* permite conocer la homogeneización de los modos de ver y de los cuerpos, a sabiendas que hay unos cuerpos que se muestran y se aceptan y hay otros tipos de cuerpos que se muestran y se niegan o critican. La arquitectura de la plataforma y el diseño de sus algoritmos resultan en mostrarle al usuario más contenido de las mismas temáticas que está observando. También, la plataforma está diseñada para hacer populares las fotos y los perfiles de las personas (recomendándolas o mostrándolas en la sección de búsquedas) que tienen características específicas definidas por el algoritmo, por tanto, se homogeneiza lo que se ve. Asimismo, los modos de ver se uniforman cuando los fieles seguidores hacen todo lo posible por ver las historias de sus *Instagramers* favoritos (ya que desaparecen después de 24 horas). La homogeneización de los modos de ver está determinada por el algoritmo de la plataforma sociodigital pues muestra en la parte principal fotografías que se parecen a fotografías a las que ya se les dio “me gusta”, es decir, si uno le da “me gusta” a puras fotografías donde aparecen mujeres en traje de baño, la plataforma se configura para que salgan más estas fotografías sin importar que no sean las más recientes o las que se hayan publicado en las últimas horas.

### ***Fitness***

A continuación, se retoman los estudios que discuten, observan o estudian el *fitness* y se dividirá en cuatro apartados: binomio salud-belleza, salud digital, clínica de la obesidad y subjetividades. Este último apartado conjunta los consumos y prácticas específicas del estilo de vida *fitness*.

El *fitness* o lo *fitness* es un término complejo al ser traducido al español pues tiene diversas traducciones: forma física, acondicionamiento, aptitud o buena forma. Los artículos, en español, que fueron revisados no problematizan el término, simplemente lo utilizan para

referirse a aquella conjunción de actividades físicas para el cuidado de la salud. Sin embargo, la mayoría de estos artículos se refieren a un “buen estado de la salud”, como si esto pudiera ser definido a través de la estética de los cuerpos. No hay una clara definición sobre lo que *fitness* significa, solo se habla de dicha práctica como un estilo de vida, desde la perspectiva del consumo (Smith, 2002); como una narrativa (Díaz Rojo & Morant Marco, 2008); desde la construcción social de lo que es salud (Barned & O’Doherty, 2019). O bien, pensándolo desde los profesionistas en gimnasios (Hutson, 2013), desde quienes asisten o realizan dicha práctica, etc.

El *fitness* o lo *fitness* puede ser analizado desde diversas disciplinas: la salud, la medicina, la nutrición, la anatomía, la sociología, la antropología, la comunicación, la mercadotecnia, la economía. Una de las acepciones más relevantes, y la que se retoma en esta investigación es desde la perspectiva de la cultura, donde se conjugan las disciplinas antropológicas, sociológicas y comunicológicas. En esta investigación se asumirá a lo *fitness* como aquella práctica donde se conjuga el binomio salud-belleza, pues los modelos normativos del cuerpo, del estilo de vida, de las prácticas y de los ideales actitudinales de las personas que son *fit* o practican el *fitness* muestran que hay un deber ser relacionado con verse bien y estar saludable. Asimismo, se asume la existencia de una salud estética que justifica la pertinencia y la importancia que el estilo de vida *fitness* ha tomado en los últimos años. Sin embargo, más adelante se explora la definición del *fitness*.

Por lo anterior se busca visibilizar cuáles son las prácticas del *fitness* en *Instagram*, es decir, cómo se representa lo *fitness* a través de las fotografías, cuáles son los modelos normativos corporales que se visibilizan en *Instagram*, si tienen algunas especificidades, también si son diferentes a los que se plantean en otros medios de comunicación. Se buscarán las representaciones de cuerpos hegemónicos a través de *Instagram*, sus características físicas y los ideales alrededor de éstos.

### ***Fitness* en binomio salud-belleza**

En esta subcategoría se encuentran los artículos revisados que pertenecen al *fitness* como binomio salud-belleza, es decir, aquellos donde se estudia y revisa al *fitness* como parte

de una estética y una salud específicas. Asumir que el *fitness* se relaciona con un ideal de salud ligado a una estética corporal específica significa comprender la práctica como un binomio, donde uno no se distingue del otro, donde se naturaliza y se normaliza la relación entre salud y belleza.

Harman y Burrows (2019) añaden la culpa a la relación entre las mujeres, el ejercicio y la práctica cultural *fitness*. A través de una metodología cualitativa que consiste en entrevistas a mujeres que hacen ejercicio y mujeres que no lo hacen; así como un análisis del discurso y un análisis visual. Destacan que: “prestar atención a los sentimientos de culpa puede ofrecer información sobre el potencial de daño en la forma física, el bienestar y la promoción de la salud en general” (p. 187). Es decir, ponen el foco en las mujeres y la sensación de estar/sentirse plenas al hacer ejercicio y culpables al no hacerlo. Lo que las mujeres quieren hacer o lo que creen que deberían hacer “opera en relación con el estado físico, la estética del cuerpo y la salud” (p. 188).

La belleza y la salud, en conjunto, dictan una estética específica: la *fit* o *fitness*. Esta estética es visibilizada en un cuerpo con características determinadas. La investigación de Stolarski, Franklin, Grossi y Pestillo (2018), aporta al argumento anterior mediante la selección y el análisis de contenido de diez perfiles *fitness* populares en Brasil. Gracias a la metodología seguida encuentran dos categorías temáticas en las imágenes de los perfiles: “a) la presencia de *merchandising* de suplementos alimenticios; y b) divulgación de servicios de profesionales de la estética o de la salud” (p. 376). Para Stolarski *et al.* (2018), las plataformas sociodigitales son espacios “para futuras acciones e intervenciones de promoción de la salud, por parte de agencias y consejos de profesiones” (p. 376). El estudio concluye, por un lado, tras destacar la importancia de la comida como “elemento esencial para lograr o mantener la condición física del cuerpo” (p. 386). Por el otro, visibilizan el papel de mostrar el cuerpo en fotografías, pues “el cuerpo confirma la acción del producto” (p. 390).

Otro estudio sobre la relación salud-belleza, sugiere que:

En la sociedad occidental, la delgadez ha sido posiblemente el estándar de belleza ideal para las mujeres [...] Sin embargo, en los últimos años, lo que se ha denominado

el ideal muscular o "atlético" también se ha convertido en un estándar de belleza para las mujeres. [...] Este tipo de cuerpo femenino amalgamado se está volviendo conocido como el ideal *fit* y se refiere a un ideal de cuerpo que es muy delgado, muy tonificado y aparentemente muy deseable. (Uhlmann, Donovan, Zimmer-Gembeck, Bell, & Ramme, 2018, pp. 23–24).

Ello se afirma mediante entrevistas y testimonios anecdóticos, así como por medio del análisis de las plataformas sociodigitales, en específico *Instagram*, donde se busca el término *fitspiration*. El uso de plataformas sociodigitales para la reproducción de las prácticas y de los modelos normativos de belleza y de salud que se reproducen en un tipo específico de cuerpo son parte de la práctica cultural *fitness*.

Otro fenómeno que puede observarse dentro del *fitness* es a través del “capital corporal”. Hutson (2013) entiende el capital corporal como: “el valor generado por la apariencia, el atractivo y la capacidad física” (p. 63). Dado que, para ser considerado capital, en términos Bourdianos, se le invierte tiempo y dinero, así como la posibilidad de generar beneficios en la salud. En este estudio, a través de una metodología cualitativa de entrevistas a 26 entrenadores personales y 25 clientes, concluye que la apariencia física del entrenador genera autoridad moral y de salud frente a sus clientes. Es decir, la “credibilidad corporal genera confianza entre los clientes y permite que el ejercicio se entienda como una forma de trabajo de salud” (p.63).

El binomio salud-belleza que se desenvuelve en el estilo de vida *fitness* es específico, no se trata de aquellos productos cosmetológicos para mejorar el aspecto de la piel que tiene granos, sino aquellos productos para mejorar el aspecto de la piel que tiene celulitis, que tiene estrías o que tiene exceso de grasa. El binomio salud-belleza se trata de vender “productos y servicios para lograr una belleza imposible y una salud comercializada” (Díaz Rojo & Morant Marco, 2008, p. 1). Díaz y Morant (2008) retoman la excesiva preocupación por el cuerpo presionado mediáticamente para persuadir a las personas a consumir productos de bienestar y belleza. Hacen un análisis descriptivo sobre las nuevas tendencias en el mercado de la

belleza y lo saludable para, en segundo lugar, analizar las estrategias retóricas del discurso persuasivo que busca vender productos.

La complejidad del binomio salud-belleza permite pensar incluso en los estudios que se encargan de la moda deportiva, del consumo de ciertos productos relacionados con ejercitarse o estar saludable. Sin embargo, las investigaciones enfocadas a la sección de moda deportiva desde una perspectiva crítica, al momento de la revisión, fueron nulas. Hace falta explorar dicho mercado para la comprensión de una parte de la realidad del binomio salud-belleza.

### **Clínica de la obesidad**

En esta sección se retoman algunos artículos que pertenecen a la temática de la clínica de la obesidad, es decir, aquellos que buscan visibilizar a través de ciertas metodologías la otra cara de la moneda. A sabiendas que la moneda visibilizada es lo *fitness*, por tanto, la otra cara de la moneda son los estudios que visibilizan a los gordos y a la obesidad.

La “clínica de la obesidad” es un término propuesto por Geneviève Rail (2012). Se refiere a éste como un: “aparato de captura sostenido por biomedicalización, bioeconomía y discursos bioculturales y hablar a su regulación y abyección de cuerpos rebeldes (gordos)” (p. 227). El surgimiento del concepto proviene de la crítica, a través de ocho contrargumentos, al terreno discursivo que se ha manejado en torno a la obesidad como: 1) enfermedad; 2) que está directamente relacionada a problemas en la salud; 3) el estilo de vida está relacionado directamente con la obesidad; 4) la obesidad es una cuestión de responsabilidad personal y de riesgo individual; 5) la creencia de que hay una epidemia global de la obesidad; 6) cuando se trata de la obesidad, los expertos saben más y mejor; 7) la pérdida de peso es la receta correcta para la obesidad y mejorará la salud; 8) dirigirse a las mujeres y a los "otros no saludables" es una estrategia clave para combatir la obesidad. El problema de la clínica de la obesidad es que muestra una crisis de salud que se “se ha construido discursivamente sobre la base de una versión demasiado simplista de una realidad muy compleja y multifacética” (p. 232). Dicha naturalización de la obesidad como enfermedad deviene del “discurso autorizado que se aplica a través de leyes (en torno al poder

de diagnóstico de los profesionales médicos), discursos sociales dominantes (sobre obesidad y salud), y normas (IMC)” (p. 231).

Ebbeck y Austin (2018) observan la problemática del estigma obeso desde los entrenadores personales que trabajan en los gimnasios. Es decir, mediante entrevistas a entrenadores personales dan cuenta del ambiente que se vive dentro de los gimnasios. Averiguan que en esos espacios no cualquiera puede ejercitarse, "los miembros gordos del gimnasio son particularmente vulnerables al estigma de peso dentro de las instalaciones de *fitness*" (p. 82). Asimismo, el cuerpo de los entrenadores personales está en discusión, dado que deben tener un cuerpo específico para ser considerados como buenos o capaces. Aclaran que “en la cultura visualmente consciente de un gimnasio, el cuerpo es valorado por su apariencia y puede ganar una distinción y estatus de entrenador personal” (p. 83). El estigma del obeso no es únicamente para los profesionales o profesionistas de la salud, sino también para quienes asisten al gimnasio para disminuir su grasa corporal. Esto debido a que “las construcciones de cuerpos en forma como valorizados se basan en la comprensión de los cuerpos que no están en forma como estigmatizados, como cuerpos con sobrepeso y obesidad en el momento histórico actual” (Hutson, 2013, p. 64).

Harjunen (2019) se interesa por estudiar las experiencias de las mujeres gordas durante el ejercicio en público. Su justificación radica en comprender tales espacios como construcciones discursivas y concretas que se asumen “como espacios exclusivos para los cuerpos que entran dentro de los modelos normativos de cuerpo” (p. 173). Propone prestar más atención a la construcción discursiva y concreta del espacio público como un espacio disponible para todos los cuerpos. A partir del análisis de una discusión pública que tuvo lugar en el 2015 en los medios de comunicación (Finlandia) donde se discutía sobre las personas gordas y el ejercicio, concluye que “un cuerpo femenino gordo es hipervisible en la medida en que atrae una gran cantidad de atención negativa, pero al mismo tiempo apenas visible en los medios de comunicación y en varios espacios sociales, por lo que sigue siendo hiper (in) visible” (p. 176)

La clínica de la obesidad refiere a la estigmatización y construcción de la obesidad como enfermedad, como epidemia o pandemia, que se justifica porque “el cuerpo gordo u



obeso se ha construido no solo como una amenaza para sí mismo y para la salud individual, sino también para el bienestar general de la sociedad y la idea de una buena ciudadanía” (Little, 2017, p. 323). La relevancia de esta tesis es proponer una visión crítica del estilo de vida *fitness* como respuesta consumista a la clínica de la obesidad. O bien, como respuesta a la gordofobia. Conforme se complejiza la clínica de la obesidad, la gordofobia, la estigmatización a la grasa y a los cuerpos obesos se necesitan esfuerzos teóricos para comprender una parte de la realidad compleja en términos relacionales. Uno de los esfuerzos actuales para hacerlo es la revista científica dedicada al estudio, desde las perspectivas de las ciencias sociales, de la obesidad, de la gordura y de los gordos, llamada: *Fat Studies*.

Se revisaron 24 artículos de la revista *Fat Studies* para observar y mirar el estilo de vida *fitness* desde diversos ámbitos. Los artículos que se revisaron basaban sus argumentos en metodologías cualitativas. Todos los artículos giran en torno a la temática de la obesidad, pero tienen otras variables temáticas que se relacionan con ésta. Algunos ejemplos son:

Prohaska y Gailey (2019) observan la incorporación, a lo largo de los años, de la opresión de las personas gordas. Hacen una revisión de la literatura sobre el concepto de la opresión en el contexto de los estudios de la obesidad. Así, concluyen con los impactos negativos que puede tener el estigma de ser gordo son: baja autoestima, culpa, vergüenza. Observan la opresión de la obesidad como fenómeno social que impregna las interacciones en nivel institucional e interpersonal.

La revista *fat studies* amplía el panorama sobre la biomedicalización, los prejuicios, los juicios, los modelos normativos, los ideales de belleza y de salud, las representaciones sociales ligadas a normativas sociales (lo que está bien y lo que no), por mencionar algunos. La mirada crítica, ante lo establecido y lo que se está estableciendo cada día más con las plataformas sociodigitales y la cultura digital, es necesaria. La perspectiva crítica ante las tecnologías para modificar los cuerpos; la visibilización de los cuerpos diferentes; la biopolítica a merced del consumismo y la enajenación mercantil que ha hecho del cuerpo un producto, son los puntos de partida epistemológicos de esta investigación.

El *fitness* o lo *fitness* ha significado una práctica consumista para la modificación del cuerpo. Es también un discurso lleno de ideales corporales; así como una ideología que idolatra un tipo específico de belleza y que reproduce un tipo particular de salud. Además, puede ser también un estilo de vida que niega otros estilos de vida. Quienes son *fitness* no pueden ser gordos, los gordos no pueden ser *fitness*; para pertenecer al estilo de vida *fitness* deben alimentarse de cierta manera, tener hábitos diferentes, una disciplina rampante, un poder y fuerza de libertad para hacerle frente a todos los antojos, a todos los días de flojera. El estilo de vida *fitness* califica y festeja actitudes y prácticas que se relacionan con él, pero descalifica actitudes, cuerpos, prácticas y consumos que no se parecen a las propias. Por lo tanto, en esta investigación se analiza la cara de la moneda del *fitness* para, entonces busca visibilizar la otra cara de la moneda.

Greenleaf, Klos, Hauff, Hennum, *et al.* (2019) retoman el concepto de estigma, pero desde el análisis de contenido del programa de televisión *The Biggest Loser*. La metodología que siguen es el análisis de contenido que requiere una transcripción textual del diálogo y la observación de la representación de los concursantes. Tal programa estadounidense entra en la categoría de *reality shows*, pues los concursantes viven en una misma casa y cada semana eliminan a uno de ellos. La eliminación depende del peso que pierdan a lo largo de la semana. Ese programa resulta relevante por la peculiaridad física de los concursantes: todos son obesos. El concurso se trata de bajar de peso, el que baje más peso, es decir, el mayor perdedor, gana una cantidad de dinero (en dólares). A través del *reality*, los autores analizan la representación de los cuerpos gordos que está en el discurso que justifica la existencia del programa: cuerpos flojos, desagradables, incompetentes y merecedores de esfuerzo y maltrato para bajar de peso. Con este tipo de programas, se comercializa, se celebra el estigma relacionado con el peso. La conclusión a la que llegan los autores gira en torno a los esfuerzos requeridos para que las representaciones sean socialmente justas en términos de tamaños corporales dentro del dominio *fitness*.

Los editores de la revista *Fat Studies* proponen la pedagogía de la gordura, de la obesidad o de los gordos, denominada en inglés como *fat pedagogy*. Dicha pedagogía es observada desde las micro agresiones a los cuerpos gordos con la investigación hecha por

Hunt y Rhodes (2018). Los autores utilizan un enfoque de investigación narrativa para mostrar que las personas gordas viven micro agresiones en un entorno de trabajo universitario. Este estudio, como los anteriores, concluye con una invitación a la diversidad de cuerpos y de tamaños. Villchur (2017) continúa con la invitación, pero la asume como una necesidad de comprender que la salud viene en todos los tamaños y tallas. Utiliza un análisis de las investigaciones médicas basadas en la economía política de las empresas, es decir, los intereses detrás de ellas, de sus decisiones y de las investigaciones por las que pagan. Los casos que investiga son: *Big Pharma* y *Big Food*. Con su investigación muestra que la investigación médica financiada está respaldada y respalda un paradigma que prioriza la pérdida de peso como promoción de la salud. La autora sostiene: “la educación para la salud necesita una revisión importante para cambiar su enfoque del peso a la salud y dejar de usar el peso como un indicador de salud, lo que definitivamente no es” (p. 229).

Cameron y Watkins (2018) continúan con la línea de la enseñanza de la gordura para reducir la opresión basada en el tamaño y en el peso de las personas. Buscan identificar mejores prácticas para modificar la experiencia de los jóvenes estudiantes gordos y para transformar el discurso sobre el peso corporal, el tamaño y la forma de los cuerpos. A través de una revisión de la literatura que les permite un recorrido conceptual e histórico de artículos de un grupo internacional e interdisciplinario de académicos, logran amplificar las formas de pensar sobre la enseñanza y el aprendizaje de los cuerpos, su tamaño idealizado y la forma.

Krieger, Watkins, Gerber, Pham, *et al.* (2018) se enfocan en las narrativas a través de las descripciones del lenguaje de los estudiantes dentro de una clase sobre estudios de la obesidad. Con una perspectiva cualitativa sostenida por la técnica análisis del discurso con el software *Linguistic Inquiry and Word Count*, demuestran la importancia que tiene el utilizar las palabras y conceptos “gordo”, “gordura” y sus derivados. Debido al “enfoque que deconstruye los puntos de vista médicos de la ‘obesidad’ al explicar las biopolíticas del peso, así como las conceptualizaciones históricas y culturales del peso y el tamaño corporal” (p. 57) los estudiantes vivieron un cambio cuando finalizó el semestre.

Davenport, Solomons, Puchalska y McDowell (2018) hacen un análisis del discurso de los blogs donde muestran la comunidad en línea que se ha creado en blogs como *Tumblr*,

*WordPress* y *Blogger*, en torno a la salud desde la colaboración. Retoman la importancia de los discursos alternativos frente al hegemónico de la gordura o gente gorda que, se asume como enfermedad. Uno de los discursos alternativos que retoman es el de la aceptación del tamaño, o salud en todos los tamaños que aboga por un alto a la discriminación de los cuerpos obesos. Y su estudio concluye:

Demostrar que los *bloggers* de aceptación del tamaño también usan estrategias discursivas para proporcionar persuasivamente resistencia narrativa y legitimidad, y al hacerlo desafía la comprensión convencional de lo que es ser una persona gorda y contribuye a la conversación sobre la gordura que las personas gordas a menudo quedan excluidas. (Davenport *et al.*, 2018, p. 288).

La perspectiva de la clínica de la obesidad permite una visión crítica sobre la noción de salud, de belleza, así como de los modelos normativos sobre lo que se debería hacer y lo que se debería ser que, en específico, se reproducen en el estilo de vida *fitness*. “Críticamente, la salud se ha asociado, tanto individual como colectivamente, con el ‘estado físico’ y con una forma particular del cuerpo. Por lo tanto, estar sano significa conformarse a un conjunto de ideales corporales estrechamente definidos” (Little, 2017, p. 323).

### **Salud digital**

La perspectiva crítica de la salud digital es una propuesta de Deborah Lupton (2016) para designar aquella investigación crítica de las relaciones que desarrollan las personas con sus datos personales, así como el sentido que cobran los datos personales producidos en las interacciones cotidianas con las tecnologías digitales. La salud digital asume reunir los nuevos medios, las tecnologías médicas y las culturas de consumo, “los tres reinos se han digitalizado y, posteriormente, pueden interactuar e intercambiar datos entre sí” (Lupton, 2016, p. 54).

Este concepto es uno de los resultados del optimismo tecnológico que se desarrolla a partir de los avances médicos en la tecnología. El desarrollo de las tecnologías médicas se

visibiliza en el monitoreo, la mejora y el control de los pacientes. La teoría crítica de la salud nace como respuesta a las investigaciones tecnológicamente optimistas que no consideran las posibles implicaciones que podría tener el monitoreo constante de calorías ingeridas y/o quemadas; el número de pasos caminados, por mencionar algunos ejemplos. Es decir, si en la vida cotidiana “estamos cada vez más obligados a regular, controlar y disciplinar la salud corporal como parte del cuidado de uno mismo” (Little, 2017, p. 322) con la ayuda de las tecnologías, plataformas y aplicaciones digitales para el seguimiento de sí mismo, esto se incrementa. El resultado de lo anterior es la complejización y la intervención de diversas variables en el cuidado de uno mismo. Esta propuesta teórica permite un acercamiento neutral a los avances en las nuevas tecnologías médicas para el monitoreo del paciente enfermo.

Deborah Lupton (2016) plantea una visión socio materialista de las interacciones entre humanos y no humanos desde la perspectiva del actor-red. Retoma a Latour y a Casper y Morrison (p. 56) al ser los representantes de la teoría del actor-red, donde se reconoce la combinación entre lo material y lo no material en equilibrio, es decir, ninguno tiene más peso o poder que el otro. Lupton (2016) reconoce “la naturaleza dinámica de las interacciones de las personas con las tecnologías en un mundo en el que lo digital es cada vez más parte de la vida cotidiana, las relaciones sociales y los conceptos de subjetividad y encarnación” (p. 56).

La salud digital, dice Deborah Lupton (2017a), es un ecosistema que “involucra a actores y agencias del público en general [...] servicios de salud, industria y gobierno, a menudo con intereses y agendas diferentes y a veces en conflicto o en competencia” (p. 2). La salud digital, entonces, se diferencia del *fitness* puesto que la primera engloba un ecosistema de prácticas más grande y general. Lupton y Michael (2017) argumentan que las tecnologías desarrolladas para la salud digital ofrecen: “métodos nuevos o mejorados para brindar atención médica y promover la salud y generar datos sobre comportamientos de salud y enfermedades” (p. 2). La salud digital se refiere a la interrelación entre médico y paciente, la regulación y el acompañamiento con los enfermos, por mencionar algunos. En cambio, las aplicaciones y tecnologías digitales para quienes pertenecen al estilo de vida *fitness* se refiere únicamente a aquellos dispositivos y aplicaciones para hacer ejercicio y cuidar la

alimentación; el conteo de calorías oxidadas y el conteo de pasos. El estilo de vida *fitness* toca una mínima parte de lo que se plantea como salud digital.

El *fitness* es un fenómeno y práctica de un grupo social determinado que se ha visto modificado por el auge de las plataformas sociodigitales, por la digitalización del mundo y por las tecnologías que lo envuelven. Está sostenido por narrativas y tecnologías inmateriales o digitales, ideales y modelos normativos. Pero también se sustenta por tecnologías materiales, por ejemplo, las máquinas en los gimnasios para ejercitar músculos específicos; mancuernas con diferentes pesos para realizar ejercicios específicos. Dichas tecnologías materiales comparten el espacio con tecnologías digitales como: aplicaciones y dispositivos digitales que muestran ejercicios o rutinas; vídeos en plataformas sociodigitales como *YouTube* o *Instagram*; *apps* y dispositivos para medir el ritmo cardiaco y así, conocer si se está llegando al estado máximo para que el cuerpo comience a quemar/oxidar grasa.

Así como "las intervenciones quirúrgicas directas, los suplementos dietéticos también son tecnologías para la modificación del cuerpo" (Stolarski *et al.*, 2018, p. 390), las tecnologías digitales son elementos que permiten monitorear el cuerpo, recabar información sobre él, controlarlo y modificarlo. Asimismo, las plataformas sociodigitales permiten la difusión y la reproducción a gran escala de:

Cuerpos delgados, fuertes y definidos, considerados saludables y cuestiones como la buena nutrición, una rutina diaria de ejercicio y la preocupación por mantener un cierto equilibrio entre lo físico y lo mental se entienden como elementos que dan calidad a la vida. de las personas. (Stolarski *et al.*, 2018, p. 390).

Como anteriormente se menciona, las plataformas sociodigitales permiten la difusión a gran escala de imágenes y de ciertos "referentes *fit*" (Hijós, 2017, p. 8) y fomentan "el culto a la delgadez y promueven los trastornos alimenticios, los especialistas en nutrición manifiestan que estas recomendaciones publicadas en las redes sociales carecen de rigor científico" (Hijós, 2017, p. 8).

El cambio de la industria *fitness* con la tecnología y la digitalización de los datos y, de uno mismo (Pink & Fors, 2017) ha modificado las relaciones de los sujetos con su entorno, y las prácticas que se desarrollan en él. García-Fernández, Fernández-Gavira, Durán-Muñoz y Vélez-Colón (2015) utilizan una metodología cuantitativa donde analizan siete cadenas de centros deportivos o gimnasios, a través de análisis en *Facebook* y *Twitter*. Esta investigación observa la industria *fitness* desde espacios concretos materiales como los centros deportivos o gimnasios, así como la gestión de las plataformas sociodigitales para llegar a sus clientes. Encuentran que algunas cadenas de centros deportivos están “más comprometidas y concienciadas sobre la importancia del cuidado y seguimiento del cliente a partir de las nuevas tecnologías” (p. 47). Tanto en la investigación anterior como en la que hacen Powers y Greenwell (2017) se resalta la importancia de la marca para posicionarse entre la opinión de la gente. Entonces, la industria *fitness* se ve modificada con las nuevas tecnologías digitales y las plataformas sociodigitales. Lo anterior genera en las compañías una necesidad de modificar y competir de diversas maneras “para obtener una fracción del aumento de las ventas y adoptan muchas estrategias familiares, como publicidad, respaldo de celebridades, sinergia y promoción cruzada, y segmentación del mercado” (p. 526).

Otro estudio sobre el cambio de la industria de salud en el aspecto *fitness* y estético, así como con la tecnología y la digitalización de los cuerpos, es el de Aastha Nigam, Reid Johnson, Dong Wang y Nithesh Chawla (2019). Estudian la búsqueda de la información de la salud de los usuarios de una plataforma digital específica, consideran los factores socioeconómicos, demográficos y contextuales como configuradores de la indagación. Es decir, dichos elementos son determinantes para comprender la pesquisa de la información sobre la salud. Los autores exploran el consumo de información y el comportamiento y sugieren que hay una vinculación de características demográficas con las preferencias de salud. Conocer la vinculación, destacan, resulta más efectivo para comprender el consumo de las personas.

Las plataformas sociodigitales se han convertido en una gran herramienta para las empresas *fitness*, aunado a lo anterior, se han hecho análisis de la evolución de las plataformas sociodigitales en la industria del *fitness*. Herrera-Torres, Pérez-Tur, Valcarce

Torrente y García-Fernández (2019) analizan 215 empresas del *fitness* en España durante el periodo 2015 al 2018. Tras su investigación hallan un predominio de *Facebook* como la plataforma sociodigital más utilizada y un incremento destacable en *Instagram*. Esto indica que se pueden establecer acciones para la gestión empresarial por esas vías digitales. Con lo anterior se deduce que la reestructuración del mercado *fitness* se debe, principalmente, a la innovación tecnológica, a las aplicaciones y dispositivos digitales. Entonces, así como “lo *fitness* se ha convertido en una mercancía” (Powers & Greenwell, 2017, p. 526), los datos, también.

Powers y Greenwell (2017) desarrollan una teoría de marca *fitness* a través de dos ejemplos: *Crossfit* y *Bikram* yoga. Argumentan que el éxito de las marcas *fitness* se debe a la sensibilidad de la marca en la vida cotidiana, así como al intento de modificar los cuerpos. Desde una perspectiva de los estudios culturales críticos y a partir de un enfoque metodológico mixto que consiste en un análisis periodístico y en la autoetnografía teorizan sobre la teoría de marca *fitness*. Asimismo, investigan la cultura física en los Estados Unidos y revisan literatura sobre la cultura promocional para, posteriormente, visibilizarlo en los dos ejemplos anteriores.

### **Subjetividades (significados, prácticas y estilo de vida) *fitness***

Los consumos específicos del *fitness* tienen como base un “discurso normalizador del cuerpo (...) alude tanto al cuidado de la salud y/o en contra de la obesidad, como a la estética” (Valenzuela & Meléndez, 2019, p. 1). A partir de la idea que asocia a la belleza como reflejo de salud y viceversa se producen y reproducen consumos específicos para uno mismo y para otros. Valenzuela y Meléndez (2019) estudian el discurso normalizador del cuerpo femenino que gira en torno a la salud o en contra de la obesidad a partir de un análisis del discurso y de las prácticas de mujeres jóvenes en el noroeste de México. La perspectiva socio-antropológica les permite conocer el ideal de cuerpo y sus características, así como la diversa valoración de modelos normativos corporales que existe según la clase social a la que pertenecen las mujeres. Así, la perspectiva de corte cualitativo deriva en siete entrevistas grupales a mujeres de clase baja, media y alta. Concluyen que existe: “un reconocimiento generalizado por la alimentación y la actividad física, como las prácticas corporales



primordiales para cuidar el cuerpo, siempre bajo el discurso de la salud, sin embargo, en la práctica, la estética fue la principal razón para hacerlo” (p. 22).

Dicha alimentación, actividad física y las prácticas corporales están encaminadas al cuidado del cuerpo y se encuentran enmarcadas por el discurso de la salud. Entonces, los consumos específicos del *fitness* giran en torno a la alimentación, a la actividad física (ejercicio) y a las prácticas corporales<sup>10</sup>. Es decir, en lo *offline*: la alimentación específica, la compra de ciertos productos y la negación ante otros productos identifica a los sujetos con sus prácticas y los hace parte de un grupo social. La alimentación de los *fitness* se denomina *fitters* (Hijós, 2017). En lo *online*: el mostrar a través de plataformas sociodigitales lo que uno consume, lo que compra cuando va al supermercado, o bien, lo que se come de vez en cuando, también afirma y confirma la pertenencia a un grupo social específico. Pensar en binomio lo *offline-online* significa pensar tales consumos en conjunto. Es decir, el consumo de productos específicos también se ve influenciado por el deseo de mostrarle a los otros que miran a través de plataformas sociodigitales.

En lo *offline*, el consumo de fajas para las mujeres que entrenan y desean modificar su cuerpo y acentuar su cintura es frecuente. Sin embargo, el consumo aumenta a gran escala si se introduce el factor digital de la publicidad y el uso de las plataformas sociodigitales de los nuevos comercios para dar a conocer un producto. Tiffany Kinney (2017), explora 1,600 reseñas en diferentes sitios web de venta del mismo producto: las fajas. Desde la vigilancia, la normalización y el autoexamen, argumenta las consecuencias que se tienen y, sobre todo, las posibles formas de resistencia a los discursos de autodisciplina y control corporal. Es decir, las fajas son un soporte material donde se visibilizan los discursos de vigilancia, control, normalización y disciplina que las mujeres llevan a la práctica. En el caso de Kinney (2017) analiza la faja: "*Black 3 Hook Latex Waist Cincher by Ann Chery*" y las reseñas que tiene en Amazon.com. A partir de una revisión a la literatura sobre los estudios de la grasa o la obesidad (*fat studies*) y desde la perspectiva del feminismo, concluye que el consumo de

---

<sup>10</sup> Tales como cuidado de la piel o *skincare*, maquillaje, operaciones, intervenciones quirúrgicas, botox, ácido hialurónico, cremas anticelulitis, por mencionar algunos ejemplos.

estas fajas está impulsado por dos “supuestos neoliberales: 1. que todos tienen la libertad de cambiar sus vidas y 2. que los cuerpos son reparables y, por lo tanto, están en un estado continuo de progreso” (p. 156).

Una de las prácticas específicas del estilo de vida *fitness* es el consumo específico de ropa y moda. Smith (2002) investiga el campo cultural desde la perspectiva del consumo, así como las narrativas que reproducen el discurso del *fitness* desde la salud. Ello a través del análisis de contenido de los manuales de ejercicios físicos de Estados Unidos de 1970 a 1990. Concluye que, comprender al *fitness* como un campo cultural asume que, en él, se desenvuelven productores, consumidores, productos y prácticas específicas. Y resalta:

El cuerpo, su salud y apariencia, se presenta como una empresa, y el estilo de vida respaldado como el patrón de inversión. Realizado a través de la vigilancia vigilante y el trabajo corporal continuo, el éxito de la superación personal y el cuidado personal recae sobre los hombros del individuo. (Smith, 2002, p. 461).

Entonces, el consumo específico del *fitness* se resume en una búsqueda por adaptar, modificar, crear, transformar los cuerpos. Sin embargo, con lo digital la idealización del cuerpo ideal se complejiza; las miradas se diversifican, las opiniones y críticas aumentan. La transformación que antes, era solo de uno, ahora se convierte en ser para otros, otros son parte del proceso, observan y uno les muestra el camino a seguir para la transformación.

Una de las tantas prácticas específicas que se producen y reproducen en el estilo de vida *fitness* es una alimentación particular. Nemesia Hijós (2017) identifica dicha nutrición determinada con el concepto “*fitters*”, que se relaciona con “*paleo*” y “*veggies*”. Tras asumir que:

Las dietas son combinaciones de hábitos y estilos de vida, ligados a prácticas de consumo y condiciones socioeconómicas de los individuos, sus elecciones y gustos.

Las sociedades humanas usan la dieta no sólo para mantener la vida biológica, sino

también para expresar relaciones sociales y hacer declaraciones colmadas de simbolismo cultural. (p. 1)

La propuesta de Hijós (2017) respecto a las dietas como representaciones de hábitos y consumos que están, a su vez, enmarcados por el nivel socioeconómico de las personas, resulta significativa en el entorno *fitness*, puesto que, para acceder a ciertos alimentos, suplementos y complementos, así como para la asistencia a un gimnasio se requiere de un cierto nivel de ingresos. Asimismo, la dieta, menciona Hijós (2017), expresa el simbolismo cultural, es decir, tiene múltiples significados que dependen del contexto en el cual está inmerso, por tanto, la relevancia de la denominación: *fitters*, *veggis* y *paleo*.

Hijós (2017) trabaja con los tres grupos sociales mencionados anteriormente: *fitters*, *veggies* y *paleo*, puesto que adoptan y transforman sus hábitos alimenticios conforme a sus ideales o cosmovisiones del mundo. Menciona los límites que cada grupo se impone en relación con el consumo, las prácticas deportivas y la clase social. Utilizó una metodología cualitativa en Buenos Aires, en el 2016, que consistió en observar: a) El club de corredores que Nike; así como, b) El club de Crossfit del barrio de Congreso y; c) Un grupo de personas de un gimnasio en el barrio de Caballito. Asimismo, realizó entrevistas a las personas que adoptan dietas y hábitos asociados con estilos de vida específicos.

Es decir, la práctica cultural *fitness* supone una dieta específica a la cual Hijós (2017) se refiere. Dicha alimentación se desarrolla en un contexto deportivo donde permea la alimentación saludable. Este régimen se caracteriza por ser sano y natural y va acompañado de rutinas de ejercicio. Los *fitters* “representan y sistematizan las grandes tendencias de consumo universal actual en cuanto a la ‘nutrición y/o alimentación saludable’” (p. 7). Respecto a la nutrición y/o alimentación saludable, Hijós (2017), se encarga de subrayar la historicidad de dicho concepto y cómo se ha ido modificando con el tiempo. Ello “a partir de que los consumidores comenzaron a interiorizarse preocupados por la propia salud debido a los alimentos (mayormente procesados industrialmente) que consumimos” (p. 7). Cabe retomar lo previamente descrito en la sección del binomio salud-belleza, pues hay una

“coincidencia’ entre las evaluaciones socioculturales y científicas de la salud, y la enfermedad en relación con la dieta” (Hijos, 2017, p. 4).

En esta investigación se asume que los medios de comunicación son sistemas simbólicos que producen y reproducen representaciones sociales. Sin embargo, el papel que juegan los medios digitales, las plataformas sociodigitales, los dispositivos y las aplicaciones se consideran soportes digitales de dichas representaciones sociales. El simbolismo cultural es explotado en estos soportes digitales mediante “la profusión de pantallas [que] multiplica al infinito las posibilidades de exhibirse y volverse un yo visible” (Sibilia, 2008, p. 130). Es decir, estos soportes digitales reproducen el simbolismo cultural, lo reafirman y lo viralizan debido al fácil acceso, al número creciente de usuarios en plataformas sociodigitales, entre otros.

Sobre la representación social del grupo *fitness*, dice Morduchowicz (2012):

Un grupo social construye un código común [en este caso, lo *fit* y la dieta *fitter*] y comparte una misma manera de categorizar y entender el mundo. En este recorrido va dibujando un “nosotros” [los *fitness*] y un “los otros” [los obesos]. Y ambos se definen entre sí. No es posible entender uno sin incluir el binomio completo [...] Lo que importa es la distancia que nos separa de ese otro y, sobre todo, la actitud valorativa con la que nos relacionamos con la otredad [en este caso, los obesos o gordos]. (pp. 20-21).

Jo Little (2013) entrevista a mujeres en dos spas en el suroeste de Inglaterra pues la visita al spa, cada día más, se considera una práctica importante de la salud y del mantenimiento corporal de las mujeres. Su base teórica es Foucaultiana y la desarrolla en dos ejes: el cuidado del yo y la disciplina del cuerpo. El espacio físico en el cual desarrolla su metodología cualitativa son los spas, ya que los considera: “un espacio terapéutico dedicado principalmente al cuidado del cuerpo, el spa demuestra la combinación de prácticas diseñadas para relajarse, disfrutar y tratar con aquellas destinadas al control y la regulación” (p. 30).

En el estilo de vida *fitness* hay una presencia de la industria del cuerpo que “consiste en mucho más que medios deportivos y de acondicionamiento físico” (Little, 2017, p. 323). Es decir, va más allá de ejercitarse, e “incluye una variedad de bienes de consumo diseñados para alentar al individuo a comprender y acceder al cuerpo ‘correcto’” (Little, 2017, p. 323). Así, también la industria corporal, su relación con la salud y el ejercicio se visibiliza en: “las prácticas de carrera de las mujeres como una de las estrategias para desarrollar y mantener un cuerpo en forma y saludable” (Little, 2017, p. 322).

Se observa que las prácticas específicas del estilo de vida *fitness* giran alrededor del cuerpo. Ya sea en los alimentos o en procedimientos para cuidarlo o ejercitarlo. Con esta investigación se busca proporcionar más información sobre el cuerpo en lo digital y al ser fotografiado, es decir, mostrar las tecnologías que intervienen en la modificación o transformación de los cuerpos. Entendiendo que esto puede darse a través de intervenciones materiales o digitales.

El estilo de vida *fitness* se sustenta por una ideología que prioriza el cuidado estético de la salud, es decir, verse saludable es sentirse bella o bello. La salud y la belleza están ligadas en binomio como se mostró anteriormente. La ideología sustenta discursos que, en conjunto, idealizan y justifican un estilo de vida *fit* o saludable. Dicho estilo de vida, sustentado por discursos, propicia la creación de términos nuevos que, en específico, justifican y valorizan las prácticas y los discursos de ese estilo de vida. Es decir, el estilo de vida sustenta la ideología del cuidado estético de la salud, los discursos, las prácticas y los términos nuevos; y éstos sustentan el estilo de vida *fit* o saludable. Un ejemplo de las narrativas que genera el estilo de vida *fitness* es *fitspiration*.

Como se ha mencionado a lo largo de la revisión de la literatura, el cuerpo es un sujeto y está sujeto a dispositivos y aplicaciones, consumos, prácticas, discursos, conceptos, estilos de vida, ideologías. En el estilo de vida *fitness* la estética corporal está particularmente ligada a un tipo específico de salud y viceversa. No cualquier cuerpo puede ser saludable o considerado bello. Lo que caracteriza a un cuerpo saludable y, por tanto, bello, depende del contexto en el cual se desarrolle y de los discursos y visualidades dominantes o hegemónicos (Barned & O’Doherty, 2019).

El cuerpo, como objeto de estudio, es un espacio, un territorio, una puesta en escena de muchos fenómenos que están a su alrededor, que lo modifican y resignifican a través de prácticas, ideologías, discursos, consumos, dispositivos y sentimientos, por mencionar algunos. Se habla del cuerpo de manera universal, homogénea, normalizada y regulada por instituciones, expertos, profesionales. A su vez, dichas instituciones, expertos y profesionales están regulados e inmersos en un mercado específico de una economía neoliberal; en estados cuya política está desregularizada; en ideologías y prácticas culturales y sociales atravesadas por las plataformas sociodigitales y los medios analógicos: televisión, radio, periódicos, revistas, que cada día se vuelven más digitales. Esta enmarcación regula, produce y reproduce, configura y modifica las prácticas, los consumos, la publicidad, el entorno mediático, los ideales, los modelos normativos, los conocimientos.

Lo anterior lleva a la pregunta si, ¿realmente la industria *fitness* incita a las personas a ser saludables? O será que, ¿las responsabiliza por elegir comida rápida disponible a todas horas y en cada esquina? Pareciera que el discurso de la industria *fitness* responsabiliza a los individuos por tener obesidad, por la elección de los productos y por tener tiempo de ejercitarse. Es decir, el culpable es uno y no las ofertas estructurales como: oferta de comida rápida, encarecimiento de comida orgánica o saludable; poco tiempo para la preparación de alimentos en casa; poco tiempo para alimentarse, para desplazarse; horarios laborales de ocho horas con solo una hora para comer, algunos sin posibilidad de comer o tomarse un tiempo para comer algo entre comidas. Y va más allá, el responsable es uno y no las industrias que se han encargado de generar conocimientos científicos que indican y señalan a la obesidad como enfermedad.

El culpable es uno y no los discursos mediáticos en la televisión, en las revistas y en la radio; menos las plataformas sociodigitales, las plataformas y aplicaciones, incluso estos ayudan a que uno mejore y pueda hacerle frente a su “enfermedad” (la obesidad). Los medios de comunicación masiva y los medios/plataformas/aplicaciones digitales muestran la realidad, pero uno debe decidir qué consume de lo que estos producen y reproducen. Es una relación dialéctica por lo que resulta necesario evidenciar esas prácticas, espacios, momentos, consumos, dispositivos donde se escenifica ese intercambio entre el sujeto y sus elecciones

y las ofertas y disponibilidad de discursos y productos provenientes de las industrias, en este caso, el *fitness*.

La relevancia de esta investigación se concreta en la problematización del estilo de vida *fitness* como respuesta a la, mal llamada, “epidemia de la obesidad” sin dejar de consumir. Asimismo, se vuelve relevante pues, podría ayudar metodológicamente al estudio de algunos fenómenos culturales que se desarrollan en la cultura digital como aquel entramado de soportes materiales y digitales.

El propósito de esta investigación es encontrar las características físicas, los atributos emocionales y actitudinales que debe tener el cuerpo en el estilo de vida *fitness* en la cultura digital. Es decir, presentar al cuerpo como una fuente de valor económico y social. A su vez, invita a la consideración de comprender al cuerpo como la suma de fragmentos que buscan ser mejorados. Las personas fragmentan e inscriben sus cuerpos en datos y en imágenes. Esto en varias y diferentes plataformas, medios, dispositivos y plataformas sociodigitales. Sin embargo, para esta investigación se plantea analizar la fragmentación del cuerpo en imágenes en *Instagram* y las prácticas identificadas como parte del estilo de vida *fitness*.

Comprender al cuerpo dentro de la cultura digital significa entenderlo como objeto fragmentado donde la suma de sus partes lo resignifican. Es decir, el cuerpo se fragmenta en fotografías, se fracciona en dispositivos, se descompone en datos. Aunado a lo anterior, la racionalización sobre el cuerpo asume la conversión del cuerpo en datos medibles y atributos calificables, pero, sobre todo, la constante mejora de cada fragmento. Dicha racionalización depende y responde al binomio salud-belleza y es allí, en ese racionalizar la subjetividad del cuerpo, que hay un entramado de modelos normativos sociales y culturales. Comprender al cuerpo dentro de la cultura digital significa entenderlo como objeto fragmentado que se fracciona en los dispositivos tecnológicos como las fotos. Es decir, la fragmentación del cuerpo responde a la racionalización de este.

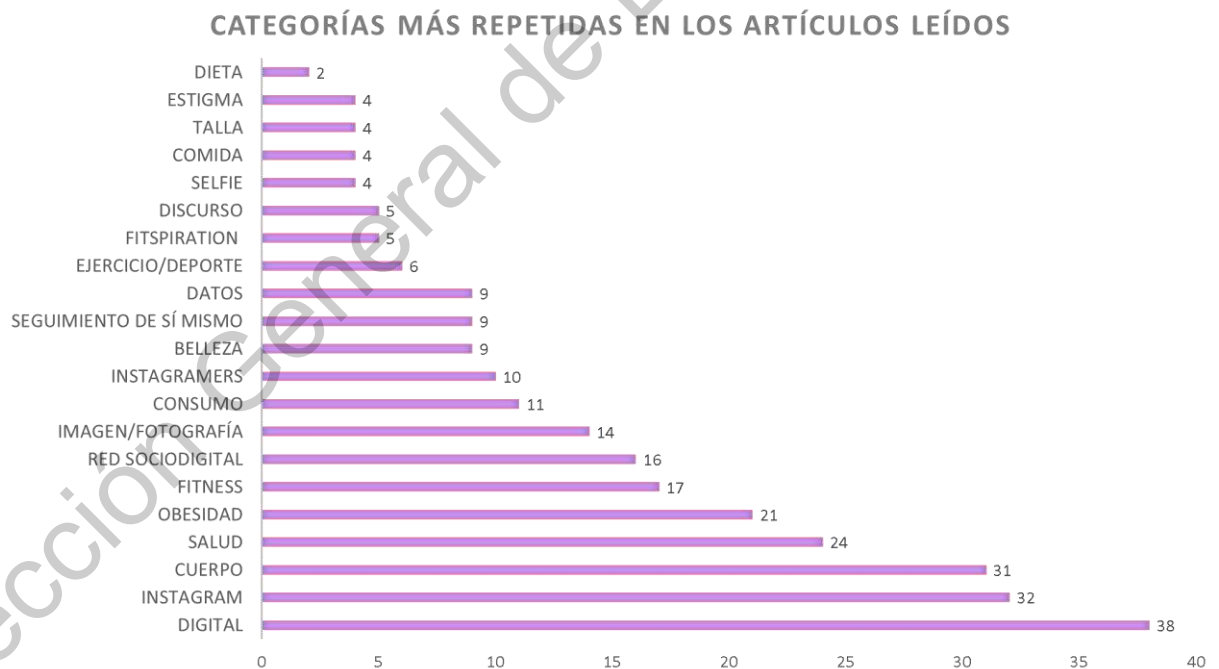
## **Conclusiones**

El fenómeno *fitness* ha sido cuestionado por varios investigadores, ha sido estudiado desde diversas disciplinas. Ha sido mediado por muchas metodologías, técnicas y métodos;

y se ha llegado a diversos resultados. Ello no significa que se haya dicho todo lo que debe decirse, es decir, hay numerosos estudios (más de los que fueron leídos), sin embargo, hace falta la perspectiva de lo digital en la mayoría de ellos. Si bien, se menciona lo digital, en ocasiones pareciera utilizarse únicamente para darle actualidad a las investigaciones, es decir, algunos artículos retoman lo digital para repetir argumentos contractuales o de causa-efecto para encajar sus propuestas en el entorno de la cultura digital.

Tras la lectura de los artículos seleccionados se decide implementar una categorización propia sobre las temáticas que abordan los artículos, esto sin considerar las palabras clave de los autores. Lo anterior facilita la creación y la esquematización del estado del arte pues las temáticas propias permitieron un acomodo propicio de los artículos. A continuación, se muestran las temáticas más repetidas en los artículos revisados:

Tabla 4. Revisión de la literatura por categorías/temáticas propias



Fuente: Elaboración propia.

A partir de la revisión de la literatura se concluye lo siguiente:



La noción “*salud*” se ha construido y modificado según el contexto histórico, político, económico, social y cultural donde se desarrolle, y esto significa variantes en lo que es considerado un cuerpo enfermo, así como una enfermedad. La revista *fat studies* invita a una deconstrucción personal y social sobre el significado que la obesidad tiene, el estigma y la gordofobia a la cual se enfrentan las personas que tiene sobrepeso. Es decir, propone una deconstrucción de la obesidad como enfermedad y, por lo tanto, una resignificación de lo que es saludable.

Asimismo, la revisión de la literatura arroja al estudio de lo digital como una estrategia para darle actualidad a propuestas y estudios causa-efecto. Hasta donde se pudo observar, en ningún artículo se habla sobre el *fitness* como representación de un estilo de vida específico que surge como posible solución a la pandemia de la obesidad sin dejar de consumir, y, todo lo contrario, incentivando el consumo de productos innecesarios tales como: ropa y calzado deportivos, alimentos específicos *light*, sin gluten. Sin embargo, a raíz de los artículos revisados se considera al *fitness* como una de las muchas soluciones, al presentarse como estilo de vida, frente a “la pandemia de la obesidad”.

Los estudios revisados que retoman al cuerpo como sujeto lo consideran como un objeto completo, sin embargo, en esta investigación se plantea al cuerpo como categoría analítica fragmentada que permite clasificar a los sujetos, sus consumos y sus prácticas, así como sus datos. Y entonces, agruparlos como “lo normal” y “lo anormal”, es decir, como lo correcto y lo incorrecto. Esto al poner alarmas en los *trackers* que le recuerden al usuario que ya lleva dos horas sin moverse y que debe ejercitarse. Hace falta una perspectiva crítica que visibilice el optimismo tecnológico. Asimismo, investigaciones que miren al cuerpo como entidad de análisis fragmentado en y por los dispositivos y las fotografías.

Los estudios ponen mayor énfasis en demostrar los malos usos o las situaciones a las cuales se enfrentan los sujetos con agencia frente a los dispositivos. Sin embargo, no miran que hay algo más allá que solo los individuos con agencia, hay una arquitectura de la red y de las plataformas sociodigitales que responde a una lógica mercantilista y política, donde los datos se venden a industrias farmacéuticas o de cualquier tipo. Es decir, hace falta una

visión crítica de la interacción que se da entre los agentes, las tecnologías y el entramado de significados, símbolos, representaciones culturales y sociales.

Las personas que pertenecen al estilo de vida *fitness*, cada día más, organizan, piensan y actúan en función de no ser obeso. Aquellos que “se preocupan por su salud” se ejercitan y comen “bien”, lo que sea que eso signifique. El estilo de vida *fitness* invita a aquellos que sí se preocupan por su salud a verse y sentirse bien mediante el ejercicio y una alimentación específica. Es decir, la gente acomoda cada día más, su mundo, sus hábitos y consumos a partir de la temática de la obesidad y el miedo a ser obeso. Faltan estudios que visibilicen esto.

En las investigaciones revisadas se retrata y analiza de manera rápida y únicamente para contextualizar, la vida cotidiana y la interacción de las personas con las plataformas sociodigitales. Además, se no considera que las plataformas sociodigitales son elementos clave en la construcción de la realidad simbólica, sino como herramientas que reproducen esto. Por ello, para esta tesis se considera que las plataformas sociodigitales, en concreto *Instagram*, construyen y reconstruyen la realidad simbólica a través de la interacción constante que tienen las personas con éstas en la vida cotidiana.

Asimismo, se observa que existe un vacío metodológico sobre las fotografías. En las investigaciones revisadas lo visual se limita a colores y ángulos, en cambio, para esta tesis se analiza minuciosamente el papel que tienen las fotografías para conocer las prácticas y las nociones que sostienen la justificación de fotografiarse.

Por último y quizá más importante, la falta de perspectiva feminista en estas investigaciones. Si bien, el feminismo ha tenido un auge en lo digital al estudiarse movimientos como *#MeToo*, *#NiUnaMás*, por mencionar algunos, el entramado del cuerpo violentado simbólicamente (sexualizado, objetificado) de manera cotidiana es planteado por pocos estudios de los revisados. Por ello, se considera la perspectiva de la fenomenología feminista para repensar la teoría del actor-red.

### **Capítulo III. Marco teórico**

#### **Fenomenología feminista**

La fenomenología se basa en un acercamiento a los fenómenos según las experiencias narradas y descritas por personas. Ésta plantea que “la experiencia humana es corporal e intersubjetiva y está imbricada con sentidos personales y culturales” (López, 2014, p. 46). Al añadirse el feminismo se conjuntan dos miradas y pensamientos que derivan en una manera específica de observar, comprender y analizar la vida cotidiana. Así, se considera que las experiencias y la vida cotidiana son construidas e intervenidas por categorías que “dan sentido a las experiencias de los géneros” (López, 2014, p. 45).

Así, la especificidad del feminismo comprende que “las diferencias entre hombres y mujeres no son inmodificables, sino vivenciadas” (López, 2014, p. 47), así como las experiencias corporales que se tienen. La narratividad está atravesada por la historia personal de cada sujeto que está, a su vez, sujetado a la realidad sociohistórica en la que se desenvuelve y por las experiencias culturales con otros, es decir, aquellas construidas intersubjetivamente.

La mirada que otorga la fenomenología feminista permite, en esta investigación, centrar la atención en las descripciones que las mujeres hacen sobre sus propias experiencias y, sobre todo, cómo reviven esos sucesos al narrarlos como anécdotas. Además, el cuestionamiento y la crítica constante a aquello que se instituye en prácticas, significados y actitudes pertenecientes a las mujeres como normal y natural. Así, la invitación de la fenomenología feminista resulta en desnaturalizar aquellas afirmaciones sobre lo correcto, lo sano, lo bello, al evidenciar la realidad como una construcción intersubjetiva. La desnaturalización de los supuestos permite, entonces, resistir ante la normalidad como algo dado y cuestionar las afirmaciones que derivan en prácticas, rutinas, consumos, formas corporales y actitudinales, es decir, interrogar lo natural, lo normal y lo normativo que existe en lo cotidiano.

El método de la fenomenología “toma en consideración y examina prácticas culturales normativas y las estructuras de significado que sitúan diferentes cuerpos de

diferentes maneras [...] y pone al descubierto las condiciones constitutivas de la experiencia” (Zeiler & Folkmarson, 2014, p. 9). Además, devela la relación entre la subjetividad y la intersubjetividad en la constitución de la realidad, así, cuestiona las estructuras que devienen en prácticas sociales que, legitiman y hegemonizan saberes y estilos de vida.

La postura crítica que demarca la fenomenología feminista corresponde a eliminar la normalización, naturalización y, por tanto, la normatividad que rodea la existencia de las mujeres y las prácticas alrededor de los ideales de salud y belleza que se hacen cuerpo. Así, se pretende propiciar “la existencia femenina encarnada que no sea una simple negación de la masculina” (López, 2014, p. 62), sino una resignificación de las mujeres y la diversidad en ellas y sus cuerpos.

La vida cotidiana se considera una categoría de análisis que permite pensar otras nociones como experiencias, estilo de vida, prácticas, significados. Así, se encuentra “sostenida por continuidades intersubjetivas que ligan al sujeto a la realidad del sentido común en la que actúa” (Millán, 2017, p. 205). Es decir, la vida cotidiana es un devenir constante de subjetividades e interacciones que anclan a las personas a su contexto y, asimismo, modifican el contexto con su actuar cotidiano. Por lo anterior, la vida cotidiana resulta un “espacio de mediación entre procesos micro y macro” (Millán, 2017, p. 211).

En esta investigación se puntualiza sobre la vida cotidiana dado que “está impregnada de rutinas, símbolos que sugieren procesos de intersubjetividad que cimienta la construcción de saberes en la práctica social” (Millán, 2017, p. 209). Así, cada actuar y cada hábito construyen y tejen una red de percepciones de la realidad que intervienen en los procesos macro. Entonces, en la vida cotidiana se revaloriza la atención puesta en investigar las prácticas que, a su vez, están impregnadas de simbolismos y sentidos, para así, comprender la conformación de las subjetividades creadas intersubjetivamente y, hechas cuerpo.

Por lo anterior, se pretende pasar de las anécdotas en las entrevistas narrativas a la identificación y análisis de las generalidades en el quehacer de la vida cotidiana. Es decir, evidenciar el entrecruce que existe de la vida cotidiana y la individualidad de las mujeres entrevistadas con estructuras socioculturales e históricas más amplias. De allí la importancia

de las experiencias, en la fenomenología feminista, para identificar las influencias que tienen la normatividad, normalización y naturalidad de los supuestos socioculturales en el género, en la sexualidad y en la corporalización de prácticas y significados. Por ello, se asume que lo que se comunica a través de anécdotas registra los sentidos y las calificaciones que las mujeres tienen sobre sus propias prácticas, así como la identificación con cierto estilo de vida. En la narrativa se dejan ver las vinculaciones entre lo global y lo local en los imaginarios, las representaciones, las nociones, los modelos normativos y las prácticas.

Así, la experiencia narrada tiene una importancia central en la fenomenología feminista, de allí que se opte por la entrevista narrativa a cuatro mujeres cuyo entorno tiene similitudes y, que pertenecen o se identifican y reconocen como parte del estilo de vida *fitness*. Además, se reconoce que la descripción que hacen sobre su entorno, sus prácticas y los significados, así como sus actitudes frente a las actuaciones y al entorno son construidas intersubjetivamente. Es decir, el estilo de vida *fitness* está entrelazado por una red de percepciones de la realidad y de nociones y saberes globalizados y globalizantes sobre la interrelación entre la salud y la estética.

Otro componente de la fenomenología feminista es la incorporación, es decir, la adquisición de hábitos y experiencias hechas y haciéndose cuerpo en la interacción y la intersubjetividad cotidianas. Zeiler y Folkmarson (2014), la definen como “el proceso mediante el cual nuestra comprensión corporal del mundo se extiende y se transforma a través de la apropiación de tecnologías y objetos externos” (p. 88). La incorporación de los conocimientos, las interacciones, los hábitos, las normas culturales, lo normal, lo aceptable y las nociones devienen en modelos normativos corporales, algunos empatan con la cultura corporal hegemónica y muchos otros no. Es decir, se hacen cuerpo.

La incorporación de lo que se asume como natural, normal y normativo, las tres N's según Gail Weiss (2014), da forma a los significados y a los estilos de vida que se configuran al negar ciertas prácticas y validar otras, al rechazar algunas actitudes y enaltecer otras, al mostrar como correctos ciertos consumos y productos y ocultar aquellos identificados como incorrectos. Así, la incorporación también evidencia los juicios y las calificaciones hacia

otros y, por tanto, hacia una misma. Entonces, la subjetividad de las mujeres se encarna e incrusta en cuerpos, prácticas y, según esta investigación, en fotografías.

El cuerpo que estudia la fenomenología se denomina *Leib*, definido como aquel que “es sujeto y objeto de hábitos y destrezas que se configuran, tanto activa como pasivamente, en el trato con el mundo y con los otros sujetos” (López, 2014: 48), es decir, aquel cuerpo que se construye en el andar cotidiano de las personas. Por tanto, el método fenomenológico prioriza el cuerpo de las personas como aquel conducto que evidencia las vivencias, las rutinas, las prácticas y los estilos de vida que se producen y reproducen en la vida cotidiana.

La experiencia, según la fenomenología feminista, es corporal e intersubjetiva y se produce en la vida cotidiana, de allí la interrogante por las prácticas que se dan en el día a día. En esta investigación las actuaciones que se buscan conocer están relacionadas con el *fitness* como estilo de vida, dado que éste enaltece y se sostiene por rutinas específicas de ejercicio y alimentación que derivan en el establecimiento de la vida cotidiana.

Así, se esclarece lo que se entiende por estilo de vida sin ahondar en las diversas definiciones, a sabiendas de que es un concepto que se ha planteado desde la sociología, la antropología y la comunicación. Los clásicos sociólogos como Marx y Weber (Coreil, Levin & Gartly, 1992) comienzan a visibilizarlo como aquel indicador de la posición económica, así, el segundo, Weber, conjunta la importancia de la ocupación, educación, *status* y lo económico como aquellos elementos que conjuntan y conjugan a personas que tienen un interés en común. Asimismo, Giddens revira la mirada del estilo de vida hacia las prácticas de los sujetos que se repiten de forma rutinaria, por ejemplo, el qué comer, el cómo vestir, es decir, “decisiones sobre quién ser” (Novo & Sánchez, 2010, párr. 1).

Son numerosos los autores que conceptualizan el estilo de vida. Sin embargo, en esta investigación no se ahonda sobre las diversas definiciones, sino que se retoman las anteriores únicamente como punto de partida para encaminar la determinante del contexto en la participación, identificación y reconocimiento de ciertos individuos con algún estilo de vida específico. Para esta investigación se asume que el estilo de vida “está influido por modelos existentes en una sociedad concreta, por las opciones personales y las oportunidades

materiales que se dispongan” (Novo & Sánchez, 2010, párr. 3) y, en este caso, se añaden las tecnologías, las aplicaciones y las plataformas digitales como agentes que participan en la determinación de un estilo de vida. Así, el estilo de vida está “condicionado por los hábitos, costumbres, modos y valores existentes [...] estos factores son aprendidos y, por tanto, modificables” (Novo & Sánchez, 2010, párr. 2). Es decir, el estilo de vida corresponde a actividades rutinarias que un grupo de personas llevan a cabo según sus valores, intereses y, sobre todo, su propia biografía y, así, se configuran rutinas, consumos y actuaciones que caracterizan al estilo de vida.

Entonces, la fenomenología feminista resulta en una mirada crítica y cristalina, hasta cierto punto, sobre las rutinas que van configurando las experiencias en la vida cotidiana de las personas. Además, en ésta, la incorporación tiene un papel central en la constitución de los hábitos y, el cuerpo se convierte en producto y productor de su propia realidad, a través del cual se escenifican las vivencias, lo normal, lo normativo y lo natural. Así, estudiando la comprensión que las mujeres tienen de sus propios andares cotidianos y rutinarios y cómo lo ven reflejado en su cuerpo o en el deseo de modificarlo, es que puede esbozarse la construcción intersubjetiva del estilo de vida *fitness*. Es decir, cómo se narran las mujeres y cómo relatan sus hábitos puede esclarecer los mecanismos, instituciones, modelos normativos y nociones hegemónicas y estructurales que actúan sobre ellas.

¿Por qué la fenomenología feminista? Porque acontece en la vida cotidiana de las mujeres y, es allí, en el día a día y en la interacción constante, que se produce y reproduce la opresión, la desigualdad sexual, el sexismo y la cosificación de las mujeres y sus cuerpos. Ahora, ¿por qué las mujeres y no los hombres? Porque quien investiga y escribe es mujer y esto le ofrece una perspectiva, dentro del mundo de la academia, que pocas mujeres han tenido el lujo de evidenciar.

Así, la fenomenología feminista para esta investigación observa, busca comprender y arroja luz crítica a las narraciones y la configuración de las vivencias de las mujeres que, a su vez, son intervenida por diversos agentes. En este caso, se considera que *Instagram*, los modelos normativos de belleza y salud, la opinión de otros y otras, la mirada constante, los

productos y el marketing de lo femenino, son algunos de ellos. Estos coexisten y se incorporan en el día a día, todos los días, culminando en la conformación de la experiencia de las mujeres. Por lo anterior, se plantea a la intersubjetividad hecha y haciéndose cuerpo, así como en prácticas y consumos. La perspectiva desde “el feminismo nos ha enseñado a sospechar y reconocer que hay diferencias importantes en la constitución de la experiencia de las mujeres” (López, 2014: 62). También, el mostrar el cuerpo a través de fotografías y publicarlas en Instagram se convierte en un acontecimiento normal en la vida de las mujeres. Esas prácticas se vuelven una puesta en escena de modelos normativos de salud y belleza y, a su vez, de rutinas encaminadas en conseguir las características corporales específicas que el fitness propone como hegemónicas: comer ciertos alimentos, determinadas veces y a horas específicas y entrenar al menos seis días a la semana.

La fenomenología feminista en el estilo de vida *fitness* en *Instagram* permite comprender el fenómeno de mirarse a sí misma siendo vista por otros. Dice T. de Lauretis “las mujeres se miran a sí mismas siendo vistas [...] La inspectora de la mujer dentro de sí misma es masculina, la inspeccionada, femenina” (1993, p. 77) y ello se incrementa con la intervención de *Instagram* y la posibilidad de tomar fotografías con el celular, así como por la diversidad de miradas. Es decir, los cuerpos de las mujeres son objetivados por la mirada de otros y otras, además de interpretados por otros y otras. Entonces, los modelos normativos de salud y belleza están enmarcados por el sistema heteropatriarcal en el cual todas y todos conviven, sin embargo, el cuerpo en disputa, así como las prácticas que lo “cuidan”, es el de las mujeres.

Cabe mencionar la diferencia que existe entre estilos de vida como: *lohas*, *wellness* y *fitness*. El primero está conformado por las siglas que significan *Lifestyle of Health and Sustainability*. El segundo refiere a una integralidad de la salud y del ser. El tercero “presenta como rendimiento óptimo del cuerpo y del individuo en su medio social, así como un estilo de vida activo, saludable y deseable según las normas sociales” (Landa y Córdoba, 2020, p. 71).



Si bien, tanto quienes se identifican como parte de los *lohas*, *wellness* y *fitness* abogan por una vida saludable, el significado y las prácticas que lo sustentan varían, así como la ideología en la cual se sustentan. Se reconoce que hay personas que se identifican con los tres estilos de vida y, además, logran equilibrarlos, sin embargo, el estilo de vida *fitness* se sustenta en prácticas saludables que no empatan con las de los *lohas*, por ejemplo, el alto consumo de proteína animal en la dieta cotidiana. Para aquellos que se identifican con el *wellness* lo saludable se sustenta en el equilibrio holístico del ser, por tanto, se consideraría un acto por la salud el no asistir al gimnasio o no ejercitarse si el cuerpo se siente cansado. En cambio, en el estilo de vida *fitness* al estar permeado por la disciplina y el esfuerzo, un acto saludable sería asistir seis días a la semana al gimnasio o ejercitarse, sin poner especial atención al cansancio o al dolor muscular.

El estilo de vida de los *lohas* está sostenido en tres ejes: la justicia social, la ecología y la sustentabilidad (Schüpbach, Gröli, Dauwalder & Amhof, 2007). Estos ejes se evidencian en prácticas como: adquisición de productos según el impacto ambiental que tiene su elaboración, el reciclaje de ciertos artículos, la reutilización de otros, la reducción de aquellos que no son esenciales, consumo de productos locales antes de aquellos producidos en masa y de manera internacional. preferencia sobre los empaques reciclados. Los *lohas* basan sus consumos y decisiones sobre la definición de salud que tienen. En ésta se entiende que existe una integralidad con el medio ambiente.

En el estilo de vida *wellness* se prioriza lo que las personas son y no lo que hacen. El ser frente al hacer y “este ser integra cuerpo, mente y espiritualidad; esferas a la que se le han ido anexando en una dinámica flexible e indeterminada las ambientales, sociales y culturales” (Landa y Córdoba, 2020, p. 71). El *wellness* comprende el bienestar físico ligado al bienestar mental, emocional y espiritual, es decir, la alimentación no debe únicamente ser con fines de modificar el cuerpo como en el caso del *fitness*, o únicamente sustentable como en el caso de los *lohas*, sino nutrir el cuerpo y las emociones.

El estilo de vida *fitness* está sostenido por prácticas alrededor del cuidado personal que se reconocen e identifican por quienes pertenecen a él como amor propio, es decir, se

justifican ciertas actuaciones como escenificaciones del amor que las personas tiene hacia sí mismas. Además, en el estilo de vida *fitness* se prioriza el cuerpo como sujeto y objeto de transformación hacia una vida saludable o *fit*. La relevancia del cuerpo como reflejo de los hábitos saludables o identificados como “correctos” y “buenos” forma parte de la conciencia corporal que acompaña las prácticas que sustentan al estilo de vida *fitness*. La conciencia corporal está presente en las decisiones y actuaciones que las personas hacen tomando en cuenta su cuerpo. Ésta es una herramienta cognitiva que se desarrolla más o menos en algunas personas según sus hábitos y consumos, y se trata de identificar lo que el cuerpo está pidiendo, lo que le duele, cómo se mueve en el espacio y el control requerido para coexistir en ambientes específicos. Es así que, en quienes se reconocen como parte del estilo de vida *fitness* la conciencia corporal está inmersa e incorporada en los hábitos y consumos que realizan para el autocuidado y la transformación corporal.

A continuación, se describen algunas de las diferentes nociones sobre lo corporal en las ciencias sociales, esto da pie a la cultura corporal (Barbero, 2001). En tercer lugar, las aclaraciones teórico-conceptuales bajo la perspectiva de la fenomenología feminista: el Actor-Red (Estalella & Ardévol, 2011; Lasén & Puente, 2016; Latour, 2008), jóvenes, subjetividades en la cultura digital, el cuerpo mediado y remediado en y por la cultura digital y la remediación de la fotografía en *Instagram*.

### **El cuerpo como sujeto-objeto**

En las ciencias sociales, lo corpóreo, la corporeización o corporización (Butler, 2010; Micieli, 2007), la corporalidad, itinerarios corporales (Esteban, 2004) son algunos, entre otros muchos, términos que hacen referencia al cuerpo. Tales conceptualizaciones permiten una mayor comprensión del cuerpo como objeto y sujeto de estudio, sin embargo, la diversidad de éstas puede resultar confuso. Por lo anterior, en este apartado se describe la mirada del cuerpo como sujeto-objeto de estudio, así como, la descripción o definición de los términos mencionados en un inicio. Asimismo, se mencionan algunos autores que proponen y analizan al cuerpo como objeto de estudio, desde tres perspectivas y disciplinas

distintas: la sociología, la antropología y la comunicación, sin ahondar en las diversas propuestas.

Lo corpóreo es un adjetivo que significa, según la Real Academia Española (RAE), que tiene cuerpo o consistencia, por un lado. Y por el otro, perteneciente o relativo al cuerpo o a su condición de tal. La corporeización o corporización es el efecto de corporeizar y se utiliza para designar, según la RAE, el dar cuerpo a una idea o a otra cosa no material. Esto se ejemplifica gracias a la obra de Judith Butler (2010) donde menciona que las normas se corporeizan, es decir, se hacen cuerpo y se da “una encarnación de la norma racial y de clase que es a la vez una figura, la figura de un cuerpo” (p. 189).

La corporalidad es una cualidad del cuerpo o de lo que es corporal, según la RAE. Además, la define como: cosa corporal. Desde la teoría de la práctica, la corporalidad se entiende “en conexión con la experiencia afectiva y sensorial del cuerpo en relación con el medio ambiente y las tecnologías digitales” (Altamirano & Grau, 2019, p. 23). La corporalidad, según Marta Rizo García (2018) “dice de quien lo porta [al cuerpo], del sujeto corpóreo, pero el cuerpo comunica también elementos del contexto, del entorno cultural en que el sujeto se ubica y actúa” (p. 3). La corporalidad, entonces, es producto de diversos elementos que intervienen la realidad social y comunicacional. Es decir, el cuerpo, lo que lo significa y lo califica resultan de un entramado social, político, económico y cultural que lo enmarcan. Bien lo mencionan algunos autores y autoras como Butler (2010) al relacionar la materialidad del cuerpo con la actuación de los sexos. Los cuerpos y sus características se ven determinados por la pertenencia a un sexo particular, así como la actuación o el ideal de acción o performatividad que deben seguir. Uno de los grandes aportes de Butler (2010) recae en cinco puntos: 1. La dinámica de poder que rodea a los cuerpos; 2. La performatividad como el “poder reiterativo del discurso para producir los discursos que regula e impone” (p. 19); 3. El “sexo” como constructo social que, además, actúa como norma cultural que impone características específicas en los cuerpos; 4. El proceso en el cual los sujetos encarnan una norma corporal, es decir, la asumen como propia y 5. La identificación del sexo con la narrativa discursiva hegemónica de la heterosexualidad y, a partir de ella, identificar y rechazar otras narrativas discursivas y maneras de ser y hacer.

La corporalidad resulta de una vertiente de la teoría social que comprende al cuerpo “como sujeto y objeto determinado por los cambios históricos, culturales, sociales, económicos y políticos, y a su vez, determinante del contexto. [...] que tanto el cuerpo influye al contexto sociocultural como el contexto sociocultural influye en él” (Calderón, 2018, p. 20). Algunos autores que continúan con la idea del cuerpo como producto social es Beorlegui que dice:

la diferenciación entre lo masculino y lo femenino no se realiza sólo desde la objetividad genética, biológica y morfológica, sino también, y, sobre todo, desde la construcción social de los roles que la sociedad ha ido construyendo y atribuyendo a varones y mujeres, conformándose una distinción de géneros que no se justifica ni se entiende desde la mera diferencia genético-morfológica de los sexos. (p. 26).

La corporalidad responde a la sociedad en la que se desarrolla, por ello, dice Carmen Ramos Escandón (2008): “todas las sociedades imponen, en formas diversas, normas específicas a la corporalidad de sus miembros” (p. 71). Entonces, los cuerpos embonan o no en los modelos normativos corporales que se desarrollan en las diversas sociedades y, en particular, en los grupos sociales identificados con ciertos hábitos que derivan en estilos de vida específicos. Entiende así Ramos (2008) que “los cuerpos [son] codificados según su corporalidad física y en específico sus características genitales” (p. 72). Es decir, la demarcación de lo que caracteriza el ser mujer o ser hombre se basa en determinismos biológicos asociados a los genitales y partes corporales específicas. Sin embargo, la teoría social rompe con esto al recordar que, incluso los determinismos biológicos son constructos sociales hechos por hombres de ciencia que han decidido lo que ser mujer significa y cómo esto se escenifica, es decir, qué características deben tener los cuerpos de las mujeres.

Se ha tratado de esclarecer al cuerpo como producto y productor de los factores políticos, económicos, sociales y culturales. Sin embargo, también es agente creado y agente creador de factores como la comunicación, la tecnología y la cultura digital. Byung-Chul Han

(2015; 2017) habla del medio digital como productor del *quantified self* o el yo cuantificado o datificado. Ese término hace referencia a los datos que se generan por y en las plataformas sociodigitales, las aplicaciones, los dispositivos digitales, y dice:

Al cuerpo se lo provee de sensores digitales que registran todos los datos que se refieren a la corporalidad. Quantified Self transforma el cuerpo en una pantalla de control y vigilancia. Los datos recogidos se ponen también en la red y se intercambian. El dataísmo disuelve el cuerpo en datos, lo conforma a los datos. (2015, pp. 43-44)

Y continúa este argumento en su obra *La expulsión de lo distinto* (Han, 2017), donde retoma al medio digital como agente en la creciente descorporalización del mundo, dado que:

hay cada vez menos comunicación entre cuerpos. El orden digital elimina también los cuerpos que se nos contraponen privando a las cosas de su pesadez material, su masa, su peso específico, su vida propia y su tiempo propio, y dejándolas disponibles en todo momento. (2017, p. 74).

Deborah Lupton (2016, 2017a, 2017c, 2017b, 2018a, 2018b) observa y estudia el análisis de los datos que se generan a partir de la interacción con dispositivos y aplicaciones digitales, con celulares, con computadoras, con páginas *web*, por mencionar algunos. Esto la ha llevado a definir dos conceptos: *quantified self* y el *self-tracking*. El primero, el yo cuantificado o datificado, se utiliza para designar aquellas prácticas donde los sujetos, mediante los dispositivos digitales, se auto-cuantifican. Es decir, mediante el uso de dispositivos digitales registran sus movimientos, gustos, hábitos, consumos, interacciones, entre otros, en datos. Y al *self-tracking* como el auto-seguimiento donde la vigilancia digital autoimpuesta se hace visible. El auto-seguimiento, dice Lupton (2015) se visibiliza a través de prácticas y discursos. Ambos conceptos “se refieren a la práctica de recopilar datos sobre

uno mismo de forma regular y luego registrar y analizar los datos para producir estadísticas y otros datos (como imágenes) relacionados con las funciones corporales y los hábitos cotidianos” (p. 181).

Los cuerpos, la corporalidad, lo corpóreo y la corporeización se desarrollan, califican y modifican por los modelos normativos socioculturales que, a su vez, se desarrollan, califican y modifican por el contexto en el cual se desenvuelven. Edgar Gómez-Cruz (2003) es otro autor que visualiza una sociedad cada día más tecnológica y marcada por la tecnología donde:

por un lado, existe una búsqueda lúdica de nuevos espacios de experimentación que tienen que ver con el cuerpo, el deseo, las relaciones [...], por otro, con las mismas herramientas de las que se sirve el anterior, y utilizando el mismo medio y espacio, se encuentra un intercambio de información que ayuda a adquirir mayor conciencia. (p. 94).

Al calificar a la sociedad actual como tecnológica se entiende que se configura y se ve encrucijada por las tecnologías, los dispositivos y las aplicaciones digitales. Esto, a su vez, determina, interseca y fragmenta el cuerpo. Es decir, al partir de que el cuerpo es producto y productor de lo social, éste se ve mediado y remediado por las tecnologías digitales que, cada día más, penetran la cotidianeidad.

Más adelante se mencionan más autores, según la disciplina y la perspectiva desde la que miran al cuerpo. Por último, el concepto de itinerarios corporales está a cargo de Mari Luz Esteban (2004) quien lo propone como:

Procesos vitales individuales pero que nos remiten siempre a un colectivo, que ocurre dentro de estructuras sociales concretas [...] El cuerpo es así entendido como el lugar de la vivencia, el deseo, la reflexión, la resistencia, la contestación y el cambio social, en diferentes encrucijadas económicas, políticas, sexuales, estéticas e intelectuales.

Itinerarios que deben abarcar un período de tiempo lo suficientemente amplio para que pueda observarse la diversidad de vivencias y contextos, así como evidenciar los cambios. (p. 54).

Desde la sociología, los autores que han manejado al cuerpo como construcción social son Michel Foucault (2002), Pierre Bourdieu (1993), Norbert Elias y Eric Dunning (1992), Erving Goffman (2006), Deborah Lupton (1996), David Le Breton (2002b) por mencionar algunos. Desde la antropología están, nuevamente, pero con otra perspectiva, David Le Breton (2002a), Julieta Paredes (2008), Mari Luz Esteban (2004), Elisenda Ardèvol (1994), Edgar Gómez-Cruz (Ardèvol & Gómez-Cruz, 2012), Amparo Lasén (2014), José Barbero (2001). Y los antropólogos clásicos: Erving Goffman (2009), Judith Butler (2010), Marcel Mauss (1991), Kate Millet (1995). En cambio, desde la comunicación se encuentran autores como: Marta Rizo García (2018), Jesús Galindo Cáceres (2015), Maurice Merleau-Ponty (1993), Georges Vigarello (2005), Claude Fischler (1995), entre muchos otros.

Si bien el cuerpo es planteado y analizado desde diversas perspectivas, disciplinas y autores, algo que prevalece en la mayoría de los estudios mencionados es la dimensión cultural. Es decir, la cultura actuando sobre el cuerpo, sus prácticas y resignificándolo; y, el cuerpo actuando sobre la cultura, sus prácticas y resignificándola.

El cuerpo se plantea como objeto y como sujeto de estudio; como medio, como territorio en disputa (Calderón, 2018), como biografía, como narrativa, como discurso, como ideología, como negociación, entre otros. Sin embargo, para esta investigación se considera como:

A) Un objeto y sujeto mediado y remediado por las tecnologías digitales y por las prácticas que de ellas derivan.

B) Un territorio en disputa donde se negocian modelos normativos hegemónicos y alternativos de nociones como salud y belleza.

C) Un producto y productor de discursos e ideologías que, a su vez, responden a un estilo de vida específico.

D) Resultado de elementos culturales, sociales, políticos y económicos.

E) Agente, es decir, que actúa en el medio y el medio actúa en él.

### **Cultura corporal**

En este apartado se retoma la dimensión cultural hecha cuerpo o la cultura corporal (Barbero, 2001; González-Palomares, Táboas-Pais, & Rey-Cao, 2017; Hakim, 2019; Martínez, 2004; Valenzuela & Meléndez, 2019). La denominación de cultura responde a la construcción sumada por factores sociales, políticos y económicos que deriva en prácticas, ideales, modelos normativos, normas, consumos, sujetos, maneras de ser y de hacer. Asimismo, la construcción de la cultura se da gracias a agentes humanos y a agentes no-humanos, como las máquinas, los dispositivos, las aplicaciones y las tecnologías digitales. También, se habla de cultura puesto que, a partir de ella, se construye lo normal y lo anormal; lo que produce orgullo y lo que estigmatiza, es decir, la cultura no es neutral “sino que se establece como dominante gracias a la capacidad y poder que tienen unos agentes sociales para difundirla y enseñarla, es decir, para ganar la aceptación y consentimiento de las personas” (Barbero, 2001, p. 22).

La cultura corporal, dice Barbero (2001), muestra las nuevas lecciones de anatomía “con ciertas diferencias en función del género, en torno a la forma, tamaño, tono y firmeza de culos, caderas, pechos, espalda y poco más, las zonas en torno a las cuales se articulan muchos conflictos de identidad, autoestima y poder” (p. 22). Es decir, la cultura corporal está encuadrada por los regímenes de verdad, por las disciplinas hegemónicas capaces y habilitadas para medir, imponer y calificar los cuerpos y esto, a su vez, determina la identidad de las personas. Así, existe una clara diferencia construida socioculturalmente entre los cuerpos de los hombres y de las mujeres, ante esto se imponen diferentes características sobre cómo deberían ser los cuerpos de las mujeres que son considerados atractivos, bellos o sanos. Barbero (2001) argumenta que hay numerosos agentes de la cultura corporal hegemónica que se encargan de producir y reproducir los ideales, las prácticas y los modelos normativos que la califican y definen, uno de ellos es la Educación Física y otro la medicina. En esta investigación se añade como agente a las plataformas sociodigitales, en concreto Instagram, sin dejar de mencionar los dispositivos y aplicaciones digitales que también participan. Así,



también, se considera como agente al estilo de vida *fitness*, puesto que conjuga las prácticas de la Educación Física y el conocimiento hegemónico de la Medicina.

Por lo anterior, cuando se habla de cultura corporal se describen:

- A. Cuerpos contruidos por factores sociales, políticos y económicos que están, a su vez, inmersos en un contexto cultural específico;
- B. Prácticas, ideales, modelos normativos, normas, consumos, sujetos y maneras de ser y hacer que se escenifican en cuerpos, ya sea de manera física, emocional o mental, es decir, cuerpos reconocidos por cómo se ven, cómo se sienten y cómo se piensan que derivan en prácticas, consumos, modelos normativos y estilos de vida enmarcados por la cultura;
- C. El cuerpo está intervenido por agentes no-humanos como máquinas, dispositivos, aplicaciones y tecnologías digitales, también es medido por estos agentes;
- D. El cuerpo normal y el anormal; el sano y el enfermo; el que enorgullece y el que causa estigma, responden al enmarque cultural donde se desarrollan. Así, en esta investigación el cuerpo se considera como sujeto-objeto de investigación mediado por las tecnologías y remediado por las prácticas en torno a ellas y fragmentado en inscripciones. Además, el cuerpo como sujeto-objeto se desenvuelve, mide y representa distinto dependiendo del género con el cual se identifique. Es decir, las prácticas del cuerpo como sujeto-objeto no son las mismas si se es hombre o se identifica como hombre o si se es mujer y se identifica como mujer.

#### **Aclaraciones teórico-conceptuales**

En el siguiente apartado se hacen aclaraciones teórico-conceptuales bajo la perspectiva de la fenomenología feminista que abraza la teoría del Actor-Red (Estalella & Ardévol, 2011; Lasén & Puente, 2016; Latour, 2008) que, a su vez, encuadra la investigación bajo las temáticas: jóvenes, cuerpo, subjetividades en la cultura digital y fotografía digital. Lo anterior enmarcado por el oculoctrismo (Banks, 2008) presente en las representaciones y subjetividades juveniles contemporáneas, es decir, se le da prioridad a las actuaciones digitales como: los autorretratos o *selfies*, la fotografía digital, la fotografía frente al espejo, el mostrarse a otros por medio de *Instagram*.

## Actor-red

El estudio de lo digital desde las ciencias sociales representa una discusión inacabada, incompleta y que, está constantemente rehaciéndose y resignificándose a partir de las contribuciones de numerosos autores. La complejización de la vida cotidiana debido a la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC, de ahora en adelante) —entre muchas otras razones por las cuales se ha complejizado la vida cotidiana— se refleja en todos los ámbitos de acción de las personas. Algunos ejemplos que ilustran esto son: el *home office* o trabajo en casa; la aparición de nuevos trabajos como los *influencers* (Nieto, 2018); la exacerbación del consumo (Pérez & Luque, 2018); los cuerpos entendidos como datos (Pink, Sumartojo, Lupton, & Heyes La Bond, 2017); el seguimiento de sí mismo (Little, 2017); la delgada línea entre el espacio público y privado (Lasén, 2009); las múltiples nuevas maneras de representarse en las redes o plataformas sociodigitales; la reinterpretación del ocio en los jóvenes (Lasén, 2019b), por mencionar algunos.

La variedad de escenarios que visibilizan lo anterior son, por un lado, la incorporación de las TIC a la vida cotidiana, el uso de Internet como herramienta de investigación, las plataformas sociodigitales (entendidas coloquialmente como redes sociales) como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *TikTok* cada día más interiorizadas en el actuar de los sujetos, en sus hábitos y consumos, así como la automatización de las tareas cotidianas. Y por el otro, la emergencia de integrar dichas tecnologías a la investigación de las mismas, es decir, la urgencia de una circularidad cuando se investigan las plataformas sociodigitales, las TIC, los dispositivos y las aplicaciones digitales. Dicho de otro modo, los sucesos que la cultura digital engloba son cada día más numerosos y diversos. El creciente uso de la “cultura digital” como categorización y/o categoría conceptual que permite aglutinar fenómenos ha complejizado el estudio de estos.

Por lo anterior, cuando se estudian fenómenos o sucesos de la vida cotidiana atravesados por las tecnologías digitales suelen contraerse una de dos posturas epistemológicas: la tecnofilia o la tecnofobia. Ambas configuran y determinan, en cierta medida, la investigación social y al investigador. La primera se refiere a cuando “lo digital

supone o puede suponer la solución de múltiples problemas sociales” (Lasén & Puente, 2016, p. 11). La segunda, la tecnofobia, responde a que las tecnologías digitales son “la razón del surgimiento o la agravación de otros tantos problemas” (p. 11).

Ardévol y Estalella (2011) retoman los Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología (ESCT) para referirse a lo que en inglés se denomina como: *Science and Technologies Studies* (STS). Dentro de los ESCT existen “dos líneas de indagación desde las cuales aproximarnos al análisis de la incorporación de las tecnologías digitales en las prácticas epistémicas de los científicos sociales” (p. 92). Estos dos ámbitos son los estudios de laboratorio, y el segundo es la sociología de las expectativas. En el caso de esta investigación el ámbito que atañe son los estudios de laboratorio puesto que “desmontan la idea de que las tecnologías son instrumentos que simplemente representan la realidad o meras herramientas para automatizar tareas” (Ardévol & Estalella, 2011, p. 92), en cambio, las tecnologías son agentes que interactúan en la realidad sociocultural. Así, “los estudios de laboratorio desvelan la compleja trama de participación de los dispositivos materiales en las prácticas de producción de conocimiento científico (p. 92). Es decir, los mismos investigadores interactúan cotidianamente con las tecnologías y, esto, los atraviesa de diferentes formas.

La perspectiva que aportan los estudios de laboratorio se basa en la propuesta teórica de Bruno Latour (2008): el actor-red. Esta replantea a la sociología como la ciencia de las asociaciones y no de lo social, puesto que hace “una revisión de la concepción clásica de agencia con la inclusión dentro de la agencia tanto de humanos como de elementos o entidades no humanas” (Lasén & Puente, 2016, p. 8). Latour (2008) plantea la Teoría del Actor-Red (TAR) o bien, la sociología de las traducciones para referirse al conjunto de presupuestos organizados donde los actores son tanto humanos como no humanos y, ambos tienen el mismo nivel de participación en la interacción.

La relevancia que la teoría del actor-red tiene para esta investigación recae en la comprensión del uso de la palabra “actor”. Dice Latour (2008): “usar la palabra ‘actor’ significa que nunca está claro quién y qué está actuando cuando actuamos, dado que un actor

en el escenario nunca está solo en su actuación” (p. 73). Es decir, los sujetos interactúan con los dispositivos o agentes no-humanos y, es en esta interacción, que los individuos configuran su propio ser y hacer. Dicho de otro modo, por el mismo Latour (2008), la decisión de colocar el guion entre ambos conceptos refiere a la esencialidad de ambas partes para que exista la otra. La red explica “a través de qué vehículos, qué rastros, qué sendas, qué tipos de información se está llevando el mundo al interior de esos lugares y entonces, luego de haber sido transformados allí, se bombean nuevamente hacia afuera de sus estrechas paredes (Latour, 2008, p. 258).

De este ir y venir del actor con la red y viceversa resalta la importancia de la circularidad tanto en la investigación y en el investigador, como en las prácticas epistémicas y metodológicas. Entendiendo las “circularidades, por ejemplo, entre diferentes mediaciones [...] entre los roles de sujeto y objeto [...] entre realidad y ficción, que nos permiten abordar los procesos de ritualización e hiperritualización así como la estetización de las prácticas cotidianas” (Lasén & Casado, 2014, p. 165). Es decir, la circularidad de la investigación responde, a su vez, a la propuesta epistemológica de la teoría del actor-red, pues comprende el deshacerse de las dicotomías que solían acompañar a las ciencias sociales, tales como mente-cuerpo, macro-micro, humano-no humano. En la teoría del actor-red “se plantea la disolución de las fronteras entre el dominio de lo social y el dominio natural (Tirado Serrano & Domènech, 2005, p.2). Es decir, propone una dialéctica en la investigación de la incorporación de las tecnologías digitales, de las plataformas sociodigitales y de las TIC en la vida cotidiana de las personas sin la visión tecnófoba o la tecnofílica, sino entendiendo que existe una circularidad entre los agentes humanos y los no humanos en la sociedad, y ambos participan en ésta de igual modo.

La ruptura con las fronteras entre lo social y lo natural, también, significa una reformulación de la agencia de los actores. Anteriormente se planteaba que los humanos eran quienes tenían agencia, es decir, capacidad de actuar y modificar las estructuras en el contexto de la dicotomía estructura-sujeto. Sin embargo, al eliminar las fronteras entre las dicotomías, la teoría del actor-red resignifica la agencia, renombrándola como agencia compartida. Esta significa que la “acción es mediación. [...] [es] tanto la compleja red de

mediaciones y actuaciones imbricadas donde lo humano y lo tecnológico confluyen, donde la materialidad y socialidad se constituyen en una difusa red de actuaciones interconectadas y recíprocas” (Lasén & Puente, 2016, p. 8).

El término de agencia compartida es planteado por Amparo Lasén, éste define a la capacidad de actuar como característica de los actores humanos, de los no-humanos (artefactos) y de las condiciones de comercialización de los dispositivos, aplicaciones y artefactos. La teoría del actor-red visibiliza la interrelación entre las formas de ser y hacer de los sujetos, de los artefactos que, en este caso, son las tecnologías digitales, sin obviar que “la tecnología se pone en funcionamiento en un contexto, tiempo y espacio social determinado” (Lasén & Puente, 2016, p. 8). Es decir, tanto las tecnologías como los sujetos son considerados agentes en una relación que da por resultado formas de ser, hacer, pensar.

Otro concepto que articula la teoría del actor-red, dicen Lasén y Puente (2016) es la remediación, puesto que acerca a la comprensión de la reciprocidad entre tecnología y cultura para comprender los fenómenos actuales. Así, este término fue planteado inicialmente por Bolter y Grusin (2000) como: “la representación de un medio en otro medio (...) y es una característica definitoria de los nuevos medios digitales” (p. 45). Es decir, lo digital forma parte del mundo real y lo remedia, “internet y las TIC serían medios remediadores en tanto en cuanto participan en situaciones, prácticas y relaciones que ya estaban siendo mediadas, e integran o asimilan a los medios que los precedieron” (Lasén & Puente, 2016, p. 7). Es decir, cuando algo es remediado existe una transformación que lo altera y modifica sus partes. La remediación se refiere “a los modos en los que una forma de representación mediada tecnológicamente retoma, traduce e incorpora las anteriores. Y en ese reanudar y retomar pueden cambiar las configuraciones” (Lasén, 2017, p. 7).

Asimismo, la remediación “es la extensión y multiplicación de diferentes mediaciones que obedece a un deseo de inmediatez, transparencia y autenticidad, lo mismo ocurre con los usos y prácticas digitales dentro de estas relaciones” (Lasén & Puente, 2016, p. 21). Algunos ejemplos, las personas observan rutinas de ejercicio en YouTube para posteriormente ir al gimnasio y hacerlas en ese espacio, o bien, las personas se toman

fotografías en el gimnasio para subirlas a plataformas sociodigitales como *Instagram* y esto modifica toda la práctica de ejercitarse. Es decir, la *selfie* obligada antes de ejercitarse, durante y después. La remediación se refiere “a los modos en los que una forma de representación mediada tecnológicamente retoma, traduce e incorpora las anteriores. Y en ese reanudar y retomar pueden cambiar las configuraciones” (Lasén, 2017, p. 7). Cabe aclarar que, las remediaciones están regidas por dos ejes: la hipermediación y la inmediatez, esto es:

Un entorno mediático donde unos medios son traducidos por otros medios, donde unos medios son el contenido de otros, donde unos nuevos medios toman el relevo de las mediaciones operadas por los anteriores, obligando a éstos a reposicionarse en un cambiante entorno mediático, en un ecosistema de medios y tecnologías. (Lasén, 2017, p. 7).

Dicho de otro modo, la remediación significa hacer las cosas de una manera diferente, por ejemplo, el acto de tomarse una fotografía varía mucho si es tomada con una cámara analógica, con una cámara digital o con un teléfono celular, puesto que la inmediatez de la edición, la selección y la posibilidad de movimiento sí se ven modificados. Entonces, las actuaciones se remedian con, por y gracias a las tecnologías digitales. Asimismo, Lasén (2017) señala tres sentidos posibles que adquieren las remediaciones: la primera muestra que el contenido de los viejos medios, como la televisión, la radio, se convierten en el contenido de los nuevos, por ejemplo, Netflix y Amazon Prime. La segunda, entiende a la remediación “como reanudación con ciertas prácticas donde aparecen nuevos rasgos ligados a las características de los nuevos medios y al reposicionamiento de los anteriores” (pp. 7-8). Por último, “como remedio o cura: la intención de remediar o solucionar, algo a través de las tecnologías” (pp. 7-8).

Esta investigación se ocupa del segundo sentido de la remediación, aquel donde surgen y/o se manifiestan nuevas formas de hacer y nuevas características que modifican las prácticas anteriores. Las tecnologías digitales, entendidas como plataformas sociodigitales, aplicaciones y dispositivos, son los actores que han remediado las actuaciones de los sujetos,

por ello el segundo sentido permite comprender cómo se resignifican, reconfiguran y transforman las formas anteriores en las cuales se llevaba a cabo una práctica.

Lo anterior obliga a retomar la agencia compartida, misma que “se articula sobre la base de un complejo entramado de redes de actividades, negociaciones e iniciativas que provocan distintas estrategias de resistencia, aceptación, readaptación o rechazo de los diseños originales” (Lasén & Puente, 2016, p. 8). Es decir, la agencia compartida permite entrever los ir y venir de los sujetos con los artefactos de los cuales hacen uso, así como también, las diversas formas que se configuran de resistencia ante los cambios, ante nuevas aplicaciones, nuevos aparatos electrónicos, por mencionar algunos ejemplos. Así, dicen Lasén y Puente (2016), las configuraciones al ser modificadas colectivamente por la interacción entre actores humanos y no humanos reconfiguran a “los distintos actores implicados, donde no solo están implicados usuarios y artefactos, sino también las condiciones de comercialización marcadas por fabricantes de dispositivos” (p. 8).

La remediación le atañe un papel clave a los artefactos digitales que reconfiguran las prácticas de los sujetos, es decir, las maneras de ser y hacer que solían identificarse como parte únicamente de los sujetos, y abre camino para la comprensión de las actuaciones como parte, también, de los artefactos digitales, las TIC, las tecnologías digitales y los dispositivos y aplicaciones. Es decir, existe una agencia compartida entre usuarios, artefactos y condiciones de comercialización de las empresas que elaboran productos. Dicho de otro modo, existe una responsabilidad compartida sobre las nuevas prácticas o las prácticas anteriores, pero modificadas.

Así, también, Lasén (2017) denomina a las agencias compartidas entre personas y tecnologías digitales como:

Una suerte de coreografías multimedia y multisensoriales [...donde] movimientos de unos condicionan los de los otros, [...] puesto que dichas coreografías no sólo conciernen a los usuarios y las tecnologías, sino que también están implicadas

instituciones y agentes comercializadores en cada caso, con sus respectivas normas y regulaciones. (p. 8).

La teoría del actor-red acerca al estudio de las *selfies* o autorretratos en las plataformas sociodigitales, en concreto, *Instagram*, puesto que visibiliza la remediación de la comunicación visual y de las prácticas que están inmersas en ella. Es decir, visibiliza las nuevas formas de hacer, de mirar, de fotografiarse, de representarse y de presentarse, y las comprende en el marco de la interacción cotidiana con las tecnologías digitales.

La cotidianidad y, a su vez, la remediación de la práctica fotográfica se escenifica en numerosas actuaciones, tales como: fotografiar lo que uno come; grabarse bailando o haciendo ciertos ejercicios; mirarse al espejo y tomarse una foto; posar mientras otro le toma una fotografía; el conocimiento de las poses y los mejores ángulos para mostrar ciertas partes del cuerpo; seleccionar la foto en la que uno siente que sale mejor o que, en su caso, “se ve menos peor”; subir la foto en alguna plataforma sociodigital con el debido cuidado antes de seleccionarla; escribir lo correcto para describir la fotografía aun cuando la descripción no tenga nada que ver con la foto, por mencionar algunos. A través de la generalización de las imágenes como protagonistas es que “el autorretrato ha pasado de ser una práctica minoritaria y casi exclusivamente artística [...] a generalizarse como forma de presentación y representación personal.” (Lasén, 2012, p. 1).

La teoría del actor-red da el mismo nivel de importancia y de agencia a los artefactos y a los sujetos —entendidos como sujetos capaces que actúan y sujetos sujetos— en el estudio de la cultura digital. Cabe resaltar que, para fines de esta investigación se trata como sujetos a cuatro mujeres adultas jóvenes, dado que las subjetividades juveniles contemporáneas en la cultura digital se desarrollan en la interacción entre tecnologías y cultura. Es decir, tanto las tecnologías como la cultura determinan a los sujetos, y la interacción entre tecnologías y sujetos permean la cultura; y las culturas y sujetos que intervienen en las tecnologías.



Así, la teoría del actor-red resignifica el papel que tienen las plataformas sociodigitales en la conformación de las subjetividades, significados, prácticas y estilos de vida particulares. En el caso de esta investigación atañe la participación de *Instagram* en las prácticas de las cuatro mujeres que pertenecen al estilo de vida *fitness*. Así, se pretende comprender cuáles son las prácticas específicas que las mujeres desarrollan al interactuar cotidianamente con y en *Instagram*, además de las especificidades que surgen al reconocerse como parte del estilo de vida *fitness*. Es decir, las rutinas y los significados alrededor de éstas; las características corporales que encajan con el modelo hegemónico corporal, por mencionar algunos.

En el estilo de vida *fitness* prevalece la incorporación de prácticas rutinarias y ritualizadas, es decir, alrededor del ser *fitness* existen hábitos particulares que se identifican y reconocen como “válidos” por considerarse saludables o sanos. La ritualización de esto se escenifica en las actuaciones surgidas, por ejemplo, las *selfies* antes y después de ejercitarse, las fotografías que muestran el cambio corporal antes y después de haber bajado de peso, por mencionar algunos. Entonces, el estilo de vida *fitness* se incorpora en hábitos y rutinas surgidas al interactuar con las tecnologías o los artefactos, es decir, la pose para el concurso de fisiconconstructivismo no es la misma que para las fotos que se publican en *Instagram*, a pesar de que en ambas se busca mostrar los músculos. Así, las tecnologías digitales como la fotografía, las plataformas sociodigitales, los dispositivos y las aplicaciones se convierten en agentes que remedian las prácticas de las mujeres al incorporarse en el estilo de vida.

En esta investigación se asume que *Instagram* es un espacio de interacción que, al mismo tiempo, se convierte en agente dado que interviene en la remediación de las prácticas, maneras de ser, rutinas, subjetividades y significados. Esta plataforma modifica las fotografías que las personas publican, cómo muestran sus cuerpos y lo que eso le aporta a su cotidianidad, es decir, la importancia de fotografiarlo todo. Además, se dejan ver las prácticas asumidas como naturales, normales y normativas que justifican el estilo de vida *fitness* a través de las prácticas compartidas por medio de historias o publicaciones. Considerar *Instagram* como un agente asume que en ella se desenvuelven y definen ciertos grupos sociales a partir de negar lo que no son. La red de asociaciones entre los sujetos y los

artefactos confluyen en *Instagram*, por ello se convierte en el agente donde se fija lo sano de lo enfermo, lo bello y lo feo, lo obeso y lo delgado.

El papel que tiene *Instagram* como agente en las prácticas del estilo de vida *fitness* se visibiliza por la arquitectura que está diseñada para estabilizar el contenido visualizado, por ejemplo, en la sección de búsqueda muestra contenido parecido al que suele gustarle a su usuario, también, para ver más fotografías parecidas a las que se les ha dado me gusta.

El algoritmo en *Instagram* es una herramienta, creada por sujetos empleados de empresas tecnológicas, que funciona en automático y se alimenta de los contenidos que cree que son del interés del usuario, esto se logra gracias a un proceso de clasificación del contenido. Este mecanismo digital genera y, casi, asegura que uno pasará más tiempo dentro de la plataforma sociodigital. Funciona así: si se está en la plataforma navegando e *Instagram* muestra vídeos de personas ejercitándose o bien, de cuerpos marcados y musculosos, quizá exista un deseo de ejercitarse, salir a correr o ir al gimnasio. Y, al contrario, si se observa más contenidos de comida chatarra, quizá se antoje ir a comer algo de ese giro. El algoritmo predice y se adelanta a lo que podría gustarles a las personas basándose en sus acciones pasadas, también por los datos personales, fotografías y *likes* o comentarios previos. Entonces, las narrativas de lo saludable y lo sano se modifican según lo que la plataforma permite mostrar, además de lo que cada persona sujeta consume y del contenido con el cual interactúa, propiciando la red de asociaciones.

Asimismo, el diseño y el algoritmo de *Instagram* invisibilizan partes específicas del cuerpo y según el género de la persona fotografiada, por ejemplo, reconoce si los pezones mostrados son de hombre o de mujer y los censura si son de mujeres. Además, claro, existe una constante actualización del algoritmo, la innovación de herramientas para seguir alimentándolo y para que los usuarios permanezcan más tiempo en ella que en cualquier otra plataforma sociodigital. El algoritmo de *Instagram* permea y coadyuva a que las desigualdades sexuales de los géneros permanezcan y se mantengan.

## **Subjetividades en la cultura digital**

La incorporación de las TIC en la cotidianidad de las personas implica “la configuración, el mantenimiento y la transformación” (Lasén & Puente, 2016, p. 15) de las prácticas, experiencias y subjetividades de los jóvenes. Lasén y Puente (2016) describen a las subjetividades como: “la manera en que experimentamos, pensamos y nos percibimos a nosotros y nosotras mismos, a los demás y al mundo” (p. 15). Así, al estar inmersos en un contexto sociocultural particular las subjetividades de los sujetos tienen sus especificidades, además “se ven afectados por la agencia compartida entre personas y tecnologías, y se juegan en la vida diaria, configurados por la interacción entre diferentes estrategias de identificación, modos de socialización y personalización de los sujetos” (p. 15).

Las subjetividades juveniles contemporáneas están marcadas por una constante reconfiguración y remediación, es decir, en la vida cotidiana de las jóvenes hay numerosos factores, interacciones y contenidos que transforman sus maneras de percibir a los demás, al mundo y a sí mismas. Esto se debe a la agencia compartida entre las personas, las máquinas y las grandes corporaciones o empresas globales que se dedican a comercializar contenidos, publicidad, productos y datos de los usuarios. Entonces, se entiende que las subjetividades juveniles enmarcadas en el contexto de la cultura digital se ven remediadas por los usos, las formas de apropiación en las prácticas, en los ideales y en los modelos normativos de las personas.

A recordar que “uno de los modos principales como las tecnologías digitales participan de los procesos de subjetivación es a través de la producción y almacenamiento de inscripciones” (Lasén & Puente, 2016, p. 16). Las inscripciones, explica Lasén (2019a) son:

El contenido de las plataformas digitales, motores de búsqueda y aplicaciones, y la materia con la que se producen los datos, cuya mercantilización constituye la principal fuente de lucro, o modelo de negocio, de las empresas propietarias de estas plataformas y aplicaciones digitales. (p. 2).

Entonces, las plataformas sociodigitales como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, así como las páginas web, las aplicaciones y los dispositivos digitales guardan, almacenan, comercializan y analizan las huellas o las inscripciones que los usuarios van dejando a partir de la interacción con dichas plataformas, dispositivos, aplicaciones y páginas web. Dicho de otro modo, las inscripciones son los datos que va uno dejando —sabiéndolo o sin saberlo— sobre sus gustos, prácticas, disgustos, hábitos interiorizados, pensamientos, decisiones en y por las tecnologías digitales.

Las inscripciones digitales se visibilizan en diferentes formatos: números, imágenes, texto, vídeos, sonidos. En las tecnologías digitales esos datos “revelan a los propios usuarios y a terceros, las redes de las que formamos parte, nuestras conexiones y desplazamientos, así como la presencia de seres queridos y vínculos afectivos” (Lasén, 2019a, p. 3).

Además, la inscripción revela a los propios usuarios y a terceros, los gustos que caracterizan a las personas, las prácticas que se incorporan y convierten en rutinas, así como los consumos. Y, sin embargo, permiten, al mismo tiempo, decidir qué se muestra, qué se revela y a qué se le da click para generar qué tipo de inscripciones. La teoría del actor-red propone una perspectiva de los actores como redes de asociaciones donde cada sujeto se configura por prácticas, disciplinas, intercambios y comunicaciones en las que, a su vez, “están implicados grupos, instituciones, así como el medio material y el medio mediático” (Lasén & Puente, 2016, p. 18), es decir, las inscripciones desvelan datos de las subjetividades de los usuarios, en este caso, de las jóvenes. Por lo tanto, puede hablarse de subjetividades juveniles en la cultura digital que están, a su vez, inscritas por los artefactos y por las condiciones que imponen las empresas globales o locales que son dueñas de las plataformas digitales que son utilizadas para interactuar con otros, subir fotografías o adquirir algún conocimiento.

Asimismo, las subjetividades juveniles en la cultura digital se ven condicionadas por la agencia compartida que, a su vez, participa en los “procesos de encarnación y corporeización contemporáneos” (Lasén & Puente, 2016, p. 30), esto es que “los usos, prácticas y presencias digitales también hacen cuerpos. [...] La configuración del cuerpo y sus capacidades es un proceso del que participan también los dispositivos digitales” (p. 30).

Cabe resaltar que las subjetividades, en esta investigación, se asumen como resultado de la intersubjetividad, así se considera que las subjetividades tienen generalidades y particularidades según las prácticas y significados que tienen éstas para los sujetos. Por ello, puede hablarse de subjetividades particulares según el estilo de vida con el cual se identifiquen y reconozcan las personas. Las representaciones y presentaciones de las subjetividades hechas cuerpo mediadas y remediadas por los dispositivos digitales, las aplicaciones y/o por las fotografías digitales se escenifican en numerosos fenómenos sociales. Uno de ellos, y el que ocupa en este caso es el modo de reconocimiento y diferencia que se constituye por medio de actuaciones digitales que dan forma a lo que significa ser y estar saludable, es decir, tener un cuerpo con características físicas específicas que, a su vez, visibilice los hábitos y los consumos del estilo de vida *fitness*.

### **Cuerpo mediado y remediado en y por la cultura digital**

Como se menciona anteriormente, uno de los ejes de la teoría del actor-red recae en eliminar los binarismos dicotómicos, uno de ellos es el de mente-cuerpo. Por lo tanto, se retoma la postura de Lasén y Puente (2016) de los cuerpos como actores que:

Funcionan de manera interactiva, relacional y productiva, en el cruce de perspectivas, acciones, actuaciones, reflexiones y deseos. Esa maleabilidad de los cuerpos toma forma en distintos procesos de inscripción que los movilizan, configuran, permiten conocerlos, sujetarlos y controlarlos, al menos de manera temporal e intermitente. (p. 30).

Así, en los cuerpos se visibiliza el proceso de doble inscripción, tanto en línea como fuera de línea —la famosa nueva dicotomía que estuvo muy presente en los primeros estudios sobre las tecnologías digitales: lo *online* y lo *offline*. Esta doble inscripción (Lasén & Puente, 2016) significa que, por un lado, los cuerpos se inscriben en las plataformas sociodigitales al hacerse textos, imágenes, sonidos o números. Lo anterior se debe a que los cuerpos son “presentados, representados y configurados en las pantallas” (p. 30) y esto los convierte en

datos. Y por el otro lado, se refiere a que los cuerpos se modifican y transforman debido a la relación cotidiana del cuerpo con lo digital, es decir, por la agencia compartida entre sujetos y artefactos que contribuye a “dar forma a los cuerpos a través de los hábitos, los gestos, las capacidades y habilidades, los distintos aprendizajes adquiridos por los usuarios en esa relación cuerpo a cuerpo con lo digital” (p. 31).

Los cuerpos han sido, son y, muy probablemente, serán el conducto por el cual la subjetividad se muestra a otros, es decir, todos esos ser, hacer, hábitos, consumos, prácticas y sentimientos se hacen cuerpo y, entonces, se muestran a otros. La diversificación de los ojos que miran, el consumo y las prácticas de los otros, así como la variedad de miradas, generan nuevas representaciones sociales y subjetividades sobre los modelos normativos. Es decir, el otro no es otro, sino otros. Los ojos que miran son desconocidos en la mayoría de los casos. En la sociedad del siglo XXI, caracterizada por la mediatización de lo cotidiano, fascinada por la visibilidad y por el imperio de las celebridades (Vite, 2018), por el consumismo desmedido, lo público se resignifica. No hay límites claros en la manera de pensarse ni de actuar, de lo íntimo y lo privado y, menos del consumir como práctica cotidiana y ritualizada.

Con lo digital y con la aparición de *Instagram* se ha viralizado la mirada de los otros y la presión social de ser de cierta manera, actuar y ser congruente con los ideales y modelos normativos. También, se han generalizado las subjetividades juveniles. Asimismo, las plataformas sociodigitales han significado la posibilidad de mostrarse como sea, donde sea y cuando sea, es decir, permiten que las personas ejerzan su libertad —hasta cierto punto y bajo un entendido muy limitado de libertad, si es que eso (la libertad) existe. Entonces, puede observarse que lo digital y el uso de las plataformas sociodigitales, en concreto Instagram, se han convertido en espacios donde las personas interactúan con cientos o miles de otros. Y esto, a su vez, transforma las subjetividades. Dicho de otro modo, las personas “se evalúan a sí mismos en relación con los otros. Los perfiles en las redes ayudan a construir y formar una imagen de sí mismos siempre en contexto, es decir, en relación con la visión que de ellos tienen los demás” (Morduchowicz, 2010, p. 45).

En *Instagram* todo se trata de la fotografía, de la manipulación de la luz para que se marquen los músculos o para que las facciones de la cara se vean mejor; del ángulo para que no salga la papada o para que se vea el cuerpo completo en la *selfie*. Se muestran historias donde se enseñan los regalos que le dieron a uno, lo que uno se compra, la ropa que uno se pone, los alimentos consumidos, las actividades realizadas (aun si no se realizan al final). Por ello, algunas feministas argumentan que las *selfies* “pueden reconfigurar la dinámica clásica de la mirada masculina sobre la mujer, puesto que es la propia mujer la que se retrata y elige cómo salir a los ojos de los demás” (Blanes, 2017, p. 210).

Los cuerpos están enmarcados por los modelos normativos que corresponden a los contextos donde están inmersos. Podría hablarse de subjetividades juveniles que, a partir de identificarse con las características, ideales y prácticas de un grupo se diferencian de otros grupos. En el caso de las jóvenes que pertenecen al *fitness* se encuentra que se definen a partir de no empatizar con otros grupos de jóvenes. Podría hablarse de cuerpos que importan, que son visibles y visibilizados, que dictan ideales de salud y belleza. Desde el oculo-centrismo (Banks, 2008) que:

Se refiere al aparente privilegio de la visión sobre todos los demás sentidos en la sociedad occidental contemporánea (y su progresión creciente en otros lugares). La importancia de la visión como forma de conocer el mundo se asocia con el surgimiento de la modernidad y ulteriormente la postmodernidad, debido en parte a la gran cantidad de imágenes que nos rodean en estos periodos. (p. 34).

En esta investigación se observa que el cuerpo es un sujeto y está sujetado y colonizado. Entonces, el cuerpo es de todas las marcas que se disputan por usurparlo; es de todos los alimentos que buscan poseerlo; es de todas las personas, hombres y mujeres, que opinan sobre él y lo califican; es de todos los titulares de prensa que justifican la violencia física hacia él; es de todas las dietas seguidas para alcanzar ese tipo ideal de cuerpo o por bajar esos kilos “de más” que nunca están de más; es de todas las mujeres y hombres de la

familia; es de todos los suplementos/complementos que se consumen para mejorarlo aun cuando ya es perfecto.

La cultura corporal, dice Barbero (2001), es: “el conjunto de valores, usos, saberes, creencias, normas y pautas de conducta que delimitan nuestras apreciaciones y prácticas corporales en el contexto social en que vivimos” (p. 22). Y le añade el sufijo de hegemónica, pues “no es neutra, natural ni eterna, sino que se establece como dominante gracias a la capacidad y poder que tienen unos agentes sociales para difundirla y enseñarla, es decir, para ganar la aceptación y consentimiento de las personas” (p. 22). Las tres N’s (Gail Weiss, 2014) visibilizan que la cultura corporal cae en la normativización, normalización y naturalización de impuestos socioculturales. Es decir, la cultura corporal hegemónica es una construcción social particular que se desarrolla en un espacio físico determinado por ideologías específicas. La cultura corporal hegemónica, en esta investigación, sostiene el estilo de vida *fitness*, pues “define lo que es el cuerpo y establece lo que sus miembros deben hacer con él” (p. 22). También, define el cuerpo que no es digno, los cuerpos invisibilizados.

Los cuerpos están continuamente remediándose e inscribiéndose en las tecnologías digitales que usamos para medirlos o en las plataformas sociodigitales que utilizamos para mostrarlos a otros, pero también se inscriben en las modificaciones físicas que se hacen para transformarlos, una de ellas es el *fitness*. La inscripción de los cuerpos se da cuando:

Son marcados, moldeados, diseñados, maquillados, tatuados, tanto por inscripciones físicas y materiales, como por otro tipo de inscripciones como la adquisición por repetición de gestos y disciplinas, de maneras de hacer y decir, de ser, estar y de parecer, o de posar. Ambos tipos de inscripción, las inscripciones digitales en los dispositivos y las inscripciones carnales y gestuales están íntimamente ligadas. (Lasén & Puente, 2016, p. 31).

Por lo anterior, se argumenta que la práctica *fitness* es una manera de inscribir física y materialmente los cuerpos. Sin dejar de ver que, la reconfiguración que ha tenido el estilo



de vida *fitness*, debido a la agencia compartida entre artefactos digitales y personas, ha resignificado y modificado las prácticas que la caracterizaban y, algunas de ellas, se han visto remediadas en las plataformas digitales. Algunas inscripciones que las prácticas del estilo de vida *fitness* deja en los dispositivos digitales son: fotografías del antes y el después de haber bajado de peso; kilogramos que se han bajado o subido en los últimos meses; pasos caminados; calorías oxidadas; calorías consumidas; información sobre rutinas y/o ejercicios hechos, por mencionar algunos.

De lo anterior resulta el atrevimiento de denominar cuerpo remediado en y por la cultura digital a los sucesos donde el cuerpo toma un papel significativo dentro de la agencia compartida entre sujetos y artefactos digitales. Dicha agencia compartida genera “procesos de remediación [...] que modifican las disciplinas y procesos de inscripción de los cuerpos, permitiendo en ocasiones que los cuerpos, sus hábitos y capacidades desborden los marcos de contención anteriores” (Lasén & Puente, 2016, p. 31).

Para el estilo de vida *fitness*, *Instagram* se convierte en un agente que interviene en la corporalidad de las mujeres, en las prácticas identificadas como saludables y en el consumo de productos sanos configurados por las industrias de alimentos y del cuidado del cuerpo. Además, es un actor que permite la interacción entre el mundo *online* o digital y el mundo *offline*, es decir, en el mundo *offline* se comen los alimentos, pero cuando éstos son fotografiados para publicarlos en *Instagram* existen ya en el mundo *online*. Así, puede pensarse que *Instagram* es un intermediario entre el mundo *offline* y el *online*, casi como si se constituyera un subproducto debido a la interacción con la plataforma. Dicho de otro modo, *Instagram* es un agente que remedia las prácticas, los estereotipos visuales y actitudinales, así como las formas corporales hegemónicas y la manera de representarlas.

El cuerpo está mediado por artefactos como el espejo, las fajas reductoras e incluso la ropa. Asimismo, se ve remediado por las subjetividades que rodean las prácticas del autocuidado en el estilo de vida *fitness*. Una de las bifurcaciones de las subjetividades que, a su vez, se traducen en prácticas del cuidado personal, es el amor propio. Identificado como la noción que deriva en actuaciones específicas que reflejan sentimientos positivos hacia uno mismo.

El reconocimiento del amor propio en las mujeres se identifica según ciertas prácticas, cualidades y calificaciones, es decir, hacer ejercicio y comer ciertos alimentos, tener confianza y decir lo que se desea. Esta noción actúa bajo las premisas del cuidado personal que, a su vez, se reconoce según ciertas actuaciones y consumos. Y, así, se considera en esta investigación que el amor propio se hace cuerpo. Dicho de otro modo, se admite que ciertos cuerpos con características físicas específicas son reflejo del amor propio y otros no.

### **La remediación de la fotografía en *Instagram***

Algunas de las escenificaciones del cuerpo inscrito por las tecnologías digitales, las plataformas sociodigitales, los dispositivos y las aplicaciones digitales son: las autofotos (Barry et al., 2019; Cohen, Newton-John, & Slater, 2018; Lasén, 2012); la fotografía digital (Ardèvol & Gómez-Cruz, 2012; Ardèvol & Muntañola, 2012). Así como las plataformas sociodigitales mediante las cuales pueden observarse fenómenos relacionados con la fotografía: (Archer, 2019; Fallon, 2014; Manovich, 2017; Vite, 2018). A continuación, en este apartado, se describe a grandes rasgos qué se estudia cuando se investiga *Instagram*, cómo se ha estudiado y qué aporta, en este caso, para la investigación de las subjetividades juveniles hechas cuerpo.

Elisa Serafinelli (2018) hace estudios sobre la vida cotidiana y el papel de las fotografías digitales en ella. Dice: “el enriquecimiento de las posibilidades digitales contribuye visiblemente al desarrollo de prácticas que hacen que las personas experimenten cada vez más su vida diaria a través de las pantallas de los teléfonos inteligentes” (p. 181) y añade: “en esto, el intercambio de imágenes parece convertirse en una parte integral de muchas actividades diarias” (p. 181). Es decir, la perspectiva que otorga Serafinelli (2018) de la vida cotidiana es que ésta se ve reflejada en las fotografías o en oportunidades para tomar fotografías y mostrarlas a otros a través de las redes sociodigitales, en específico, en *Instagram*.

En esta investigación, *Instagram* es la plataforma sociodigital mediante la cual se visibilizan los estereotipos visuales. Cabe resaltar que no se asume como el único espacio innovador que está, actualmente, modificando las representaciones sociales o las subjetividades que antes se instauraban a partir de los medios de comunicación como la

televisión, la revista o la prensa, sino que se buscan explorar las "nuevas maneras de construir la subjetividad y cómo influyen las tecnologías [en este caso, Instagram] en los nuevos modos de relacionarse" (Morduchowicz, 2012, p. 23) de ser y de actuar.

A sabiendas de que, como señala Masterman (2005) los medios de comunicación son prácticas significativas o sistemas simbólicos que "se ocupan de representaciones en lugar de reflejos de la realidad [...por lo tanto] la necesidad de 'leer' los medios en lugar de aceptarlos pasivamente como sustitutos de la experiencia" (p. 34) o de la verdad y la realidad; resulta pertinente considerar a *Instagram* como un soporte digital que se ve inmerso y envuelto en estos sistemas simbólicos. Es decir, en este caso, *Instagram* es la plataforma sociodigital mediante la cual se proliferan las representaciones que los medios de comunicación tradicionales instauran. También se trata de reconocer "en la capacidad de los propietarios, controladores y trabajadores de los medios de hacer pasar por 'reales' o 'naturales' lo que inevitablemente son parciales y construcciones selectivas del mundo" (p. 34). Por ello conviene preguntarse respecto a lo que se hace pasar por natural, normal o normativo (Weiss, 2014) en *Instagram*.

*Instagram* se ha vuelto uno de tantos medios que interactúa en las subjetividades y pretende intervenir en la cotidianidad de las personas, así como mediar las prácticas y remediarlas en estilo de vida fitness. Dado que "los medios también son mediadores. No presentan los hechos: los representan. Es decir, los reconstruyen para sus audiencias" (Murdochowicz, 2012, p. 84). Así, *Instagram* es un medio que reproduce contenido creado en otros medios, pero también se convierte en un medio que resiste esa imposición y la cuestiona, ya que es una plataforma donde las personas pueden publicar y opinar, siempre y cuando no interfiera con las normas comunitarias de la misma. Así, las plataformas sociodigitales, también "proponen como agenda pública ciertos temas y no otros. Naturalizan determinadas situaciones antes que otras y legitiman algunas representaciones respecto de otras" (p. 84).

En esta investigación se parte del hecho de que la "identidad se aprende y se construye socialmente [... y que] En esta construcción ocupan un lugar fundamental los medios de comunicación" (Morduchowicz, 2012, p. 18). Por ello cabe reflexionar sobre la construcción

o deconstrucción de los estereotipos o representaciones que proliferan masivamente debido a las plataformas sociodigitales. Asimismo, no deja de verse que hay cada vez más una actividad, en *Instagram*, donde se reacciona frente a los sistemas simbólicos (los medios de comunicación) que reproducen las representaciones hegemónicas sobre lo que es belleza, salud y lo que caracteriza un cuerpo “saludable”. Dicho de otro modo, la presencia en *Instagram* de fotografías de mujeres cuyos cuerpos no corresponden al modelo hegemónico de belleza y salud (cabe aclarar que estas mujeres que suben fotos mostrando sus lonjas y abogando por el amor propio, el quererse y aceptarse así; o las mujeres obesas que suben fotografías en lencería, tienen muchos seguidores y son admiradas por “valientes”) ha permeado en los medios de comunicación, en las campañas de publicidad de ropa deportiva como *Nike* o *American Eagle Outfitters* y en la apertura a mostrar modelos “reales” en campañas publicitarias.

Sin embargo, la pertinencia de preguntarse si ha sido debido a *Instagram* que la presencia aumentó o si fue por la poca efectividad que tenía la publicidad en la televisión a partir del uso masivo de las plataformas sociodigitales limita la reflexión y la discusión. Es decir, quizá *Instagram* es un soporte digital de los medios de comunicación o quizá sí permitió y abrió paso a que nuevos estereotipos se visibilizaran. Mas esta no es la discusión. Se asume que sucede en dialéctica, tanto los medios de comunicación tradicionales modifican a las plataformas sociodigitales como estas últimas alteran el contexto social.

Brianna Wilson, Silvia Knobloch-Westerwick y Melissa J. Robinson (2019) utilizan la plataforma sociodigital *Instagram* como herramienta para acercarse a la investigación de la salud. Estas autoras argumentan que a partir de la visualización selectiva de ciertas imágenes se facilita o dificulta mantener los hábitos alimenticios. Es decir, en este artículo se asume que, si una observa imágenes de alimentos *saludables*, entonces por consecuencia, los consumirá. Ellas postulan el modelo de Gestión de afectos y de auto exposición selectiva, esto significa que las personas seleccionan algunos medios para administrar sus propios conceptos y, esta exposición modifica intenciones y comportamientos de las personas. Sin embargo, el argumento principal de este artículo resulta de corte causa-efecto, es decir, limita una acción a un resultado. Observar imágenes de alimentos *saludables* no generará, en

consecuencia, consumo de alimentos saludables de parte de todos los sujetos que las observen. La exposición a ciertas imágenes sí modifica intenciones y comportamientos de las personas, pero son numerosas y variadas. Es decir, no es que ver *A* genere *B*; sino que ver *A* puede generar *B, C, D, E...* Y todas las demás letras del abecedario y todas las posibles combinaciones. Este planteamiento no considera que las plataformas sociodigitales, el algoritmo y las personas son agentes que participan, de igual modo, en las asociaciones.

Ladan Rahbari (2019) utiliza los perfiles de *Instagram* de dos mujeres iraníes dedicadas al fisicoculturismo. Este artículo es innovador en tres aspectos: 1. Estudia a las mujeres en el fisicoculturismo. Esta práctica ha sido considerada como un ámbito hipermasculinizado, donde las mujeres no son consideradas aptas o bien, no es común encontrar a una mujer practicándolo. 2. Se enfoca en las mujeres en Irán, país en el cual la lucha para participar en los deportes es generalmente difícil. 3. Por la metodología que emplea. Rahbari (2019) hace un análisis visual y textual de las publicaciones, de los comentarios en las imágenes publicadas por las dos mujeres cuyos perfiles analiza. Todo esto desde una perspectiva de género. Asimismo, dice: “en un país donde el espacio público está altamente regulado, el espacio digital ofrece una plataforma alternativa para el rendimiento corporal y la expresión de identidades” (p. 593). Así, habla sobre las percepciones de las imágenes que están rodeadas por discursos del fisicoculturismo y las relaciones de género y concluye:

El análisis tiene como objetivo discutir si / cómo el ciberespacio permite que las formas alternativas de feminidad sean visibles en público; y si las culturistas usan las redes digitales para empujar los límites de la feminidad encarnada políticamente sancionada y crear feminidades nuevas y alternativas (p. 592).

Este artículo resulta significativo debido a que, en México, a pesar de que el espacio público no está altamente regulado, el espacio digital sí ha ofrecido y se ha convertido en un espacio donde cuerpos diferentes buscan ser vistos y reconocidos. Existen algunas mujeres que utilizan *Instagram* como herramienta para darse a conocer como modelos, o bien, como

activistas del movimiento XXL. Las imágenes que se producen y reproducen en las revistas y en las cadenas televisivas, en las telenovelas, muestran cuerpos de mujeres con características específicas, es decir, suele cuidarse mucho que las modelos no tengan sobrepeso, y si llegaran a tenerlo, los papeles que desarrollan en estos medios son limitados, son tomados como burla o se les celebra por la valentía de portar y mostrar el cuerpo con el que viven y existen. Rahbari (2019) propone analizar los perfiles, en *Instagram*, de mujeres fisicoculturistas iraníes para determinar si las plataformas sociodigitales son herramientas para empujar los límites de lo permitido. Sin embargo, en este caso, *Instagram* se piensa como agente y espacio social donde se desarrollan y se visibilizan discursos, imágenes y vídeos. Es decir, no se analizan perfiles, como en un inicio se pensaba hacer, sino que se observa como un todo, de manera holística. Lo anterior significa reflexionar ante la arquitectura de la plataforma sociodigital que significa “ese mix de capa simbólica y programación” (Rossi, 2018, p. 271).

*Instagram*, también, se presenta como el medio donde se observan fenómenos como el surgimiento de términos para representar actividades físicas, estilos de vida o consumos a través del uso de *hashtags*. La investigación de Jennifer B. Webb, Erin Vinoski Thomas, Courtney B. Rogers, et al. (2019) tiene dos ejes teóricos detrás: 1. La crítica a los estereotipos del cuerpo gordo y obeso que son reproducidos en las plataformas sociodigitales y, 2. Los estudios en defensa de la aceptación de la grasa y de la obesidad que niegan el uso del término *curvy* para autoidentificarse. Sin embargo, utilizan la teoría de la conceptualización del cuerpo para demostrar que “las representaciones de los medios, en particular de las mujeres, tienden a ser pasivas y sexualizadas, a menudo tratando sus cuerpos como objetos diseñados exclusivamente para el placer de los hombres” (p. 156). Así, analizan 300 imágenes que contienen los: *#curvyfit* y *#curvyयोग*. Estos términos hacen referencia a un cuerpo curvilíneo, por ello el uso del término *curvy*. La importancia de este artículo como parte de la revisión de la literatura recae en los términos que se han inventado para hablar, caracterizar y designar atributos sobre el cuerpo de las mujeres. El término *curvy* o curvilíneo se refiere únicamente a cuerpos femeninos, se crea para caracterizar y describir un tipo de cuerpo específico que, también, puede ejercitarse.

Respecto al uso de *hashtags* con términos inventados, reproducidos y producidos, en algunas ocasiones en *Instagram*, están los estudios que analizan la etiqueta o *hashtag* más el término: *fitspiration*. Este representa una mezcla entre el *fitness* y el *inspiration*, dando como resultado una mezcla que significa: inspiración a verse bien, inspiración a la aptitud física, inspiración a hacer ejercicio, inspiración a comer *saludable* y ejercitarse, inspiración a un estilo de vida concreto: el *fitness*; o bien, inspiración a ser y estar saludable.

El concepto *fitspiration* es analizado por Tiggemann y Zaccardo (2015) desde la teoría de la comparación social propuesta por Festinger en 1954 (Tiggemann & Zaccardo, 2015). En esta propuesta se argumenta que las mujeres evalúan su propio físico comparándose con los modelos normativos de belleza y delgadez que se reproducen en los medios analógicos de comunicación. Menciona la comparación ascendente y descendente. En la primera, la comparación se da de abajo hacia arriba y, en la segunda, de arriba hacia abajo. Es decir, en la ascendente, las mujeres se comparan con imágenes ideales de cuerpos imposibles y por tanto la comparación termina en sentirse debajo de alguien que, se considera, está arriba. Este planteamiento rodea el uso del: *#Fitspiration* en *Instagram*, con éste se identifican ciertas imágenes de cuerpos de mujeres marcados y delgados, bronceados y sonrientes. La investigación de Tiggemann y Zaccardo (2015) se basa en una metodología mixta, sin embargo, dan mayor peso a la cuantitativa. Se selecciona a 130 estudiantes universitarias para que observen un conjunto de imágenes en *Instagram* para mostrar cómo la exposición a las imágenes con el *#fitspiration* provoca un aumento en el estado de ánimo negativo, así como una mayor insatisfacción corporal.

El artículo anterior resulta reduccionista puesto que somete el actuar de las personas de manera que, desde el planteamiento de la hipótesis se está controlando lo que sucederá. Es decir, los estudios son de causa-efecto. Por lo tanto, en esta investigación se considera que sí, *Instagram* es una herramienta, pero no es únicamente un espacio para que las personas vean imágenes y actúen, reaccionen o se sientan de determinada manera ante ellas, sino que es un artefacto que tiene un mecanismo específico detrás de su fabricación. Dicho de otro modo, la arquitectura que la define tiene características particulares que responden a intereses de quienes la modifican y reforman cada tanto.

*Instagram* también se asume como herramienta para visibilizar discursos y narrativas alternativas o no hegemónicas. Mariana Antelo (2017) retoma la figura de los *influencers* para mostrar el papel que tienen para configurar y expresar una “subcultura de la belleza física” (p. 9). Propone mirar las estrategias visuales, lingüísticas y de gestión a través de cuatro perfiles en *Instagram*. para la construcción de un discurso de belleza alternativo frente al hegemónico. Asimismo, hace una investigación mediante un análisis morfológico y estructural-semiológico del contenido de cuatro perfiles de *Instagram* de *influencers* de belleza alternativa alrededor del mundo. Allí resalta sus hallazgos respecto al uso de los *influencers* en *Instagram*, dado que usan “su propio cuerpo como objeto principal del discurso de belleza física alternativa a través de la fotografía e imagen en movimiento, con el fin de generar empatía con sus seguidores” (p. 20). Sin embargo, existen *influencers* que difunden y resisten ante los estereotipos hegemónicos de belleza, por ejemplo, mostrando sus pieles con estrías, celulitis y/o granos.

*Instagram* desde la visualidad se refiere a las fotografías digitales, a la manera de representarse en lo digital, en las diversas plataformas sociodigitales. Si bien, el análisis de contenido es uno de los métodos más utilizados para obtener información de los perfiles de *Instagram*, el análisis de las imágenes es otro método significativo en esta. El análisis de contenido engloba, según quién y cómo lo retome, el discurso escrito. En cambio, la visualidad en *Instagram* supone un análisis de las fotografías o las autofotos. Calvo y Maroto (2018) se enfocan en estudiar a los jóvenes y la representación que tienen de sí mismos a través del análisis de las fotos de sus perfiles. En la investigación analizan las fotografías personales, en específico las autofotos o *selfie*, de 403 perfiles de hombres y mujeres jóvenes. Para el análisis de contenido de *Instagram* utilizan técnicas cualitativas: observación directa y el diario de campo digital. A partir del análisis de las autofotos, entre las mujeres y los hombres, el estudio evidencia las diferencias de género en la ritualidad del proceso para autofotografiarse.

Kris Fallon (2014) hace un estudio cualitativo en *Instagram* sobre las autofotos o *selfies* como narrativa autobiográfica. Es decir, las autofotos se han convertido en la cara que uno muestra en línea y significan la subjetividad y la socialidad. Se pregunta lo que las



autofotos representan y lo que significan para las personas, ya que: “el impulso de compartir la *selfie* con el mundo es un gesto de transmitir el yo para que el mundo lo vea, no un cierre del yo [...] invita a un nivel de interacción entre los participantes” (p. 55). Así, a través de un análisis cualitativo propone una mirada de la autofoto como aquella imagen que comprende parte de una narrativa socialmente autorizada por uno mismo.

Sobre las autofotos o *selfies* (a partir de ahora se les llamará *selfies* a las autofotos), hay estudios sobre las mujeres que acaban de tener a sus hijos y suben fotografías a *Instagram*, pensándolas como narrativas personales. La *selfie* como narrativa es analizada también por Alexandra GeorgaKopoulou (2016) quien, desde la sociolingüística y el estudio del discurso de las identidades, la asume como pequeñas historias que aportan datos significativos sobre las personas. Las *selfies*, argumenta, representan sellos semióticos, dado que representan datos valiosos. Tras una investigación de corte cualitativo que le permite usar datos de publicaciones de *selfies* de mujeres jóvenes en *Facebook*, demuestra que estas no son reflejo del narcisismo, sino que “emergen como presentaciones del *self* contextualizadas y co-construidas, moldeadas por los medios de comunicación” (p. 301). Sin embargo, no deja de ver que la publicación de las *selfies* en las plataformas sociodigitales influye en la percepción de la belleza de uno mismo y de los demás, es decir, en la subjetividad de las personas.

La publicación de fotografías en *Instagram* está relacionada con la percepción de los otros, es decir, son muchos más ojos los que observan, opinan, critican, festejan, valoran, exigen, admiran. La resignificación es constante dado que las plataformas sociodigitales están plagadas de sistemas de valoración o puntuación. Maymone, Laughter, Dover, & Vashi (2019) hacen un recorrido histórico y conceptual sobre lo que es la belleza, la adaptación perceptiva y la necesidad de contextualizarla, así como la influencia de las plataformas sociodigitales en la apreciación de ésta. Las fotografías que uno hace de sí mismo se consideran discursos y formas de representación de modelos normativos de belleza, por tanto, “pueden conducir a una belleza perfecta irreal e inalcanzable que se busca a través de procedimientos y cirugía estética” (Maymone *et al.*, 2019, p. 1).

La *selfie* es un soporte digital que se analiza para conocer la representación de las personas, es decir, cómo se ven a sí mismas. Es un instrumento para retratarse como uno quiere ser visto por los demás, lo que desea resaltar y lo que decide que no debe ser visto. Entonces, la *selfie* es una manera de tener el control, sin embargo, contrapone lo real con lo ficticio. Es decir, se controla el fondo, la cara, la pose, los colores, pero también puede manipularse mediante aplicaciones, plataformas o programas de edición, por ejemplo, el *Photoshop* para ensombrecer el abdomen y que se marquen más los músculos; las aplicaciones como: *PhotoRetouch* que permite al usuario borrar cualquier cosa de la foto original; o *Manly* que proporciona al usuario las herramientas de edición necesarias para modificar su cuerpo en la fotografía digital, pueden aumentarse los bíceps, marcarse el abdomen, ampliar los pectorales, por mencionar algunas funciones. O bien, los filtros que han jugado un papel significativo en las intervenciones quirúrgicas y aquellas no quirúrgicas con la nueva denominación del “trastorno dismórfico de *Snapchat*”.

Blanes (2017) busca comprobar si la hipervisibilidad alcanzada a través de *Instagram* juega un papel emancipador en el caso de las mujeres *curvy* para la reivindicación del cuerpo no hegemónico. Asimismo, si existe una posibilidad de acción social en la *celebrificación* de las mujeres. Respecto a la *selfie*, dice: “se ha generalizado como forma de presentación y representación personal, que moviliza relaciones de género, encarnación y formas de hacer y habitar el cuerpo” (p. 210). En su investigación considera el cambio en la relación emisor-receptor que se ha dado a partir de las plataformas sociodigitales para analizar la modificación de los paradigmas y definiciones. Y concluye:

Este colectivo de mujeres puede hacer uso de su cuerpo de una manera diferente gracias a un empoderamiento que ha pasado de lo individual a lo colectivo en redes sociales, pero continúan dentro de las estrategias de mercado, puesto que sus publicaciones sirven a las grandes compañías para generar beneficio. (Blanes, 2017, p. 219).

El cuerpo se problematiza y se escenifica de maneras particulares en *Instagram*, es decir, se posa de cierto modo, se utiliza cierto tipo de ropa para cubrirlo o no cubrirlo; se muestran ciertas cosas, se retrata de cierta manera y se comparte con todos o solo con algunos. Las personas retratan sus hábitos y consumos en *Instagram* cotidianamente las y estos se ven reflejados en el cuerpo que tienen, por ello “el cuerpo se transforma en mercancía y pasa a ser el medio principal de producción y distribución de la sociedad de consumo” (Martínez Barreiro, 2004, p. 131). Este se presenta y representa en las fotografías, y, dice Smith (2002), las personas, desde la perspectiva del consumo, tienen tres actitudes principales hacia su cuerpo: “a) como un objeto de consumo; b) como una fuente de recompensas calculables; c) como un problema de motivación” (p. 451).

Sin embargo, la perspectiva de Smith (2002) respecto a las tres actitudes principales hacia su cuerpo resulta, en cierto grado, limitada. En el *fitness* se comprende que el cuerpo sí es un objeto de consumo, es una fuente de recompensas calculables y es un problema de motivación, pero también es un soporte para el reconocimiento social. En el contexto del *fitness*, las personas que asisten a los gimnasios pueden tener mayor conocimiento, por mirar el cuerpo (si está trabajado o no; si está delgado, si está gordo, si está flácido, si está musculoso), de la persona que acaba de entrar al gimnasio. Y esto, a su vez, genera cierto reconocimiento social. Esto último se ha expandido con las plataformas sociodigitales enfocadas en la imagen, como *Instagram*.

El análisis del significado de las representaciones del cuerpo a través de la fotografía digital publicada en *Instagram*; los atributos o los modelos normativos, recae en la cultura corporal y en las prácticas que la reproducen. Barbero (Barbero, 2001) plantea a la cultura corporal como: “el conjunto de valores, usos, saberes, creencias, normas y pautas de conducta que delimitan las apreciaciones y prácticas corporales en un determinado contexto social en el que vivimos” (p. 22). Observar la configuración y la manera de representar el cuerpo, a través de *Instagram*, permite conocer “cómo se configura una universalización estética que produce simultáneamente cuerpos legítimos y cuerpos abyectos. Esto es, qué cuerpos son visibles, qué cuerpos no son visibles y qué cuerpos son invisibles” (Galak, 2018, p. 38). A partir de la visualización de los cuerpos en *Instagram* es que puede conocerse la masificación

y la generalización de ciertos cuerpos con características y atributos específicos. Eduardo Galak (2018) realiza un análisis de imágenes de cinematografía documental en las cuales se transmiten significaciones sobre lo corporal mediante la negación. Es decir, pensar qué no es cuerpo y no es representado para, entonces, encontrar qué sí es cuerpo.

La homogeneización de los cuerpos, en *Instagram*, se ve reflejada en que hay cuerpos que son más mostrados, que tienen más “me gusta”, que tendrán más comentarios positivos que negativos, que no son sancionados. *Instagram* ha surgido como herramienta que puede democratizar (con todos los matices posibles: nivel socioeconómico, acceso a internet, posesión de un celular, por mencionar algunos de los muchos que existen) en la medida que cualquiera (que tenga celular con cámara, acceso a internet, entre otros) puede tener una cuenta, sin embargo, hay cuerpos que son admirados y cuerpos que son negados. Entonces se está ante una homogeneización de los cuerpos que se muestran porque se aceptan y admiran.

La homogeneización de los cuerpos responde a la intersubjetividad desarrollada en la vida cotidiana con y por otros. Así, *Instagram* es un agente que actúa y perpetúa las diferencias de género objetivadas en las prácticas antes de fotografiarse y que, a su vez, determinan la pose y la ropa; y en las diferencias de género digitalizadas ante qué fotografía subir y cuál recibe más *likes* y comentarios alentadores. La red de asociaciones en las que *Instagram* interviene e interactúa es cada vez mayor, así como las prácticas que se despliegan debido a ésta.

El estudio de la vida cotidiana de las mujeres refleja las construcciones complejas que se tejen en el actuar e interactuar diario donde diversos agentes intervienen. La teoría del actor-red proporciona planteamientos que coadyuvan al entendimiento de las tecnologías digitales y plataformas sociodigitales como sujetos que participan en estas construcciones complejas. Es decir, al interactuar con *Instagram* cotidianamente las mujeres incorporan prácticas y consumos específicos y es, en esa interacción, que van construyendo ciertas nociones que les permiten comprender y justificar sus propias rutinas. Así, la comprensión de la vida cotidiana al nivel del estilo de vida *fitness* muestra cómo se incorporan las prácticas y consumos identificados como saludables.

Ante la pregunta de investigación: ¿Cómo se construye la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*? El marco teórico ofrece como posible respuesta el espacio en el cual se va construyendo esta imagen del cuerpo saludable: en la vida cotidiana. Es en la habitualidad de las prácticas y su conversión a rutinas que las mujeres van construyendo la imagen y las características del cuerpo saludable, además, el actor-red permite comprender que esta construcción está permeada e intervenida por agentes que van desde las tecnologías digitales, las plataformas sociodigitales, la cámara del celular y las fotografías, hasta la familia, las parejas, las amigas, el espejo y, sobre todo, sí mismas.

Así, la fenomenología feminista permite pensar a la vida cotidiana de las mujeres como escena de las experiencias e incorporación de las prácticas saludables que las identifican como parte del estilo de vida *fitness*. En el actuar cotidiano de las mujeres es donde se desarrollan las nociones y modelos normativos naturalizados y normalizados sobre la belleza y la salud. Además, en la rutina es que se van incorporando estas nociones y van, día a día, haciéndose cuerpo. La perspectiva del feminismo en la fenomenología vislumbra las diferencias en la vida cotidiana de las mujeres por el hecho de ser mujeres, así como las experiencias y prácticas definidas por la identificación con ser mujeres. Lo anterior se corporaliza en ciertas poses, vestimentas, prácticas y consumos delimitado por el feminismo.

A continuación, se describe el diseño metodológico que aterriza lo planteado anteriormente.

#### **Capítulo IV. Diseño metodológico**

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), esta investigación se desarrolla desde una perspectiva cualitativa. Esto debido a que se busca una profundidad en el estudio desde el punto de vista de las participantes. Por lo anterior, en este apartado se describe el diseño metodológico a seguir. Cabe resaltar que la decisión de investigar cualitativamente el fenómeno del *fitness* en la cultura digital recae en la búsqueda por comprender a las mujeres implicadas, sus perspectivas, sus prácticas y sus consumos, así como, describir a nivel macro los factores económicos y sociales que permiten un desarrollo

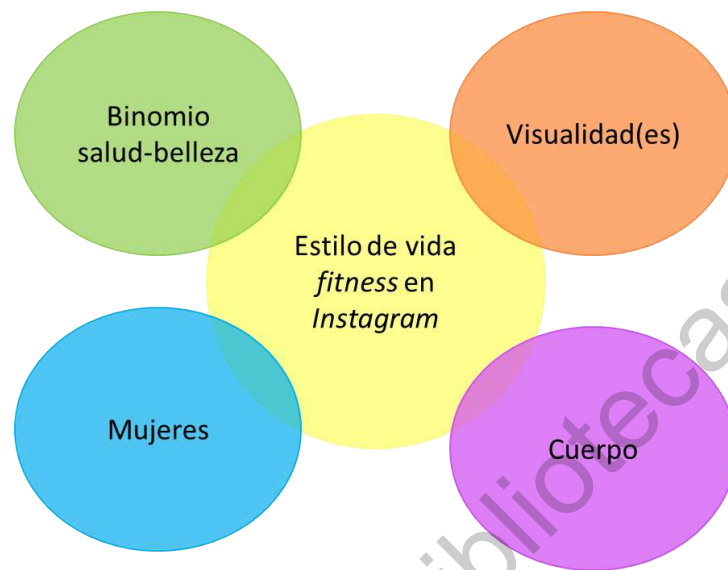
del *fitness* en diversas plataformas sociodigitales. Sin embargo, esta investigación se desarrolla en la plataforma *Instagram*, en las fotografías y, en la interacción con la vida cotidiana de las mujeres.

Este estudio es no experimental, con base en Hernández Sampieri *et al.* (2014), ya que no se pretende administrar estímulos, hacer experimentos ni intervenciones, mucho menos se trata de una investigación de corte causa-efecto. Al contrario, este diseño transeccional se define por el número de veces que se recolecta información (Hernández Sampieri *et al.*, 2014, p. 166), ya que, según la técnica, se lleva a cabo en un solo periodo de tiempo: de septiembre del 2020 a abril del 2021.

Asimismo, se trata de un diseño etnográfico puesto que busca comprender un grupo o comunidad desde la perspectiva de los actores inmersos en este. Lo anterior con el fin de generar interpretaciones, conocer los significados culturales, comprender las subjetividades y las actuaciones de los miembros del grupo. Esto pretende detallar el estilo de vida *fitness* y la representación visual-corporal a partir de las actuaciones digitales de las jóvenes en *Instagram*, considerándolas así: un grupo social. Se plantea analizar el entramado de hábitos, consumos, ideales, modelos normativos, estilos de vida y discursos que atraviesan al estilo de vida *fitness*. Aunado a la participación que tienen los agentes no humanos, en este caso, las fotografías y las maneras de representarse visualmente en *Instagram* como configuradores de tal estilo de vida.

Se presenta la siguiente visualización gráfica de un planteamiento cualitativo bajo la propuesta de Hernández Sampieri *et al.* (2014). En ésta se muestra el fenómeno central: Estilo de vida *fitness* en la cultura digital, y, alrededor de él, se exponen los conceptos vinculados que inciden en él: cuerpo, binomio salud-belleza, ser mujer y visualidad(es).

Imagen 3. Sugerencia para la visualización gráfica de un planteamiento cualitativo (Sampieri, Collado & Lucio, 2014, p. 363)



Fuente: Elaboración propia

Se le añade el sufijo: (es) a visualidad dado que se entiende que no nada más hay diversidad en las cosas para ver, sino también, hay muchos modos de ver (Berger, 1975). Asimismo, se presenta la dimensión del binomio salud-belleza pues enmarca la idealización y la contigüidad cognitiva (Segato, 2014) que afecta las nociones del binomio. Las subjetividades que las mujeres tienen y desarrollan, en este caso, refieren las prácticas, los significados y los consumos que tienen quienes llevan un estilo de vida *fitness* y, por último, el apartado del cuerpo dado que es medio y fin para este grupo social y es uno de tantos factores que diferencia la experiencia entre hombres y mujeres. Cabe aclarar que la visualización anterior únicamente contextualiza y enmarca el problema de investigación y la complejización de la realidad del estilo de vida *fitness*.

### ¿Cómo se va a responder? Diseño metodológico

A continuación, se muestra el cuadro de la correlación entre las preguntas de investigación, los objetivos y las técnicas. También, están subrayados los conceptos (en las preguntas) que empatan con los objetivos y las técnicas.

La pregunta de investigación general: “¿Cómo se construye la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*?” se descompone en varias y éstas, en categorías amplias. Así, las preguntas para las entrevistas narrativas se incrustan en esas categorías generales.

Tabla 5. Correlación entre pregunta de investigación, categorías, objetivos y las técnicas.

PREGUNTAS	UNIDADES DE ANÁLISIS	OBJETIVOS	TÉCNICAS
1. ¿Qué <u>significa</u> ser y estar saludable, en la práctica <i>fitness</i> , en términos de <u>actuaciones digitales</u> de las jóvenes? 2. ¿Cuáles y cómo son los cambios y <u>resignificaciones</u> que tienen las mujeres frente a su propio cuerpo al interactuar con <i>Instagram</i> ?	Prácticas	Describir los cambios y las resignificaciones que tienen las mujeres frente a su propio cuerpo al interactuar en <i>Instagram</i> .	Entrevista narrativa. Autoetnografía. Etnografía para el internet
3. ¿Cómo se <u>muestran</u> las mujeres <i>fitness</i> en <i>Instagram</i> ? 4. ¿Qué <u>hashtags</u> utilizan para <u>identificar</u> sus publicaciones?	Estilo de vida <i>fitness</i> .	Asimismo, conocer las representaciones de la cultura corporal hegemónica en el <i>fitness</i> , a través de las fotografías que se toman y publican en <i>Instagram</i> , así como por los <i>hashtags</i> con los que identifican sus publicaciones	Entrevista narrativa. Autoetnografía. Etnografía para el internet.
5. ¿La <u>interacción</u> en <i>Instagram</i> <u>remedia</u> la práctica <i>fitness</i> de las mujeres? 6. ¿En qué medida? ¿Es <i>Instagram</i> productor de nuevos estereotipos corporales de salud y belleza?	Prácticas	Describir las remediaciones en las prácticas específicas del estilo de vida <i>fitness</i> en el cruce con <i>Instagram</i> .	Entrevista narrativa. Autoetnografía. Etnografía para el internet.
7. ¿Qué <u>características físicas</u> deben tener sus cuerpos para considerarse <u>saludables y bellos</u> ? 8. ¿Cuál es el posicionamiento de las mujeres frente al subir o	Significados.	Conocer las representaciones corporales de lo que se considera saludable para las usuarias de <i>Instagram</i> . Asimismo, describir los posicionamientos de las	Entrevista narrativa. Autoetnografía. Etnografía para el Internet



bajar de peso visibilizado en <i>Instagram</i> ?		mujeres frente al subir de peso y las fotografías que identifican al estilo de vida <i>fitness</i> .	
9. ¿Cuáles son las <u>narrativas</u> que describen el <u>estilo de vida fitness</u> ? ¿Cómo se <u>visualizan</u> en <i>Instagram</i> ?	Estilo de vida <i>fitness</i> .	Describir las narrativas que reconocen y configuran al <i>fitness</i> como un estilo de vida.	Entrevista narrativa. Autoetnografía.

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, a continuación, la Tabla 6 que permite demostrar los conceptos derivados de las preguntas de investigación, las categorías que posibilitan la sistematización de la información y se desprenden de ellas las subcategorías. Asimismo, en la cuarta fila se encuentran las variables observables a partir de la información obtenida y, por último, las temáticas para las entrevistas narrativas

Tabla 6. Conceptos derivados de las preguntas de investigación, categorías, subcategorías, variables observables en correspondencia con las temáticas para las entrevistas narrativas.

CONCEPTOS	CATEGORÍAS	VARIABLES	TEMÁTICAS PARA LA ENTREVISTA
<i>Fitness</i> . Saludable. Subjetividades. Estilo de vida.	Significados	-Características de lo que es ser saludable, el <i>fitness</i> , y por qué lo consideran un estilo de vida: similitudes/diferencias. -Descripción escrita en las fotografías de <i>Instagram</i> .	SER SALUDABLE. IDENTIDAD CORPORAL. MUJERES.
<i>Fitness</i> . Reconocimiento y diferencia. Estereotipo. Narrativas.	Estilo de vida <i>fitness</i>	- Frecuencia de asistencia a un gimnasio; ejercicio rutinario; alimentación <i>fitter</i> (Hijos, 2017), ropa y accesorios para el deporte. - Número de fotografías en <i>Instagram</i> de las prácticas y momentos específicos de entrenamiento. -Características actitudinales del ser <i>fitness</i> descritas durante las entrevistas.	ESTILO DE VIDA <i>FITNESS</i> .
Remediación. Actuaciones digitales. Interacción.	Prácticas	- Enlistar los cambios en la práctica de ejercitarse en interacción con <i>Instagram</i> . -Enumerar las prácticas que se muestran en las fotografías. - Frecuencia de cambios en la manera de ejercitarse ante el <i>Covid 19</i> . - Descripción del cambio en las prácticas a partir del <i>Covid 19</i> .	<i>INSTAGRAM</i> . EJERCICIO EN CASA ( <i>COVID 19</i> ).

Fuente: Elaboración propia

## Descripción de la población y la muestra de estudio

La población en esta tesis son adultos jóvenes (Martín, 2005). Mientras que la muestra para las entrevistas narrativas está constituida por cuatro mujeres que, por placer o trabajo, hacen ejercicio regularmente y se identifican como *fitness* en sus perfiles de la plataforma sociodigital *Instagram* y están geográficamente establecidas en Xalapa, Veracruz; y para la etnografía para el internet (Hine, 2015) está constituida por 312 fotografías que pertenecen a los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation*, así como por las 135 fotografías analizadas del perfil de cada una de las mujeres entrevistadas.

La perspectiva teórico-metodológica sociocultural sobre la juventud considera a los jóvenes como sujetos no estáticos. El concepto de juventud tiene diversas acepciones, sin embargo, para este caso, se entiende como Bourdieu (1990) lo propone, puesto que por jóvenes entiende:

La relación en su forma más vacía. Siempre se es joven o viejo para alguien. [...] la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos. Las relaciones entre la edad social y la edad biológica son muy complejas. (p. 164).

La definición de Bourdieu (1990) permite comprender que: “la juventud es una etiqueta construida desde el poder, limita artificialmente una etapa social” (Corona & Kaltmeier, 2012). El evidenciar que, en su mayoría, todas las etiquetas que categorizan, delimitan y caracterizan grupos específicos de población son construidas desde el poder respalda los planteamientos teóricos anteriores donde se argumenta que las nociones de lo saludable, así como los estereotipos corporales son construcciones históricas y socioculturalmente desarrolladas que, responden a intereses económicos y políticos. Así, también con lo considerado bello o admitido en ciertas fotografías o en ciertas plataformas sociodigitales.

Algunos estudios sobre jóvenes en la cultura digital retoman: la creciente digitalización del ocio (Lasén, 2019b); el espacio biográfico y la cotidianidad tecnológica (Padilla, 2016); la recurrencia de los jóvenes en búsqueda de información relacionada con la salud, la dieta, la nutrición o la imagen corporal en las plataformas digitales (Goodyear, Armour & Wood, 2018), por mencionar algunos. Sin embargo, el que atañe para esta investigación se trata de las fotografías digitales; y el oculocentrismo (Banks, 2008) presente y constante reproducido gracias a *Instagram*.

Juan-Francisco Martín (2005) describe a la adolescencia como fase que termina hasta los 20 años; y sistematiza la adultez de la siguiente manera: 1) Adultos jóvenes, desde los 20 a los 39, en promedio; 2) Adultos medios, desde los 40 a los 49; 3) Adultos maduros, desde los 50 años. La jerarquía que propone Martín (2005), donde establece las tres etapas o subgrupos anteriores, se basa en criterios bio-fisiológicos, psicológicos, sociodemográficos, educativos, sanitarios y económicos. La relevancia de este estudio para la investigación es que caracteriza, de manera general, a la población adulto joven como el subgrupo de edad donde se da “la entrada en pareja, la edad de la paternidad y maternidad, [...] la consumación de la preparación educativa y profesional, [...] el acceso al mercado de trabajo en las mejores condiciones de cualificación” (párr. 26). Por lo anterior, se decide que esta investigación asuma a las participantes como parte del subgrupo adulto joven que engloba las edades de 20 a 39 años.

A partir de ahora se entiende que las sujetas o participantes de la investigación son mujeres jóvenes adultas de 20 a 39 años (Martín, 2005) cuyo capital global depende de las tecnologías digitales, es decir, que tienen un celular mediante el cual interactúan con otros a través de plataformas sociodigitales como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp* y *TikTok*. La muestra de informantes es no probabilística y se forma a partir de que las jóvenes seleccionadas poseen un perfil en *Instagram* en el que se autoidentifican como *fitness*, tienen de 17 a 32 años, viven en la misma zona geográfica (Xalapa, Veracruz), es decir, es una muestra homogénea. En este caso se investiga solo desde la plataforma sociodigital *Instagram*. Más adelante, en el apartado donde se describe la técnica de entrevistas narrativas, se ahonda en la descripción de las mujeres seleccionadas.

La relevancia teórico-metodológica de considerar a las participantes dentro de la población adulto joven recae en la madurez con la se miran a sí mismas. Es decir, se piensan y recuerdan en el pasado frente a los dolores, traumas o insatisfacciones corporales y consideran, en sus palabras, que lo han superado. Esto contribuye a contextualizar los datos recabados, pues hay preguntas retrospectivas que señalan las distintas partes de su vida.

Las cuatro mujeres seleccionadas para este estudio hacen referencia a que han “aprendido a quererse tal y como son”<sup>11</sup> ahora. Sin embargo, refieren al pasado y cómo en ese tiempo solo miraban sus defectos o faltas corporales. Así, entonces, después de sensaciones de culpa o falta para llenar estereotipos corporales instaurados por los medios tradicionales, la familia, las mujeres y los hombres con quienes han interactuado, están desarrollándose y modificando su cuerpo “desde el amor propio”<sup>12</sup>.

### **Categorías de análisis**

Las siguientes categorías de análisis: significados, estilos de vida y prácticas, (Sampieri et al., 2014) permiten una comprensión amplia de los conceptos utilizados en las preguntas de investigación. Asimismo, las categorías de análisis y, por consiguiente, los elementos observables a través de los cuales se busca dar respuesta a la pregunta de investigación. A continuación, se hace referencia a los conceptos utilizados en esta investigación y que se van a operacionalizar a partir del trabajo empírico.

A) Significados: “Son los referentes lingüísticos que utilizan los actores humanos para aludir a la vida social como definiciones, ideologías o estereotipos. Los significados van más allá de la conducta y se describen e interpretan. Los significados compartidos por un grupo son reglas y normas” (Sampieri *et al.*, 2014, p. 398).

B) Estilos de vida: “Son ajustes o conductas adaptativas que realiza un gran número de personas en una situación similar. Por ejemplo, estilos de vida adoptados por una clase social, por la ocupación de un sujeto o inclusive por sus adicciones” (Sampieri *et al.*, 2014, p. 398).

---

<sup>11</sup> Frase obtenida de las entrevistas narrativas con Debi, Mónica, Zihu y Gabriela.

<sup>12</sup> Nuevamente, ese término es resultado de la interacción en las entrevistas narrativas.

- C) Prácticas: “Es una unidad de análisis conductual que se refiere a una actividad continua, definida por los miembros de un sistema social como rutinaria. Por ejemplo, las prácticas de un profesor en el salón de clases” (Sampieri *et al.*, 2014, p. 398).

Sampieri *et al.* (2014), describen a los estilos de vida como “aquellos ajustes o conductas adaptativas que realiza un gran número de personas en una situación similar” (p. 398). En el caso del estilo de vida *fitness* lo que permite identificar a quienes lo practican son numerosas, tales como: la asistencia a un gimnasio, el ejercicio rutinario, la alimentación específica *fitter* (Hijos, 2017), ropa y accesorios para el deporte, por mencionar algunos. Asimismo, establece valores a quienes lo practican continuamente o se dedican a ello, como: la salud, la belleza, la idea de la superación personal a través de un mejoramiento del cuerpo, la musculatura como sinónimo de salud y belleza, el máximo esfuerzo y en algunos casos, asumir que “si no duele no sirve” haciendo referencia al dolor que se genera durante y después del ejercicio. Así, en esta investigación se interpretan las prácticas materializadas en el estilo de vida *fitness* determinado por los significados y modelos normativos.

### **Técnicas para la recolección de datos**

Las técnicas que dan pie a la recolección de la información son de carácter cualitativo con el propósito de conocer los significados, estilo de vida y rutinas que configuran el *fitness* como estilo de vida. Estas técnicas son dos: entrevistas narrativas (Bertaux, 1997) y la etnografía para el internet (Hine, 2015) enfocada únicamente en *Instagram*. Las dos toman como población a las mujeres, entendiendo que para la teoría del actor-red la participación de los actores humanos y de los actores no-humanos u objetos tienen la misma importancia para la interacción. Sin embargo, se recuerda y se subraya que, los actores humanos están conformados por (en términos sencillos) hombres y mujeres, y la relación que tienen los hombres con los aparatos y con los otros actores humanos es diferente al vínculo que tienen las mujeres con los aparatos y con los otros actores humanos.

En esta investigación se presume que las prácticas, como categoría de análisis, engloba al estilo de vida y a los significados, ello dado que la actividad continua y rutinaria del *fitness*, así como la pertenencia a un número grande de personas que se identifican es lo

que lo delimita como estilo de vida. Así, si bien los significados van más allá de la conducta, en este caso, sí determinan los hábitos. Es decir, los significados se materializan en modelos normativos, normas y/o reglas a seguir. Por lo anterior, la Tabla 7 resulta en la explicación operacional de las entrevistas narrativas según la categoría de análisis, la definición, las dimensiones y subdimensiones y, por último, los indicadores.

Tabla 7. Explicación operacional de las entrevistas narrativas según las categorías de análisis, su definición, la dimensión y subdimensiones y los indicadores.

Categoría de análisis	Definición operacional	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores
Prácticas	“Es una unidad de análisis conductual que se refiere a una actividad continua, definida por los miembros de un sistema social como rutinaria. Por ejemplo, las prácticas de un profesor en el salón de clases” (Sampieri <i>et al.</i> , 2014, p. 398).	Ser saludable	Hábitos	-Dieta -Ejercicio -Despertar temprano -Planear comidas -Dormir temprano
			Corporalidad	-Musculoso -Piel brillante. -Poca grasa corporal
			<i>Fitness</i>	-Ejercicio diario. -Dieta. -Cheat day.
		Estilo de vida	Ejercicio	-Edad de inicio. -Verificación de los efectos que tiene el ejercicio mediante fotos.
			Alimentación	-Estar a dieta o régimen alimenticio. -Consumo de suplemento alimenticio. -Consumo de complemento alimenticio. -Análisis de sangre antes de iniciar una dieta. -Buena relación con la comida.
			Corporalidad	-Cambiar algo de su cuerpo. -Características del cuerpo admirado. -Características del cuerpo <i>fitness</i> . -Cuerpo de las usuarias recomendadas. -Características de cuerpos con ventajas.
			Visualidad	Corporalidad

				<ul style="list-style-type: none"> <li>-Documentar cambios en el cuerpo.</li> <li>-Pensar en hacerse una cirugía estética.</li> </ul>
			Otredad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desagrado por quien no se ejercita.</li> <li>-Opinión/sensación ante personas obesas.</li> </ul>
			Narrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Superación.</li> <li>-Disciplina.</li> <li>-Cuerpo completo</li> <li>-Ropa casual</li> <li>-Ropa deportiva.</li> <li>-Haciendo ejercicio.</li> <li>-Posando.</li> <li>-Foto donde no haya pose.</li> </ul>
		Socialización mediante <i>Instagram</i> .	Interacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recomendación usuario.</li> <li>-Reacción ante un comentario negativo.</li> <li>-Reacción ante un comentario positivo.</li> <li>-Problemas con pareja o amigos/as..</li> </ul>
			Contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diferencia entre contenido en historias y publicaciones.</li> <li>-Dejar de subir fotografías por razones corporales.</li> <li>-Categorías de las 135 fotografías por perfil.</li> <li>-Borrar fotos</li> <li>-Descripción de sí mismas.</li> <li>-Publicar recetas de comida saludable.</li> <li>-Publicar rutinas de ejercicio.</li> <li>-Presencia de hashtags o etiquetas.</li> </ul>
			Género	Corporalidad
		Interacción		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Problemáticas con mujeres en el ámbito del <i>fitness</i>.</li> <li>-Amistad con mujeres en el gimnasio.</li> </ul>

			Descuido	-Ser mujer en el ámbito del <i>fitness</i> . -Características de una mujer que “se dejó”. -Frasas estereotípicas de ser mujer.
		Cambios por el Covid 19	<i>Fitness</i>	-Modificación alimentos. -Modificación ejercicio. -Modificación horario. -Modificación disciplina. -Modificación ganas. -Modificar el espacio (en casa)
			Consumo	-Comprar herramientas.
			Corporalidad	-Cambios en el cuerpo. -Bajar o subir de peso.

Fuente: Elaboración propia.

La Imagen 4 escenifica la superposición de relaciones entre los significados, el estilo de vida y las prácticas. Con los significados, el nivel uno, se van conformando las actitudes y decisiones de formar parte de un grupo o estilo de vida particular y, a través de las prácticas rutinarias se incorpora en la vida cotidiana de las personas.

Imagen 4. Prácticas materializadas en el estilo de vida *fitness* determinado por significados



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 7 se encuentran, únicamente, las prácticas como categoría de análisis, ya que, a través de éstas puede conocerse el estilo de vida y, por tanto, los significados. La



Imagen 4 busca mostrar cómo los significados contienen y determinan el estilo de vida que, a su vez, acordona ciertas prácticas y las identifica con él.

Los apartados siguientes se desarrollan, en primer lugar, con una descripción de cada técnica. En segundo lugar, se enuncian las razones por las cuales se elige. En tercero, se mencionan las herramientas para la recolección de datos. También se especifican las modificaciones de la recolección, sistematización y análisis de la información por la pandemia generada por el covid-19 y, por último, se hacen algunas aclaraciones sobre el levantamiento de los datos.

### **1. Relato de vida**

Se le llama relato de vida y no historias de vida (Bertaux, 1997) debido a que el interés principal es la narración que los sujetos hacen de sus propias vivencias, es decir, sus anécdotas. Daniel Bertaux (1997) es en quien se basa la elección de esta técnica, él propone la perspectiva etnosociológica, inspirada en la etnografía, que orienta los relatos de vida hacia los relatos de prácticas en situación. Lo que propone es darle prioridad al estudio de las actuaciones dado que éstas permiten llegar a los procesos sociales estructurales, sobre todo a la narrativa que los sujetos hacen de sus acciones rutinarias. Es decir, su propuesta es mirar lo particular del sujeto en su actuar cotidiano, y a partir de ello, llegar a lo social estructural que lo determina o configura de cierto modo.

Bertaux (1997) propone tres tipos de objeto social favorables al enfoque etnosociológico. En primer lugar, el mundo social; seguido de las categorías de situación y, en tercer lugar, la trayectoria social. El primero, dice: “se construye en torno a un tipo de actividad específica. Pero también hay ciertos mundos sociales que se desarrollan en torno a actividades no remuneradas, ya sean culturales, deportivas, asociativas” (p. 18). El segundo, las categorías de situación permiten “captar mediante qué mecanismos y qué procesos ciertos individuos han terminado encontrándose en una situación dada y cómo tratan de acomodarse a esa situación (p. 19). Y, por último, el de la trayectoria social, que aconseja Bertaux

aplicarlo en contextos particulares como una historia de familia puesto que puede ser una tarea casi imposible.

Para fines de esta investigación se trata al *fitness* como estilo de vida, a pesar de que Bertaux (2008) lo conceptualiza como mundo social, ya que ambos “constituyen en cierto modo mesocosmos de los que cada uno está constituido por numerosos microcosmos” (Bertaux, 1997, p. 18) como gimnasios, centros de spinning, centros de baile, crossfit, por mencionar algunos.

Para la muestra, propone Bertaux (1997), tomar “una serie de casos organizada de tal forma que sea posible su comparación, lo que implica a la vez similitudes y diferencias” (p. 26). Esto responde al método comparado (Marsh & Stoker, 1997, p. 145) que permite cotejar de manera sistemática casos, relativamente, similares, o bien, discordantes. Si bien, me permito aclarar que no se pretende equiparar las respuestas de las mujeres participantes y mucho menos sus vidas, sí hay semejanzas en sus actuaciones digitales, así como en los discursos que permean el estilo de vida *fitness*. Así, la entrevista narrativa para Bertaux (1997) permite conocer la variedad en las posiciones de los sujetos, es decir, de sus roles y participaciones en el mundo social; la exigencia de variación en los testimonios posibles y, por último, la diferencialidad, entendida como:

Personas situadas exactamente en el mismo escalafón pueden desempeñar su papel, ejercer su actividad de forma muy diferente porque su personalidad no tiene la misma estructura o, para adoptar el concepto elaborado por Bourdieu, no tienen el mismo hábito, en el sentido del conjunto de «esquemas de percepción, de apreciación y de acción. (Bertaux, 2008, p. 28).

Para comprender el fenómeno del *fitness* en la cultura digital, se realizan entrevistas narrativas a cuatro mujeres jóvenes que se encuentran geográficamente en Xalapa, Veracruz. El criterio para la selección de ellas es que son personas con las que se tiene relación relativamente cercana con la investigadora (conocidas en el gimnasio o porque coinciden en

gustos), es decir, es un criterio de conveniencia. Las participantes asumen la vida *fitness*, suben fotografías de sí mismas, tienen perfiles públicos en *Instagram* donde muestran vídeos o fotografías de sus cuerpos, sus rutinas de ejercicio, los platillos que comen y los momentos que pasan en el gimnasio o bien, haciendo ejercicio en su casa, asimismo, las cuatro mujeres tienen en la descripción de sus perfiles la palabra *fitness* o derivadas de ella: *fit*, o bien, la palabra *gym* y sus derivados.

Se reitera que la muestra es homogénea y por conveniencia y se lleva a cabo “el análisis temático de los relatos de vida [...] corpus de entrevistas abiertas o semicentradas” (Bertaux, 1997, p. 100) bajo los ejes temáticos: 1) Ser saludable; 2) Estilo de vida *fitness*; 3) Identidad corporal de las mujeres *fitness*; 4) *Instagram*; 5) Ejercicio en casa: *Covid 19*; 6) Vínculo con las mujeres en el *fitness*.

### **Actoras clave**

La muestra, bajo la propuesta de Hernández Sampieri *et al.* (2014) depende de la técnica. Sin embargo, de modo general se selecciona por conveniencia, puesto que está conformada por los casos disponibles a los cuales se tiene acceso. Asimismo, se considera una muestra homogénea dado que las participantes poseen un mismo perfil, o bien, características o rasgos similares. Geográficamente las jóvenes seleccionadas se encuentran viviendo en Xalapa, Veracruz. La muestra consta de cuatro mujeres, puesto que son personas con las que se tiene relación relativamente cercana, son amigas de conocidas. Las cuatro mujeres seleccionadas como informantes pertenecen a los adultos jóvenes (20-39 años).

Debi tiene 27 años; vivió toda su vida en Xalapa, Veracruz, sin embargo, a inicios del 2020 vivió en Querétaro cuatro meses. Mientras vivía en Querétaro se estaba preparando para competir en la categoría *bikini wellness*. La cuarentena resultada del *Covid 19* la obligó a volver a Xalapa. Tiene un novio con el que tiene una relación desde hace tres años, se conocieron en el ámbito del *fitness* puesto que ella hacía lucha grecorromana femenil y él ha sido entrenador en diferentes gimnasios en Xalapa. Es licenciada en derecho, no obstante, solo ha trabajado en el medio del ejercicio. Su última experiencia laboral fue en el Instituto

Nacional del Deporte. Al momento de la entrevista se encontraba desempleada, sin embargo, actualmente (junio 2021) labora en un gimnasio de Xalapa.

Mónica tiene 27 años, vive en Xalapa, Veracruz. Estudia la licenciatura en Nutrición en la Universidad Veracruzana. Su familia es originaria de la costa de Veracruz. Actualmente se dedica a la escuela y a dar asesorías personales de nutrición a personas sanas. Los primeros meses del 2020 se ejercitaba y llevaba una dieta estricta puesto que deseaba competir en fisicoculturismo, sin embargo, la cuarentena la obligó a replantearse este objetivo para el 2021. Ella utiliza *Instagram* para subir fotos de sí misma y para informar a sus seguidores, por medio de infografías, sobre nutrición.

Zihunely tiene 27 años y vive en Xalapa, Veracruz. Estudió Ciencias de la Educación, tiene una especialidad en Gestión Educativa. Se dedica al área administrativa del COBAEV (Colegio de Bachilleres del Estado de Veracruz) y a su negocio. Al momento de la entrevista, Zihu tenía un negocio a través y en *Instagram* donde vendía maquillaje, productos para maquillarse y para el cuidado personal. Entonces, tiene dos perfiles en la misma plataforma sociodigital: uno donde maneja su negocio y otro donde sube fotos de sí misma y frases espirituales y de motivación. Zihunely tuvo un problema con la tiroides y, por ello, debió operarse hace unos años. Actualmente (junio 2021) se decidió por cambiar el giro del perfil en *Instagram* de su negocio, es decir, modificó la venta de maquillaje por frases motivacionales y de reflexión y ha elegido hacer *lives* con personas, mujeres, que están en el medio de la salud mental.

Gabriela tiene 32 años, es la única madre soltera entrevistada. Su hija, Luciana, tiene tres años. La soltería de Gabriela ha sido elección suya, pues el padre de Luciana “andaba mucho de fiesta y le fue infiel”. Después de tener a Luciana, Gabriela retomó su vida *fitness*, volvió a asistir al gimnasio seis días por semana y le dedicaba dos horas a cargar pesas. Gabriela es licenciada en Administración de negocios internacionales, sin embargo, no ejerce. También, tiene estudios en cosmetología, por ello, se dedica enteramente a su negocio llamado *Renocel. Salud y belleza en cada célula*. En éste ofrece faciales y diversos tratamientos para la piel. La pandemia y el cierre de negocios no le ha afectado significativamente al negocio puesto que es un espacio sanitizado y las sesiones son

individuales y personalizadas. No obstante, durante la cuarentena comenzó la certificación de *Velo Indoor Studio* para dar clases de *spinning*. Al momento de la entrevista estaba esperando a que los gimnasios abrieran para comenzar a dar clases en el estudio que la certificó. Actualmente (junio 2021) continúa dedicándose a su negocio y volvió a entrenar en el gimnasio dos horas seguidas.

### **Entrevistas narrativas**

A sabiendas de que “cualquier experiencia de vida encierra en sí una dimensión social” (Bertaux, 1997, p. 48) se utiliza la entrevista narrativa, donde el investigador, en este caso es investigadora, y pide “a una persona, llamada a continuación «sujeto», que le cuente toda o parte de su experiencia vivida” (Bertaux, 1997, p. 9).

A través de la narración biográfica y temática la o el participante cuenta su experiencia, sus prácticas y sus sentimientos, aunque esto no significa que se desea conocer a la persona en profundidad, sino:

Trata de comprender un objeto social «en profundidad» [...] para adquirir datos de quienes han pasado una parte de su vida dentro de ese objeto social, para obtener informaciones y descripciones que, una vez analizados y reunidos, ayuden a comprender su funcionamiento y su dinámica interna. (Bertaux, 2008, p. 49)

Por lo tanto, se inicia la entrevista narrativa abierta, a las cuatro jóvenes previamente mencionadas resaltando ciertas temáticas. Según los objetivos específicos que buscan: 1. Describir las remediaciones en las prácticas específicas del *fitness* en el cruce con *Instagram*. 2. Conocer las representaciones corporales de lo que se considera saludable desarrolladas en *Instagram*. 3. Identificar los discursos *fitness* en *Instagram* que lo identifican y configuran como un estilo de vida.

A partir de lo anterior, la entrevista narrativa incluye seis ejes:

1. Significado de ser saludable, donde se les cuestiona sobre su perspectiva de la salud y del ser saludable, ejercitarse y alimentarse de cierto modo.

2. Estilo de vida *fitness* donde se invita a los jóvenes a que platiquen su historia de por qué empezaron a hacer ejercicio, así como la relación que tienen con la comida. Se les preguntará si consumen algún suplemento o complemento como proteínas, BCAA's.
3. Identidad corporal de las mujeres *fitness*, donde se interroga por las características que tienen los cuerpos que los jóvenes admiran, si desean cambiar algo de su cuerpo, también, se les pedirá que describan las características que tiene un cuerpo *fitness* y un cuerpo saludable.
4. *Instagram*. En esa sección se les cuestiona si documentan los cambios en sus cuerpos. También si publican fotografías en *Instagram* y cómo son éstas. Y, por las experiencias que han tenido con sus amigos, parejas y/o familia a raíz de la plataforma sociodigital.
5. Ejercicio en casa: *Covid 19*. En ese apartado se busca que las mujeres platiquen cuál ha sido su experiencia con el pasar de ejercitarse en un gimnasio a tener que ejercitarse en casa; si han tenido que comprar herramientas para poder hacerlo; si han tenido cambios con su cuerpo, con el ejercicio y con la alimentación, así como con las ganas de hacerlo.
6. La relación o vínculo con otras mujeres en el ámbito del *fitness*. En este apartado se les pide que cuenten alguna anécdota que hayan tenido con alguna mujer o mujeres en el gimnasio o al hacer ejercicio. También si han pensado o considerarían hacerse alguna cirugía estética o intervención no quirúrgica.

La guía de preguntas para la entrevista narrativa está determinada por las seis temáticas previamente descritas. Ésta se realiza en dos fases, ya que la primera sirve como primer acercamiento con las actoras clave y con la entrevista narrativa realizada a través de *Skype* y *Zoom*. Al terminar la primera etapa de las entrevistas se reflexiona sobre las respuestas y la poca presencia de la plataforma sociodigital *Instagram* en las respuestas de las participantes, por ello, se determina que debe haber una segunda fase de entrevistas, es decir, la primera entrevista no permitía responder a la pregunta de investigación. Por esto, en

la segunda fase, con preguntas más puntuales, se ahonda en la temática de identidad corporal en el discurso de las mujeres y en la interacción con la plataforma *Instagram*. Asimismo, se hace evidente el contexto de la cuarentena por el Covid 19 en la vida de las entrevistadas, por ello, el discurso y las descripciones que hacen de su vida se puede resumir en lo que hacían antes de la pandemia, lo que hicieron los primeros dos meses de la pandemia, lo que hicieron los siguientes cuatro o cinco meses de la pandemia y, actualmente (octubre 2020), con la nueva normalidad. Por lo anterior, la segunda fase de las entrevistas requiere de un guion con preguntas nuevas, mismo que se presenta a continuación. Las entrevistas narrativas se realizaron del 29 de septiembre al 29 de octubre del 2020.

### **Instrumento para la recolección de datos: Guion de preguntas fase 1 y fase 2**

A partir de lo anterior, se muestran los guiones de las fases de las entrevistas:

#### **PRIMERA ETAPA:**

##### **1. SIGNIFICADO DE SER SALUDABLE:**

- a. Para ti, ¿qué significa ser saludable?
- b. ¿Cómo lo muestras a otros? ¿Te has comparado con algunas personas, ya sea en positivo o en negativo? ¿Cuáles son las características de las personas con las que te has comparado?
- c. ¿Cómo describirías ser *fitness*? ¿Te consideras *fitness*?

##### **2. ESTILO DE VIDA *FITNESS*:**

- a. ¿Por qué empezaste a hacer ejercicio? ¿Recuerdas cuándo o cómo fue?
- b. ¿Cómo describirías tu relación con la comida? ¿Ahorita estás a dieta o régimen alimenticio? ¿Consumes algún suplemento/complemento alimenticio cuando te ejercitas?
- c. ¿Dirías que el *fitness* es un estilo de vida? ¿Por qué?

##### **3. IDENTIDAD CORPORAL DE LAS MUJERES *FITNESS*:**

- a. Oye y, ¿cambiarías algo de tu cuerpo? Y si sí, ¿qué?

- b. ¿Cuáles son las características físicas o cómo es el cuerpo que admiras?
  - c. ¿Cómo describirías físicamente a alguien *fitness*? ¿Cómo es físicamente el cuerpo de alguien que se dedica al *fitness*?
  - d. ¿Qué sientes cuando has llegado a bajar o subir de peso? ¿Puedes contarme alguna anécdota? La que más recuerdes.
4. **INSTAGRAM:**
- a. ¿Sueles documentar con fotografías los cambios en tu cuerpo?
  - b. ¿Publicas esas fotografías en *Instagram*?
  - c. ¿Publicas fotografías o vídeos en *Instagram* o en otra plataforma sociodigital donde muestres las rutinas que haces, lo que comes o los cambios en tu cuerpo?
  - d. ¿Te ha afectado, para bien o para mal, algún comentario en *Instagram* hacia ti o tus fotos? ¿Puedes darme un ejemplo de cada una?
  - e. ¿Has tenido algún problema con tu pareja o amigos/as por lo que subes a *Instagram*?
5. **EJERCITARSE EN CASA: COVID 19**
- a. ¿Cuál ha sido tu experiencia con el pasar de ejercitarte en un gimnasio a tener que ejercitarte en casa?
  - b. ¿Has comprado herramientas para poder hacerlo?
  - c. ¿Has experimentado cambios en tu cuerpo, con el ejercicio y con la alimentación, así como con las ganas de ejercitarse?
  - d. ¿Te gustaría contarme alguna anécdota respecto a bajar, subir de peso, ejercitarte o alimentarte? La anécdota que para ti sea más significativa.
6. **MUJERES**
- a. ¿Cuál ha sido tu experiencia con otras mujeres en el ámbito del ejercicio?
  - b. ¿Has pensado en hacerte alguna cirugía estética o intervención no quirúrgica?
  - c. ¿Podrías contarme alguna anécdota que hayas tenido con alguna mujer en el gimnasio o al hacer ejercicio?

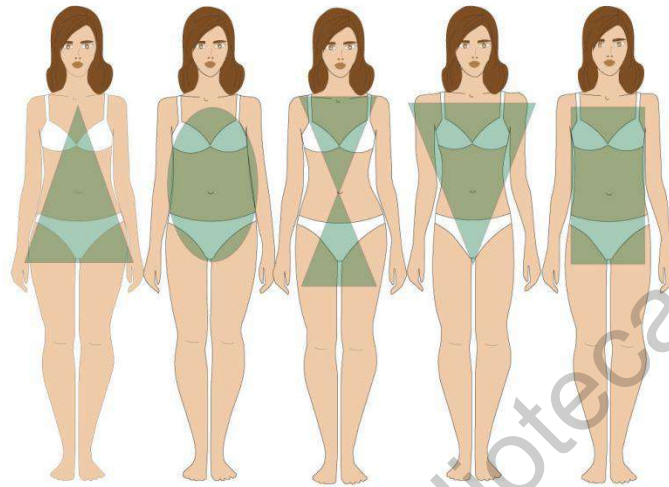
**SEGUNDA ETAPA:** Objetivo: ahondar en la plataforma sociodigital y en la identidad corporal *fitness*.

1. **INSTAGRAM.**



- 1.1. ¿Por qué utilizas *Instagram*?
  - 1.2. ¿Me puedes recomendar algún usuario en *Instagram*?
  - 1.3. ¿Cómo verificas que tus entrenamientos tienen efectos?
  - 1.4. Ahondar en si hay diferencia entre el contenido que sube a historias y publicaciones en *Instagram*.
  - 1.5. ¿Cómo decides qué foto subir?
  - 1.6. Para Mónica: Me di cuenta de que dejaste de subir contenido en tu perfil desde noviembre del 2019 y lo retomaste en marzo de este año, ¿por qué fue? ¿puedes contármelo?
  - 1.7. Preguntarle cómo utiliza *Instagram*: si tuvieras que dejar de usarlo, ¿lo harías? ¿por qué sí lo harías y por qué no?
2. IDENTIDAD CORPORAL:
- 2.1. ¿Por qué decidiste hacer una dieta? (dependiendo que respondan les pregunto si ¿es basado en estudios de sangre o análisis? O bien, ¿si es solo por cómo se ven y se sienten?
  - 2.2. ¿Crees que hay algunos cuerpos que tienen mayores ventajas que otros?
  - 2.3. ¿Cuáles son las características físicas de éstos?
  - 2.4. ¿Conoces la categorización de los cuerpos de las mujeres: manzana, triángulo, triángulo invertido?
  - 2.5. Para Debi: La última entrevista mencionaste que “te habías dejado”, ¿podrías describirme cómo es eso?
  - 2.6. ¿Cómo se ve alguien que “se dejó”?
  - 2.7. ¿Cuáles serían las prácticas de alguien, según tu consideración, que se abandonó o que se dejó?
  - 2.8. ¿Qué opinas de la gente que no se ejercita? (reforzar idea de sí mismas)
  - 2.9. ¿Qué sientes cuando ves a alguien obeso?
3. ¿Puedo mostrarte una imagen y tú me dices con qué cuerpo te identificas?

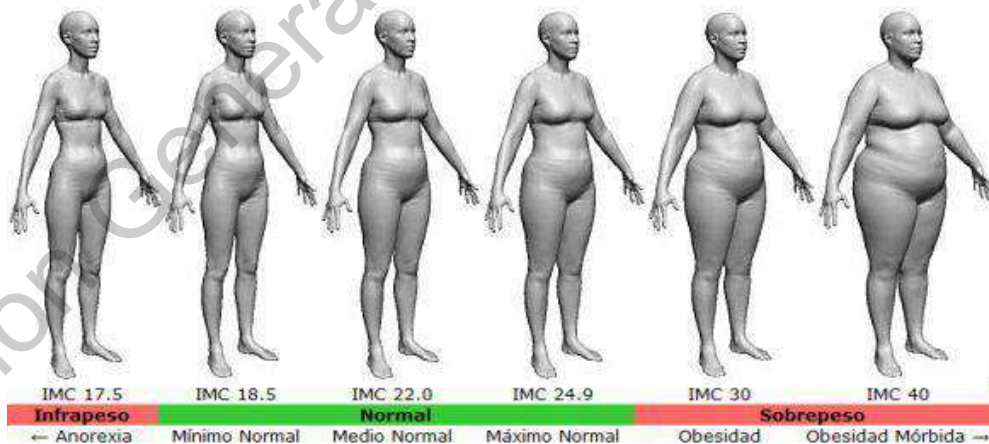
Imagen 5. Imagen mostrada durante la segunda fase de las entrevistas para preguntar con qué forma de cuerpo se identifica cada mujer.



Fuente: Obtenida de Google Imágenes en el link <https://redpersonalshoppers.com/tipos-de-cuerpos/>

3.1. Por último, ¿puedo mostrarte otra imagen y me dices en qué nivel te identificas actualmente?

Imagen 6. Imagen mostrada durante la segunda fase de las entrevistas para preguntar con qué porcentaje de Masa Corporal se identifica cada mujer.



Fuente: Obtenida de Google Imágenes en el link: <https://www.scientificpsychic.com/fitness/dieta-para-controlar-el-peso.html>

### **¿Cómo se modificó el análisis a partir del confinamiento? Una reflexión técnica**

La realidad o, dicho de otro modo, “la nueva normalidad” que surge a partir de la crisis pandémica a causa del *Covid 19* genera un cambio en lo que en un inicio se planteaba como entrevista narrativa presencial. Por lo anterior, se decide llevarlas a cabo a través de una plataforma que permita la interacción por medio de vídeo, texto y voz. Es decir, las herramientas consideradas en un inicio fueron *Skype* y *Zoom*, ambos son *software* contenidos en los denominados Voz sobre Protocolo de Internet o Voz por Protocolo de Internet (VoIP), los cuales se configuran a partir de varias características de la web 2.0, principalmente en los recursos multimedia y la comunicación instantánea.

Los VoIP “permiten la comunicación sincrónica, incluido el sonido y el video, con la opción de usar también texto escrito” (Lo Iacono, Symonds y Brown, 2016, párr. 1.4), es decir, posibilitan la comunicación instantánea o inmediata con personas que se encuentran en diferentes ciudades, en este caso las participantes se encuentran en Xalapa y la que aplica la entrevista narrativa en la Ciudad de México, así como la posibilidad de activar/desactivar la cámara del objeto que estén utilizando, esto deja observar los gestos que tanto la entrevistada como quien realiza entrevista hace. Asimismo, estos *softwares* implican desafíos éticos y desventajas (Lo Iacono, Symonds y Brown, 2016) que deben mostrarse de manera transparente.

Una de las muchas enseñanzas que deja, a nivel colectivo, la situación de la pandemia *Covid 19* es la importancia que tiene la conectividad a Internet para asistir a reuniones, juntas y/o clases a distancia. Es decir, en un escenario donde se vuelve imposible compartir un café cara a cara, o bien, tomar clase en un salón que contenga más de 15 personas, estos *softwares* representan una manera de enfrentar esto. Asimismo, la conectividad a Internet deja ver, también, las desigualdades en el acceso y en la conexión a éste —no se ahonda en este tópico puesto que esta investigación no se enfoca en este ámbito, pero es importante mencionarlo. Sin embargo, en este caso las personas entrevistadas cuentan con conexión a Internet, una computadora y un celular o *smartphone*.

Existen similitudes y diferencias entre *Skype* y *Zoom*. Sin embargo, la primera, según Lo Iacono, Symonds y Brown (2016) por el estado del arte que realizan sobre investigaciones que han utilizado la herramienta para hacer investigación cualitativa, determinan sus ventajas. En el caso de las entrevistas, *Skype* contribuye a la cercanía entre el entrevistador y el entrevistado, esto posibilita la interacción con personas que se encuentren en ciudades o países diferentes. Asimismo, queda a elección de los entrevistados el lugar en el cual decidan responder al llamado de la entrevista, es decir, pueden escoger el sitio donde se sientan más cómodos. Esto favorece al ritmo de la conversación, puesto que los hace sentir comfortable y en control. Por último, la importancia de los objetos que tengan a la mano los entrevistados para ilustrar lo que relatan, por ejemplo, pueden mostrar una fotografía en *Instagram* o su perfil frente a la cámara, los objetos que utilizan para ejercitarse en casa, o cualquier otro recuerdo que indique una mención previa.

La segunda, *Zoom*, es un *software* que debe su uso y popularidad a la pandemia del *Covid 19*. Asimismo, a la viralización de noticias que la muestran como poco segura o falta a la privacidad (El Imparcial, 2020; ABC, 2020; Infobae, 2020; El País, 2020). Esta herramienta pasó de tener 10 millones de usuarios activos en 2019, a más de 300 millones, a finales de abril (Statista, 2020; The Verge, 2020). Existen investigaciones enfocadas en la manera y las razones por las cuales las videollamadas o llamadas en *Zoom* fatigan o cansan a las personas (Wiederhold, 2020; Gray, Wong-Wylie, Rempel & Cook, 2020), sin embargo, a la fecha no se encontraron artículos donde se analice *Zoom* como herramienta para la investigación cualitativa.

Por las diferencias mínimas entre *Skype* y *Zoom* como instrumentos para llevar a cabo las entrevistas narrativas a las cuatro mujeres seleccionadas, se decide darles la opción de elegir entre cualquiera de ellas. Para contactar con ellas se utiliza la misma plataforma (*Instagram*), estudiada en esta investigación, en interacción con las mujeres. Tres de las cuatro mujeres han preferido que la entrevista se realice vía *Zoom*, la restante prefiere *Skype*.

La que da inicio al ciclo de entrevistas narrativas se llama: Debi y su usuario en *Instagram* es: @sisoydebi. Posteriormente: Mónica, cuyo usuario es: @momurrieta; la tercera: Gabriela Reyes, su usuario es: @gabbrielareyes; y, por último, Zihunely cuyo

usuario es @ziihu. Si bien, todas se encuentran en el rango de edad de 20 a 39 años, es decir, pertenecen al subgrupo: adulto joven, tienen diferentes actividades en su vida cotidiana, sus estados civiles varían y tienen diversas profesiones como anteriormente se especifica en el apartado “Relatos de vida”, en específico, en el de “actoras clave”. Ello aporta riqueza y variedad a la investigación.

Durante las entrevistas narrativas se observa que, en la mayoría de las ocasiones, las mujeres responden varias preguntas cuando solo se les hace un cuestionamiento, es decir, en una misma intervención responden varias interrogantes. Lo anterior es notorio, principalmente, en la temática del Covid 19, es decir, la temática del Covid 19 y el confinamiento está presente a lo largo de las entrevistas, la primera y la segunda fase. Se considera que esto se debe a las fechas en las que se realizaron las entrevistas y al suceso histórico sin precedentes que se vivió a partir de marzo del 2020.

#### **Aclaraciones sobre el levantamiento y la sistematización de la información**

En este apartado se enuncian las estrategias llevadas a cabo durante el levantamiento de la información. En primer lugar, se describen los pasos que se llevan a cabo durante las entrevistas narrativas, posteriormente se enlistan las tres experiencias iniciales durante la primera fase de las reuniones. En segundo lugar, se especifican las razones por las cuales se decide realizar una segunda fase de las entrevistas narrativas y se narran las experiencias durante la segunda fase.

Todas las entrevistas iniciaron con un agradecimiento por parte de la investigadora donde se recalca que sus datos son valiosos y, por lo tanto, son tratados de manera confidencial. También, se les menciona que la entrevista es grabada y que se les compartirá, en cuanto se termine, la tesis. Esto en caso de que alguna desee leerla. Asimismo, se les platicó sobre la temática principal de la entrevista narrativa y se puntualiza la importancia de las anécdotas a lo largo de la plática.

Durante la primera entrevista a Debi se presentaron problemas de conexión y esto ocasiona que se ralentece la voz de la participante. A su vez, esto provoca que en cinco momentos, y sin tener la intención, la entrevistadora interrumpiera a Debi puesto que no llega

en tiempo real lo que ella está narrando. La entrevista se lleva a cabo en *Skype*, el 11 de agosto, y tiene una duración de 54 minutos.

La segunda entrevistada fue Mónica, con ella el primer acercamiento que se tuvo fue en *Instagram*, recomendada por Debi. El contacto se hizo vía *Instagram* como con todas las demás participantes. La sesión se lleva a cabo el 08 de septiembre del 2020, vía *Zoom* y, la entrevista dura 1 hora con 8 minutos, dado que, menciona: “me encantó la experiencia, de verdad, cuando quieras volvemos a platicar porque me gustó mucho. Ahora así platico y me tomo mis cafecitos con mis amigas”, ante esto la investigadora le agradece y confirma que quizá deban reunirse en otra ocasión.

Gabriela, tras complicaciones y seis cambios de cita, se concretó la entrevista el 9 de septiembre del 2020, vía *Zoom*, a las 19:53 horas. Las ocupaciones y los horarios de Gabriela están muy medidos, por lo que el espacio en el que se encontraba cuando se realiza la reunión fue el estudio *Velo Indoor* en el que se certificó y, ahora, trabaja dando clases de *spinning*. Ella menciona que está sudada y apenas salió de una clase prueba. Incluso se disculpa por estar despeinada y “en fachas”. Se le reitera que no hay problema con eso y se le agradece el tiempo que hizo para tener la cita.

Una constante en los tres diálogos realizados durante la primera etapa de las entrevistas narrativas es la falla en la conexión de internet; surge la necesidad, por parte de la investigadora, de apagar y prender cámara para mejorar la comunicación; la interrupción de la investigadora hacia ellas y de ellas hacia la investigadora por la relantización del audio. Sin embargo, se sobrellevan estos problemas y se logra la grabación de las reuniones.

Otras situaciones a las cuales se enfrenta la investigadora debido a la pandemia es que, tras realizar las transcripciones de los tres diálogos, Pedro Flores-Crespo<sup>13</sup> hace comentarios respecto a la falta de presencia de *Instagram*, aunado a lo que la investigadora considera, se añaden preguntas para una segunda fase de las entrevistas donde se busca hacer hincapié en las temáticas: *Instagram* e Identidad corporal en las mujeres *fitness*. A raíz de

---

<sup>13</sup> Director de tesis.

esto se decide continuar con el análisis de los perfiles de *Instagram* por si hay alguna pregunta particular que se desee hacer a las mujeres, ello previo a la segunda fase. Entonces, la realización de las técnicas entrevista narrativa y etnografía para el internet se realiza de manera paralela y bajo el siguiente orden:

1. Primera fase (Del 11 de agosto al 9 de septiembre del 2020): Debi, Mónica y Gabriela son entrevistadas.
2. Transcripciones enviadas a Pedro Flores-Crespo, director de esta tesis, quien hizo anotaciones y con ello, se decide por una segunda fase de las entrevistas.
3. Sistematización en excel de los cuatro perfiles en *Instagram* y capturas de pantalla de los perfiles. (El 21 de septiembre del 2020).
4. Segunda fase (Del 24 de septiembre al 14 de octubre del 2020) : Debi, Mónica, Zihu (primera y segunda fase se conjuntan) y Gabriela son entrevistadas.
5. Sistematización de 135 fotos por perfil, en total: 540 fotografías.
6. Frecuencia de los *hashtags* o etiquetas utilizadas en cada fotografía y cada perfil.
7. Elección de los tres *hashtags* que más utilicen las cuatro mujeres en sus fotografías y donde, al menos, tres de las cuatro mujeres identifiquen.
8. Sistematización de 104 fotos por *hashtag*, en total: 312 fotografías (El 21 de octubre del 2020 de las 15 horas el *#fitnessmotivation*; a las 17:30 el *#gym* y a las 18:30 el *#fitness*).
9. Frecuencia del sexo de las personas que salen en las fotografías identificadas con los tres *hashtags* seleccionados (El 22 de octubre del 2020).
10. Transcripción de las entrevistas de la segunda fase (Del 16 al 22 de noviembre del 2020).

A continuación, la Tabla 8 muestra los datos de la primera y, en la Tabla 10, la segunda fase de las entrevistas narrativas con la especificación del día en el que se lleva a cabo la reunión, la duración de ésta, la hora de inicio y el espacio en donde las mujeres

deciden estar durante la cita. Asimismo, se dejan espacios vacíos en las entrevistas de Zihu, por falta de disponibilidad de la participante, el diálogo tuvo que hacerse en una sola sesión.

Tabla 8. Primera fase de las entrevistas narrativas

Primera fase entrevistas narrativas				
Usuaría	Día	Duración	Hora de inicio	Espacio donde ella decide estar durante la cita
Debi	11/08/2020	54 min.	18:50	Acostada en la cama de su cuarto
Mónica	08/09/2020	1:08 hora	15:45	Sentada y detrás de ella hay un fondo blanco
Gaby	09/09/2020	55 min.	19:53	Estudio de spinning ( <i>velo indoor studio</i> )
Zihu				

Fuente: Elaboración propia

La primera fase de las entrevistas se lleva a cabo durante el mes de agosto y principios de septiembre. Asimismo, cabe aclarar que mientras Zihu posponía las citas, se decide hacer el análisis de los perfiles de *Instagram* de las cuatro mujeres participantes para economizar el tiempo. Esto aporta información para, en el segundo guión de las entrevistas, añadir preguntas específicas para Mónica y Debi que buscan conocer a qué se refieren cuando, en la primera sesión, mencionan: “algunos cuerpos tienen mayores ventajas que otros” y “el tercer y cuarto mes de la cuarentena me dejé”, respectivamente.

A continuación se muestran las capturas de pantalla de los cuatro perfiles de *Instagram*:

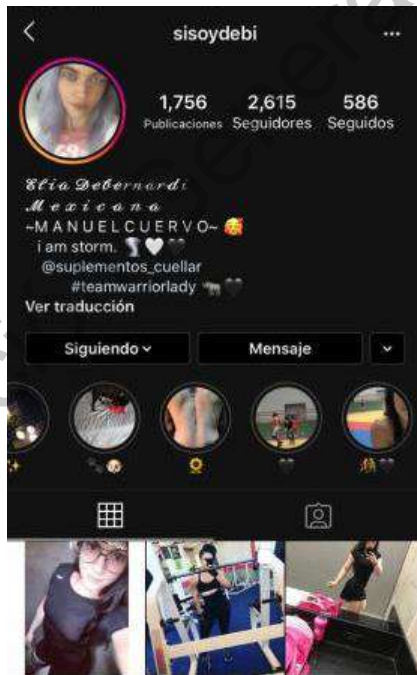


Imagen 7. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @ziihu al 23/09/2020



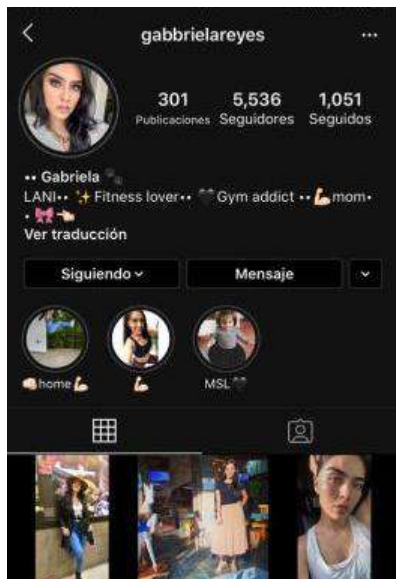
Fuente: Captura de pantalla de *Instagram*

Imagen 8. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @sisoydebi al 23/09/2020



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram*

Imagen 9. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @gabrielareyes al 23/09/2020



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram*

Imagen 10. Captura de pantalla desde el celular del perfil de @momurrieta al 23/09/2020



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram*

Además se muestra, en la Tabla 9, la matriz para el llenado de la información de los cuatro perfiles: 1) nombre de la participante; 2) usuario; 3) número de publicaciones al 23 de septiembre del 2020; 4) número de seguidores; 5) número de seguidos; 6) descripción de su perfil al 23 de septiembre del 2020; 7) descripción y enumeración de las historias destacadas; 8) temática o giro del contenido que generan en *Instagram*; 9) la sistematización de los hashtags por fotografía; 10) la categorización de las fotos desde el primero de marzo (para observar el cambio antes de la pandemia, durante y después de la apertura de gimnasios en Xalapa); y 11) La cantidad de fotos publicadas desde el 1 de marzo hasta el 23 de septiembre 2020.

Tabla 9. Matriz de los cuatro perfiles en *Instagram*

Nombre	Debi	Mónica	Gabriela	Zihu
Usuario	sisoyDebi	momurrieta	gabrielareyes	ziihu
Número de publicaciones	1756	229	301	273
Número de seguidores	2615	806	5536	2330
Número de seguidos	586	806	1051	998
Descripción del perfil	Debi Debernardi. Mexicana. MANUEL CUERVO. I am storm. @suplementos_cuellar. #teamwarriorlady	" Le petit mort. Nutricionista. CS Nutrición UV. Flag Ball UV. Gym lov. Since 1902. www.facebook.com/MoFitNutricion	"Gabriela. LANI. <i>Fitness</i> Lover. Gym addict. Mom"	Zihu Agubra. Bloguero. Creadora de: @cositasxalapa. "Una forma de pensar diferente a ti". Xalapeña. GYM.
Descripción y enumeración de las historias destacadas	1. Emoji de corazón. 2. Querétaro. 3. Emoji de oso. 4. #teamcuervo. 5. #amordelbueno. 6. Emoji de puño y persona levantando pesas. 7. Emoji de brillitos. 8. Emojis de patitas y un perro. 9. Emoji de girasol. 10. Emoji de corazón negro. 11. Emoji de elucha y corazón negro.	1. IDEAS. 2. TIKTOK. 3.WORKOUT.4. GYM. 5. ¿KETO?. 6. WORK. 7.TATTOO	1. Home; 2. Emoji de brazo musculoso; 3. MSL	1. Sobrinos. 2. Pomerania. 3. Hipotiroidismo. 4. Gym. 5. Selfie.

Temática o giro del contenido que generan	<i>Fitness, selfies.</i>	Nutrición, <i>fitness</i> , cambios corporales	<i>Fitness</i> , maternidad y moda.	<i>Fitness</i> , belleza y frases motivacionales.
Sistematización de los hashtags por fotografías				
Categorización de las fotos desde el primero de marzo				
Cantidad de fotos publicadas desde el 1 de marzo hasta el 23 de septiembre 2020.	78 publicaciones	24 publicaciones	116 publicaciones	135 publicaciones

Fuente: Elaboración propia

La descripción que las mujeres deciden escribir en su perfil arroja datos sobre la percepción que tienen de sí mismas y lo que desean mostrar a quienes visitan su perfil en *Instagram*. La enumeración de historias destacadas responde a las historias que cada mujer decide hacer permanente en su perfil, es decir, aquellas fotografías o vídeos que desaparecerían al cabo de 24 horas son seleccionadas para que permanezcan en el perfil.

En la última parte de la matriz se contabilizan las publicaciones desde el 1 de marzo hasta el 23 de septiembre permite plantear la cantidad de fotografías que se categorizan, es decir, las 135 fotos por perfil. La elección de ello recae en la cantidad máxima de fotografías que una de ellas ha publicado desde el primero de marzo del 2020. La decisión de tomar como inicio del análisis de las 135 fotografías el primero de marzo responde a que posibilita observar el contenido que generaban las cuatro mujeres en *Instagram* antes de que se anunciara el cierre masivo de gimnasios y la necesidad de estar en cuarentena. Es decir, se busca mostrar la diferencia en el contenido, si es que la hay, antes del covid y durante el covid.

El análisis de los cuatro perfiles está enmarcado por las siguientes fechas clave:

- 1) El 16 de marzo del 2020 día que se anuncia, oficialmente, la implementación de la sana distancia como medida preventiva en México y anuncian restricciones a bares, gimnasios, ferias y restaurantes en Xalapa.
- 2) El 30 de marzo se declara emergencia sanitaria y las medidas de seguridad se endurecen en todo el país<sup>14</sup>. El 02 de abril del 2020 el ayuntamiento de Xalapa ordena el cierre de actividades recreativas<sup>15</sup>.
- 3) El 4 de junio del 2020 se realiza una protesta para exigir que permitan la apertura de los gimnasios y centros deportivos en Xalapa<sup>16</sup>
- 4) El 10 de septiembre del 2020 abren gimnasios en xalapa al 25%<sup>17</sup>.

La segunda fase de las entrevistas engloba la entrevista completa con Zihu, ya que los tiempos coincidieron y se le pudieron hacer las preguntas del primer guión y las que posteriormente se añadieron, por lo anterior la entrevista con ella dura una hora y veintidos minutos. A pesar de los contratiempos y de que la investigadora debe ajustarse a los tiempos de las participantes, se respeta, casi, el mismo orden en el que se llevó a cabo la primera etapa: primero Debi, luego se realiza la reunión con Zihu, ya que tuvo un tiempo libre disponible y se aprovechó. En tercer lugar, Mónica y en cuarto, Gabriela.

La segunda fase de las entrevistas narrativas recae bajo las dos temáticas previamente señaladas, así como en algunas preguntas que buscan reforzar la idea que tienen las cuatro mujeres sobre sí mismas, por ejemplo: ¿Qué opinas de la gente que no se ejercita? Y ¿Qué sientes cuando ves a alguien obeso?; asimismo, se les pregunta si estarían dispuestas a cerrar su perfil en *Instagram*.

---

<sup>14</sup> Información consultada el 27/10/2020. Obtenida en: <https://politica.expansion.mx/presidencia/2020/03/30/mexico-llega-a-1-094-casos-de-coronavirus-y-alerta-ascenso-rapido-de-contagios>

<sup>15</sup> Información consultada el 27/10/2020. Obtenida en: <https://www.vanguardiaveracruz.mx/xalapa-cierra-parques-y-gimnasios-desde-hoy/>

<sup>16</sup> Información consultada el 27/10/2020. Obtenida en: <https://eldemocrata.com/protestan-para-exigir-apertura-de-gimnasios-y-centros-deportivos/>

<sup>17</sup> Información consultada el 27/10/2020. Obtenida en: <https://golpepolitico.com/2020/09/10/en-xalapa-apertura-responsable-de-gimnasios-albercas-y-canchas/>

Tabla 10. Orden de la segunda fase de las entrevistas narrativas

Segunda fase entrevistas narrativas				
Usuaría	Día	Duración	Hora de inicio	Espacio donde ella decide ser entrevistada
Debi	29/09/2020	42 minutos	19:48	Acostada en su cama
Mónica	01/10/2020	38 minutos	16:30	Gimnasio de su casa
Gaby	14/10/2020	32 minutos	12:03	Oficina de su spa center
Zihu	24/09/2020	1:22 hora	16:35	Acostada en la cama de su cuarto

Fuente: Elaboración propia

Se contacta nuevamente a Debi para hacer hincapié en algunas dudas que resultan de la primera entrevista, asimismo, para ahondar en la temática de identidad corporal en las mujeres *fitness* y las prácticas que se dan en *Instagram*. Confirma que el 28 de septiembre a las 19:48 horas podrá conectarse, sin embargo, en el momento en el que se le escribe para que confirme la cita comenta que no podrá. Se decide que la sesión se de el siguiente día a las 19 horas. Tras varios intentos, se concreta la reunión con Zihu para el 24 de septiembre del 2020 a las 16:30. Se le agradece el tiempo que dedica a la entrevista y ella se explica argumentando lo ocupada que ha estado con los pedidos de su negocio de maquillaje, cuyo usuario en *Instagram* es @cositasxalapa. Se reitera que no hay ningún problema y que la investigadora puede y debe adaptarse a sus tiempos y, a continuación se le comienza a interrogar. La entrevista, al conjuntar los guiones de la primera y la segunda, inevitablemente, toma más tiempo: un total de una hora con veintidos minutos.

Para llevar a cabo la entrevista con Mónica únicamente se le contacta y escribe vía *Instagram*, como a las otras cuatro mujeres. Se acuerda que el jueves primero de octubre a las 16:30 tendrá lugar la reunión. Ésta tiene una duración de 38 minutos. Nuevamente, Mónica expresa que se siente muy cómoda platicando con la investigadora y que si necesita que se le contacte otra vez ella está dispuesta. Ante esto se le agradece y se despide.

En cuarto lugar, se realiza la reunión con Gabriela el 14 de octubre del 2020. Cabe resaltar que, nuevamente, se tuvieron problemas para empatar con los tiempos de la participante, ya que tiene muchas ocupaciones, entre ellas: cuidar de su hija, de su perro, dar clases de *spinning* en *VeloIndoor Studio*, tratamiento que ella da en su *spa*, así como de procedimientos no quirúrgicos, asistir al gimnasio y tener una vida social y familiar. Tras seis

cambios de fecha y de hora y, de manera inesperada, a las 11:00 am la investigadora recibe un mensaje por parte de Gabriela confirmando que a las 12:00 pm del mismo 14 de octubre del 2020 puede realizarse la cita. Se le agradece enormemente y ella se disculpa por los cambios, se le reitera que no hay problema. La entrevista tiene una duración de 32 minutos.

El análisis del discurso de las cuatro entrevistas se basa en una investigación previa (Calderón, 2018) donde se hace hincapié en la semiótica, en concreto, en la gramática de producción del discurso (Veron, 1993). Sin embargo, en el caso de este proyecto sí se retoma la gramática de reconocimiento (Veron, 1993). Veron (1993) propone dos gramáticas: de producción y de reconocimiento, éstas dan cuenta de los procesos detrás de los discursos sociales. La primera engloba las condiciones sociales que intervienen los discursos, la segunda, como lo dice su nombre, estudia la recepción de un discurso. A través de las anécdotas y experiencias narradas por las cuatro mujeres se puede conocer la aceptación de un discurso. En esta investigación se trata de las narrativas que el estilo de vida *fitness* y cómo éstas son recibidas por las mujeres, ello a partir de sus propias descripciones y testimonios. El análisis del discurso de las cuatro entrevistas está intervenido por una serie de pasos que permiten limpiar el corpus. A continuación, se enlistan:

- 1) Transcripción de los testimonios.
- 2) Redacción de los testimonios según las dimensiones.
- 3) Redacción de los testimonios según las subdimensiones.
- 4) Redacción de los testimonios según los indicadores.
- 5) Verificar las formas de lo excluido y lo establecido, es decir, las coincidencias en las cuatro entrevistas y las disidencias en el discurso de cada mujer.
- 6) El texto se pasa por la herramienta *Voyant Tools* que permite hacer nubes de palabras, y donde se muestran aquellas palabras más repetidas y la identificación de un concepto con una serie de palabras.
- 7) Eliminar redundancias. Los enunciados idénticos o muy parecidos se redactan de forma más concreta, sin dejar de especificar el discurso que corresponde a cada entrevistada.

8) Redacción del análisis y la interpretación de la información.

Dirección General de Bibliotecas UAQ



## 2. Etnografía para el internet

La etnografía digital permite “investigar con, en y a través de un entorno parcialmente constituido por los medios digitales [y cómo esto] ha llevado al desarrollo de métodos nuevos e innovadores y ha puesto en entredicho las categorías conceptuales y analíticas existentes” (Pink *et al.*, 2016, p. 19). Es decir, la etnografía digital reconoce la coexistencia con los actores no humanos, dicho de otro modo, con los soportes materiales y digitales y, sobre todo, la configuración de las agentes debido a los soportes materiales y digitales y viceversa.

La etnografía digital está determinada por “los cinco principios fundamentales para la práctica de la etnografía digital: la multiplicidad, el no-digital-centrismo, la apertura, la reflexividad y la heterodoxia” (Pink *et al.*, 2016, p. 23). La primera refiere a que hay más de una forma de ocuparse de lo digital; la segunda busca evitar la creencia de que en ésta lo digital es lo central, es decir, las relaciones no pueden ser puramente digitales, debe haber un intercambio entre el mundo material/*offline*/analógico/físico y el mundo digital/*online*.

En tercer lugar, la apertura de la etnografía digital refiere a comprenderla como proceso, no como una actividad que tiene algún principio o fin, sino como un continuo. En cuarto lugar, la reflexividad que implica la práctica de la etnografía digital. Esto significa comprender que la pregunta sobre cómo se produce el conocimiento debe ser continua, debe estar en todo momento en la cabeza de los investigadores y que, “nuestras relaciones con lo digital son fundamentales para las formas específicas de saber y de ser que encontraremos en el transcurso de la investigación” (p. 30). Por último, la heterodoxia, comprender que la etnografía digital se narra y escribe de muchas maneras. Esto responde a las diversas aproximaciones que se pueden derivar de investigar los fenómenos relacionados con lo digital. Los cinco principios fundamentales de la etnografía digital mencionados previamente pueden tomar diversas rutas para el estudio del mundo social (Pink *et al.*, 2016).

Esto significa que a través de las actuaciones y los principios de la etnografía digital se puede entender algo más que el papel que los medios digitales tienen en la vida de la gente. También se pueden describir las implicaciones de los medios digitales analizando el entrelazamiento con otros aspectos. En una etnografía digital enfocada a las prácticas “el

foco pasa a lo que las personas hacen con los medios en contextos y situaciones diferentes” (Pink *et al.*, 2016, p. 64)

Sin embargo, para esta investigación la etnografía digital será sustituida por la propuesta de una etnografía para el Internet (Hine, 2015), ya que la segunda se enfoca a las prácticas, es decir, lo que se hace en y con ellas, así como, lo que hacen los actores, mientras que la primera no propone un enfoque particular, sino que retoma los lineamientos generales de la etnografía y lo traslada a medios o plataformas sociodigitales.

En el caso de esta investigación se retoma la propuesta de Christine Hine en *Etnography for The Internet: Embedded, Embodied and Everyday* (2015) puesto que amplía la comprensión del Internet como fenómeno incrustado, incorporado/encarnado y todos los días. En su propuesta etnográfica, Hine (2015) busca comprender lo que los sujetos hacen en un nivel más profundo. Asimismo, parte de las enseñanzas de Hine (2015) recaen en cuestionarse dónde empieza Internet y cómo estudiarlo, ante ello, propone un diseño etnográfico caracterizado por una estrategia lineal, emergente y cambiante; la consideración de quien investiga dentro del mismo fenómeno que estudia; y la recursividad. También, puntualiza al campo como constructo del investigador dentro del juego entre lo *online* y lo *offline*, y cómo éste selecciona aspectos particulares a profundizar.

Se selecciona la etnografía para el Internet como técnica dado que permite el enfoque en las actuaciones que se dan en la plataforma sociodigital *Instagram*. Lo anterior aunado a los relatos de vida que priorizan la descripción de las actividades rutinarias, de las narrativas sobre el actuar y el significado que se le da éstas. De allí que se decida utilizar esta técnica para comprender las prácticas y las subjetividades encarnadas y cotidianas de las mujeres en y con *Instagram*.

La etnografía para el Internet: incrustada, incorporada/encarnada y todos los días se lleva a cabo en *Instagram* con especial énfasis en las prácticas de las jóvenes a través de las fotografías que muestran en sus perfiles. Asimismo, en las prácticas que se visualizan en las imágenes identificadas con los *hashtags* o etiquetas más utilizadas por las cuatro jóvenes:

*#gym*, *#fitnessmotivation* y *#fitness*. De estas últimas se categorizaron 104 fotografías en la sección de “destacados” el día 21 de octubre del 2020.

### **Instrumentos para la recolección de datos**

La etnografía para el Internet (Hine, 2015) responde a los objetivos: 1. Describir las remediaciones en las prácticas específicas del *fitness* en el cruce con *Instagram*. 2. Conocer las representaciones corporales de lo que se considera saludable y *fitness*, desarrolladas en *Instagram*. 3. Identificar los discursos *fitness* en *Instagram* que lo identifican y configuran como un estilo de vida. Asimismo, permite vislumbrar las representaciones de las subjetividades hegemónicas, si es que las hay, del *fitness* en la plataforma sociodigital a investigar. Es decir, se analizan las etiquetas más utilizadas en los cuatro perfiles de las participantes y esto permite, entonces, categorizar las últimas 104 fotografías publicadas bajo esas tres etiquetas (*#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*).

Para acercarse a los objetivos anteriores se lleva un registro y sistematización de, en primer lugar, los perfiles de las cuatro mujeres entrevistadas (Tabla 9). En segundo lugar, se seleccionan, contabilizan y analizan los *hashtags* o etiquetas más utilizadas en cada perfil. A partir de la frecuencia y coincidencia en las etiquetas utilizadas por los cuatro perfiles se determina cuáles serán los tres a seleccionar para hacer la categorización de 104 fotografías. En cuarto lugar, se realizan tablas de frecuencia, por *hashtag*, con el sexo de la persona que aparece en las 104 fotografías analizadas. Por último, se lleva el registro, durante seis meses (desde el 21 de octubre del 2020 hasta el 21 de abril del 2021), del número de publicaciones que tienen los *#fitnessmotivation*, *#fitness* y *#gym* por ser los *hashtags* o etiquetas más utilizadas por las cuatro mujeres entrevistadas.

1. Los cuatro perfiles de las mujeres participantes se sistematizan en la Tabla 9, según el:

- A. Número de publicaciones.
- B. Número de seguidores.
- C. Número de seguidos.
- D. Descripción del perfil.
- E. Descripción y enumeración de las historias destacadas

- F. Temática o giro del contenido que generan.
- G. Sistematización de los *hashtags* que utilizan para identificar sus fotografías, así como la frecuencia.
- H. Categorización de 135 fotos por perfil (para observar el cambio antes de la pandemia, durante y después) contando hasta el 21 de septiembre del 2020 respondiendo a las siguientes preguntas:
- a. ¿Qué formato tiene: foto o vídeo?
  - b. ¿Es selfie? ¿Es foto (asume que es tomada por alguien)? ¿Es foto frente al espejo? ¿Foto de su cara?
  - c. ¿Con ropa deportiva? ¿Con ropa casual? ¿En traje de baño? ¿En ropa interior?
  - d. ¿Cuerpo completo? ¿Parte superior del cuerpo? ¿Parte inferior del cuerpo?
  - e. ¿Cuál es la postura de su cuerpo? ¿De perfil? ¿Postura tres cuartos? ¿De frente?
  - f. ¿Están acompañadas? ¿De quién?
  - g. ¿Qué están haciendo?
  - h. ¿Resaltan alguna parte de su cuerpo en particular?
  - i. ¿Están en casa? ¿Están en el gimnasio? ¿Están en la calle? ¿En el baño o vestidor?
2. Selección de todos los *hashtags* utilizados en las fotografías y perfiles de las cuatro mujeres participantes.
- A. Separación manual de cada etiqueta dado que suelen utilizar muchas juntas.
  - B. Contabilización manual de cada *hashtag* por perfil.
  - C. Tras conocer la frecuencia del uso de cada etiqueta en cada perfil, se acomodan según los más repetidos.
  - D. Se identifica cuáles son los más constantes y si aparecen en todos los perfiles.
  - E. Se eligen los tres más utilizados en, al menos, tres de los cuatro perfiles.
  - F. Selección de la muestra: *#fitness*, *#fitnessmotivation* y *#gym*.
  - G. Análisis de 104 fotografías por cada *hashtag* el día 21 de octubre del 2020.

3. Sistematización de las 104 fotografías identificadas bajo los *#fitnessmotivation*, *#gym* y *#fitness*, de la siguiente manera:
  - A. Categorías de las imágenes identificadas con esos *hashtags* respondiendo a las preguntas:
    - a. ¿Qué formato tiene: foto o vídeo?
    - b. ¿Es selfie? ¿Es foto (asume que es tomada por alguien)? ¿Es foto frente al espejo? ¿Foto de su cara?
    - c. ¿Con ropa deportiva? ¿Con ropa casual? ¿En traje de baño? ¿En ropa interior?
    - d. ¿Cuerpo completo? ¿Parte superior del cuerpo? ¿Parte inferior del cuerpo?
    - e. ¿Cuál es la postura de su cuerpo? ¿De perfil? ¿Postura tres cuartos? ¿De frente?
    - f. ¿Están acompañadas? ¿De quién?
    - g. ¿Qué están haciendo?
    - h. ¿Resaltan alguna parte de su cuerpo en particular?
    - i. ¿Están en casa? ¿Están en el gimnasio? ¿Están en la calle? ¿En el baño o vestidor?
  - B. Sexo de quien aparece en la fotografía.
  - C. Usuario que publica la fotografía en caso de que se necesite volver a la fotografía para tener la referencia.
  - D. Fecha de publicación, esto para ver la actualidad de las fotografías y la actualización constante en el uso de esos *hashtags*.
4. Tras la sistematización se generan tablas de frecuencia según la categorización de las fotografías y según el sexo de quien aparece en la fotografía. Esto resulta significativo puesto que se mira con perspectiva feminista.
5. Por último, se pretende llevar registro del número de publicaciones que se añaden a los *#fitnessmotivation*, *#fitness* y *#gym* por mes.

A manera de facilitar la visualización de los cinco pasos se muestra la Tabla 11 a continuación:

Tabla 11. Visualización de los cinco pasos a seguir para la Etnografía para el internet

ETNOGRAFÍA PARA EL INTERNET	SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	PREGUNTAS PARA GENERAR LAS CATEGORÍAS VISUALES
<p><b>1. Los cuatro perfiles de las mujeres participantes se sistematizan en la Tabla 9, según el:</b></p>	Número de publicaciones.	
	Número de seguidores.	
	Número de seguidos.	
	Descripción del perfil.	
	Descripción y enumeración de las historias destacadas	
	Temática o giro del contenido que generan.	
	Sistematización de los <i>hashtags</i> que utilizan para identificar sus fotografías, así como la frecuencia.	
	<p>Categorización de 135 fotos por perfil (para observar el cambio antes de la pandemia, durante y después) contando hasta el 21 de septiembre del 2020 respondiendo a las siguientes preguntas:</p>	1. ¿Qué formato tiene: foto o vídeo?
		2. ¿Es selfie? ¿Es foto (asume que es tomada por alguien)? ¿Es foto frente al espejo? ¿Foto de su cara?
		3. ¿Con ropa deportiva? ¿Con ropa casual? ¿En traje de baño? ¿En ropa interior?
		4. ¿Cuerpo completo? ¿Parte superior del cuerpo? ¿Parte inferior del cuerpo?
5. ¿Cuál es la postura de su cuerpo? ¿De perfil? ¿Postura tres cuartos? ¿De frente?		
6. ¿Están acompañadas? ¿De quién?		
7. ¿Qué están haciendo?		
8. ¿Resaltan alguna parte de su cuerpo en particular?		
9. ¿Están en casa? ¿Están en el gimnasio? ¿Están en la calle? ¿En el baño o vestidor?		
<p><b>2. Selección de todos los <i>hashtags</i> utilizados en las fotografías y perfiles de las cuatro mujeres participantes.</b></p>	Separación manual de cada etiqueta dado que suelen utilizar muchas juntas.	
	Contabilización manual de cada <i>hashtag</i> por perfil.	
	Tras conocer la frecuencia del uso de cada etiqueta en cada perfil, se acomodan según los más repetidos.	
	Se identifica cuáles son los más constantes y si aparecen en todos los perfiles.	

	<p>Se eligen los tres más utilizados en, al menos, cuatro de los cuatro perfiles.</p> <p>Selección de la muestra: #fitness, #fitnessmotivation y #gym.</p> <p>Análisis de 104 fotografías por cada hashtag el día 21 de octubre del 2020.</p>	
<p><b>3. Sistematización de las 104 fotografías identificadas bajo los #fitnessmotivation, #gym y #fitness, de la siguiente manera:</b></p>	<p>Categorías de las imágenes identificadas con esos hashtags respondiendo a las preguntas:</p>	1. ¿Qué formato tiene: foto o vídeo?
		2. ¿Es selfie? ¿Es foto (asume que es tomada por alguien)? ¿Es foto frente al espejo? ¿Foto de su cara?
		3. ¿Con ropa deportiva? ¿Con ropa casual? ¿En traje de baño? ¿En ropa interior?
		4. ¿Cuerpo completo? ¿Parte superior del cuerpo? ¿Parte inferior del cuerpo?
		5. ¿Cuál es la postura de su cuerpo? ¿De perfil? ¿Postura tres cuartos? ¿De frente?
		6. ¿Están acompañadas? ¿De quién?
		7. ¿Qué están haciendo?
		8. ¿Resaltan alguna parte de su cuerpo en particular?
		9. ¿Están en casa? ¿Están en el gimnasio? ¿Están en la calle? ¿En el baño o vestidor?
		Sexo de quien aparece en la fotografía.
Usuario que publica la fotografía en caso de que se necesite volver a la fotografía para tener la referencia.		
Fecha de publicación, esto para ver la actualidad de las fotografías y la actualización constante en el uso de esos hashtags.		
<p><b>4. Por último, se pretende llevar registro del número de publicaciones que se añaden a los #fitnessmotivation, #fitness y #gym por mes.</b></p>		

<p><b>5. Tras la sistematización se generan tablas de frecuencia según la categorización de las fotografías y según el sexo de quien aparece en la fotografía. Esto resulta significativo puesto que se mira con perspectiva feminista.</b></p>		
---	--	--

Fuente: Elaboración propia.

### **Sistematización de la información de la etnografía para el internet: visualidad en los perfiles y los *hashtags***

Para realizar el levantamiento de la información y convertirla en datos relevantes, se tuvo que acordar el día y la hora en los cuales se deben hacer los análisis. Lo anterior dado que, al investigar plataformas sociodigitales que son continuamente alimentadas con información de usuarios, el contenido suele ser cambiante. Se analizan: 1) Los perfiles de las cuatro mujeres: Debi, Mónica, Zihu y Gabriela; 2) La categorización de las 135 fotos por perfil, en total 540 fotografías; 3) Los *hashtags* más utilizados en cada perfil: *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*; 4) Las fotografías identificadas con las tres etiquetas mencionadas anteriormente.

El análisis de los perfiles de Debi, Mónica, Zihu y Gabriela se llevó a cabo el 23 de septiembre del 2020. Durante el transcurso del trabajo de campo se descubrió que, para el 23 de octubre del 2020 habían borrado fotografías Gabriela y Mónica. Esto ya se mencionó anteriormente, pero forma parte, también, de la etnografía para el internet (Hine, 2015) puesto que la necesidad de una constante renovación en las fotografías de los perfiles de *Instagram* revela que son prácticas que están, cada día más, incrustadas e incorporadas/encarnadas, es decir, se hacen cuerpo y parte de la personalidad de las personas y por ello se opta por borrar imágenes que ya no empaten con ésta.

El análisis de las 135 fotos por perfil, en total 540 fotografías, se realizó en días diferentes, puesto que significaba sistematizarlas bajo las dimensiones: Categorización de las fotos; la fecha de publicación; la descripción de la foto o el discurso que la describe y



acompaña; los *hashtags*, de ser utilizados; la información que incluyen en algunas infografías, de ser así; el número de *likes* y el número de comentarios; y esto requirió varias horas de trabajo. Cabe resaltar que, en los casos de Mónica y Zihu, que publican muchas infografías o imágenes con frases, se añade la pestaña de información o descripción de lo que existe en la imagen. El 5 de octubre del 2020 se organiza la información del perfil de Debi; el 6 de octubre del 2020 las fotografías del perfil de Mónica; el 7 de octubre del 2020 se sistematizan los datos del perfil de Gabriela y el 8 de octubre del 2020 se estructura el perfil de Zihu.

Tabla 12. Participantes y fecha del análisis de los perfiles, además la información obtenida según cada perfil

Participantes	Fecha de análisis de perfiles	Información obtenida
Debi	5/10/2020	Categorización; Fecha; Descripción de la foto;
Gabriela	7/10/2020	<i>Hashtags; Likes; Comentarios</i>
Mónica	6/10/2020	Categorización; Fecha; Descripción de la foto;
Zihu	8/10/2020	<i>Hashtags; Información; Likes; Comentarios</i>

Fuente: Elaboración propia.

Debido a la importancia que tienen las infografías, en el caso de Mónica y por la presencia significativa de las imágenes con frases motivacionales o inspiracionales en la cuenta de Zihu, se decide añadir el rubro de **Información** donde se escriben de modo literal las palabras que están contenidas en esas fotografías, imágenes o infografías. En los casos de Debi y Gabriela no existen este tipo de imágenes y por ello no se añade el rubro.

En Anexos, en la Tabla 28, se muestran las categorías de las 135 fotografías por perfil, sin embargo, cabe resaltar que las categorías creadas no surgen de la nada, sino que se resaltan: 1. El formato; 2. Si la fotografía es tomada por ellas o por alguien más; 3. La ropa con la que aparecen; 4. La parte del cuerpo que se muestra; 5. Si tienen alguna postura en particular; 6. Si están acompañadas o salen solas; 7. Si están haciendo algo en específico; 8. Si resaltan alguna parte de su cuerpo y 9. El lugar en el que son fotografiadas. O bien, responden a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué formato tiene: foto o vídeo?;

2. ¿Es *selfie*? ¿Es foto (asume que es tomada por alguien)? ¿Es foto frente al espejo? ¿Foto de su cara?;
3. ¿Con ropa deportiva? ¿Con ropa casual? ¿En traje de baño? ¿En ropa interior?;
4. ¿Cuerpo completo? ¿Parte superior del cuerpo? ¿Parte inferior del cuerpo?;
5. ¿Cuál es la postura de su cuerpo? ¿De perfil? ¿Postura tres cuartos? ¿De frente?;
6. ¿Están acompañadas? ¿De quién?;
7. ¿Qué están haciendo?;
8. ¿Resaltan alguna parte de su cuerpo en particular?;
9. ¿Están en casa? ¿Están en el gimnasio? ¿Están en la calle? ¿En el baño o vestidor?

Las categorías resultantes de la sistematización de las 540 fotografías se encuentran en Anexos. Allí mismo se enlistan las diferentes categorías de las 135 fotografías por perfil que fueron organizadas, además se añaden los colores de relleno amarillo y azul que señalan aquellas categorías donde se encuentran más de nueve imágenes bajo la misma posición y aquellas donde la constante se da en 5 a 9 imágenes, respectivamente. Es decir, el color amarillo corresponde a las categorías donde hay más de nueve fotografías y el azul a las que tienen, en frecuencia, de cinco a nueve fotografías.

Más adelante, en la sección de análisis y discusión de los resultados por categoría, se profundiza en el discurso de las cuatro mujeres y en el empuje que tiene éste con la propuesta de categorías fotográficas previamente sistematizadas.

Cabe resaltar que, en cuanto a la sistematización de los *hashtags* o etiquetas más utilizadas en las 135 fotografías analizadas de los cuatro perfiles de las participantes se realizó en Excel y se llevó a cabo un proceso manual de separación de cada etiqueta. Por lo anterior, se debió realizar manualmente la separación de cada etiqueta, dando por resultado la siguiente Tabla:

Tabla 13. *Hashtags* o etiquetas más utilizadas en los perfiles de Debi, Mónica, Gabriela y Zihu.

Debi		Mónica		Gabriela		Zihu	
Hashtags	F	Hashtags	F	Hashtags	F	Hashtags	F
#gym	35	#nutricion	8	#love	110	#xalapaenriquez	87
#gymmotivation	34	#salud	6	#instagood	56	#xalapa	84

#gymlife	30	#healthtips	5	#happy	44	#amorpropio	81
#warriorlady	29	#nutricionista	5	#goodvibes	43	#veracruz	3
#gymgirl	24	#estilodevida	4	#fitness	36	#loveme	2
#gymtime	24	#easyrecipe	3	#fitspo	35	#makeup	2
#bodibilding	22	#healthyfood	3	#girl	35	#xalapaveracruz	2
#wellness	20	#fitness	3	#fitnessmotivation	32	#love	2
#wellnessfitness	15	#healthy	3	#instamoment	26	#loveit	1
#motivacion	12	#fit	2	#freedom	23	#cuarentena	1
#fitness	12	#snacks	2	#picoftheday	23	#veracruzana	1
#fitnessmotivation	12	#tips	2	#healthylifestyle	22	#gym	1
#ladywarrior	11	#embarazada	2	#fitnessmodel	21	#live	1
#wellness2020	10	#bienestar	2	#like	20	#beach	1
#tbt	9	#happy	1	#strong	20	#mexico	1
#bodybuilding	8	#loveyourself	1	#life	19	#alamierda	1
#2020wellness	7	#training	1	#loveit	19	#veracruzmxico	1
#bikiniwellness	6	#gym	1	#fitfam	18	#gymtime	1
#fitnessmodel	6	#healthylifestyle	1	#fitmom	17	#gymmotivation	1
#fitnessgirl	6	#talycomolomar caelreplamento	1	#smile	17	#bff	1

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 13 se condensan las veinte palabras o frases más utilizadas en forma de *hashtags* en las fotografías de las cuatro mujeres. A raíz de esta sistematización se seleccionan tres etiquetas: #gym, #fitness y #fitnessmotivation, ya que en tres de los cuatro perfiles se utiliza, en al menos una ocasión.

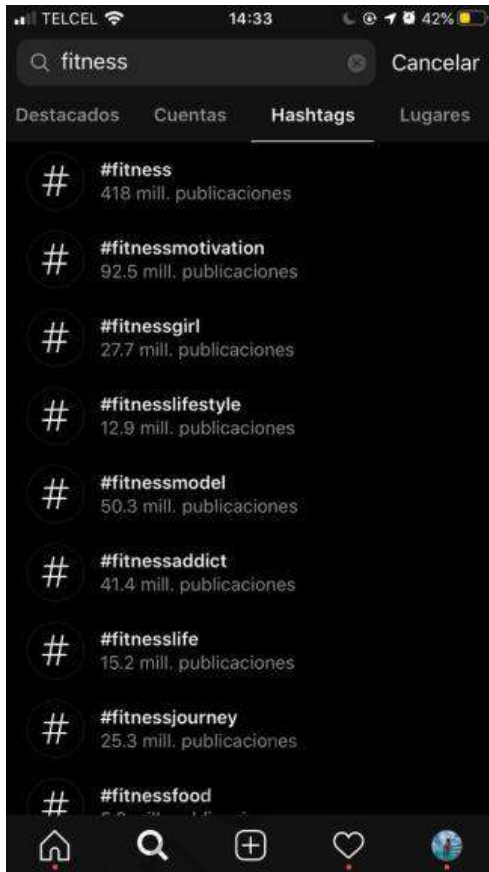
Tabla 14. Frecuencia de los *hashtags* más utilizados por las cuatro mujeres para determinar los 3 que se categorizarán

Hashtags para analizar	Frecuencia	¿Quién no lo usa?
Según el uso y la frecuencia de los <i>hashtags</i> que utilizan las cuatro mujeres participantes		
#fitnessmotivation	3 de 4	Falta Zihu
#gym	4 de 4	
#fitness	3 de 4	Falta Zihu

Fuente: Elaboración propia.

El camino para llegar al contenido identificado con cada etiqueta es el siguiente: En la pestaña de búsqueda, en la plataforma *Instagram*, se selecciona la opción "*Hashtags*" y se escribe: "*fitness*". A continuación, se muestran las etiquetas que aparecen, de mayor a menor, cuando se escribe la palabra *fitness*.

Imagen 11. Etiquetas que aparecen cuando se busca la palabra *fitness* en los *Hashtags*.

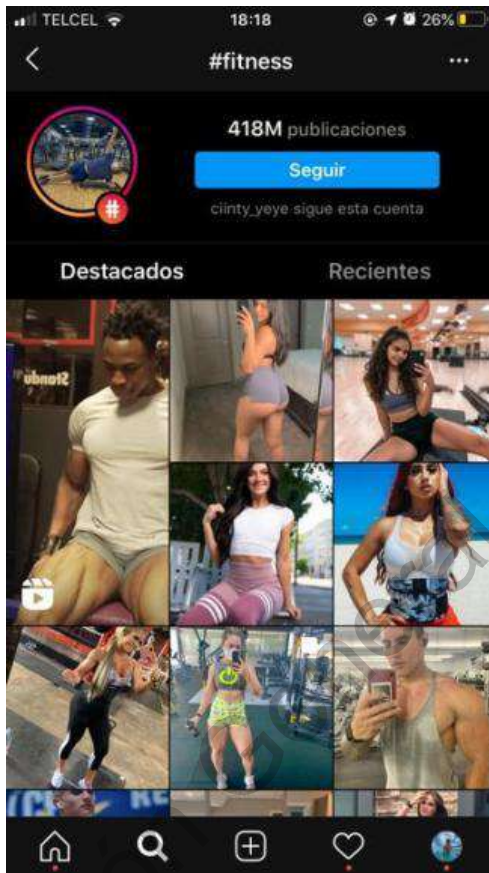


Fuente: Captura de pantalla de la plataforma sociodigital *Instagram*.

Esto coincide con la frecuencia en que las mujeres participantes utilizan los *#fitness* y *#fitnessmotivation*. Es decir, para los *hashtags* que llevan la palabra *fitness* están, en primer lugar, el *#fitness* con 418 millones de publicaciones y, en segundo lugar, *#fitnessmotivation* con 92.5 millones de publicaciones, esto coincide con lo que se muestra en el análisis de los perfiles de las cuatro mujeres, ya que son los *hashtags* más utilizados o que, con mayor frecuencia, se utilizan para identificar contenido.

Asimismo, cuando se busca un # en *Instagram* se tienen dos opciones: acomodar según los más recientes o bien, los destacados. Esto no es con base en los *likes* de las publicaciones ya que estas varían, sino que se basa en la actualización constante. Es decir, qué tan actual o reciente es la publicación que se acaba de hacer con esos *hashtags*. A continuación, la imagen que reseña lo descrito:

Imagen 12. #Fitness en *Instagram*: diferencia entre destacados y recientes



Fuente: Captura de pantalla de la plataforma sociodigital *Instagram*.

Cabe aclarar que, se analizan 104 imágenes dado el diseño de *Instagram* en la búsqueda de las etiquetas. En la Imagen 12 se muestran las primeras 8 publicaciones y, posteriormente, se visibiliza en hileras de 3 fotografías/vídeos. También debe precisarse que la búsqueda de las imágenes fue desde la *app* descargada en el celular de la investigadora, puesto que en la versión web es diferente el acomodo de las fotografías y vídeos. Las 104 imágenes/vídeos sistematizados se eligen según la pestaña de destacados puesto que interesa

observar los contenidos que se identifican con esos *hashtags* y no los contenidos más recientes, además esto impediría hacer la categorización de las fotografías puesto que estarían constantemente actualizándose y, por lo tanto, cambiando las imágenes. Dicho de otro modo, en la sección "Destacados" se muestran las publicaciones por fecha de publicación (lo más reciente + *likes* y comentarios), en la sección "reciente" se actualiza por segundo. Por lo anterior, el día y las horas en los cuales se haga el análisis debió ser muy específico. Debido a que la variación de fotografías destacadas en los *hashtags* varía si se actualiza la aplicación o si uno se sale de la plataforma y vuelve a buscar la etiqueta, el trabajo de campo se llevó a cabo el mismo día y con muy pocas horas de diferencia. Esto demuestra que el contenido está, constantemente, actualizándose y depende del algoritmo propio del investigador, es decir, de los datos que la plataforma sociodigital *Instagram* tiene del usuario. Por ello se determinó que la sistematización de los tres *hashtags* o etiquetas, es decir, de las 312 fotografías, no debían estar muy espaciadas entre ellas, temporalmente hablando. Lo anterior para evitar la variación en el contenido, ya que la sección "destacados" cuando se busca un *hashtag* particular se actualiza y muestra contenido nuevo cada minuto.

Debido a la variación de fotos "destacadas" en los *hashtags* seleccionados se decide realizar el 21 de octubre del 2020, iniciando a las 15 horas con la categorización de 104 fotografías identificadas con la etiqueta o *#fitnessmotivation*; a las 17:30 con el *#gym* y a las 18:30 con el *#fitness*.

Asimismo, en la sistematización de las 104 fotografías, 312 en total, identificadas con cada *hashtag*, se decide no considerar el discurso dado que en la mayoría de las publicaciones el idioma está en inglés, holandés, portugués o alemán. Además, lo que interesa es la visualidad y las prácticas que se identifica con los *hashtags*, no es como en el caso de las cuatro mujeres participantes que sí interesa cómo se relacionan y describen sus fotografías. Asimismo, no se retoman los *hashtags* que utilizan en las publicaciones ya que no se busca conocer las interconexiones de las etiquetas utilizadas. No se busca la circularidad en este punto de la metodología. Tampoco se enumeran los *likes* o "me gusta" ni los comentarios porque no interesa medir el impacto de los *hashtags* o la influencia de los usuarios, sino la identificación de un patrón o estereotipo visual identificado con una etiqueta particular. Así

como la normalización, en el sentido de estandarización, de las fotografías etiquetadas o ubicadas con esos los *#gym*, *#fitnessmotivation* y *#fitness*.

Por lo anterior, se considera únicamente la categorización de las fotografías, el sexo de quien aparece en la fotografía, el usuario y la fecha. Por cuestiones de lectura, en Anexos se muestran las Tablas desglosadas por *hashtag*.

Como se ha descrito, las etiquetas representan una práctica visual del contenido publicado en *Instagram*, además de que son una estrategia de posicionamiento del contenido. Por ello, se decide llevar el registro del número de publicaciones por *hashtag* desde el 21 de octubre del 2020 hasta el 21 de abril del 2021.

El estilo de vida *fitness* se identifica con visualidades específicas sobre las cuales intervienen prácticas determinadas como: tomarse fotos frente al espejo en un gimnasio o fotografías que muestran el proceso, cambio o transformación corporal antes de ejercitarse y llevar dieta y después de hacerlo. Estos son algunos ejemplos de los millones de publicaciones que se identifican con los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*. El 21 de octubre del 2020 había 196 millones publicaciones, 418 millones publicaciones y 92.5 millones de publicaciones identificadas con esas etiquetas respectivamente, que el siguiente mes aumentaron a 198 millones, 423 millones y 94.4 millones, respectivamente. Esta contabilización se lleva a cabo hasta el 21 de abril del 2021. En la Tabla 22 se observan los números y, posteriormente, se interpreta.

Se busca hacer el análisis de las 312 fotografías (*#gym*, *#fitnessmotivation*, *#fitness*) el mismo día y a horas cercanas para que las fotografías no variaran tanto, ya que se identifica que los usuarios suelen utilizar *#gym* y *#fitnessmotivation* en la misma publicación. Es decir, los usuarios y, por tanto, las fotografías se repiten en las diferentes etiquetas porque utilizan los racimos de los *hashtags fitness*, donde copian y pegan las mismas etiquetas para identificar el contenido.

## Capítulo V. Análisis e interpretación de resultados

Este capítulo presenta la información obtenida por medio de la etnografía para el internet (Hine, 2015) que consta de una categorización de 312 fotografías identificadas con los #gym, #fitness y #fitnessmotivation (104 por cada etiqueta) y de otra que contiene 540 fotografías en total, 135 por perfil de las cuatro actrices clave. Asimismo, se presentan los testimonios de las entrevistas narrativas realizadas en dos fases a las cuatro mujeres descritas en el apartado *Actrices clave*.

Este análisis e interpretación de resultados se encuentra enmarcado por la fenomenología feminista (Cohen & Landry, 2018; López Sáenz, 2014; Zeiler & Folkmarson, 2014), la teoría del actor-red (Latour, 2008), la cultura corporal (Barbero, 2001), *Instagram* y la remediación de las actuaciones en torno a las fotografías en la cultura digital y está estructurado según las dimensiones y subdimensiones enunciadas en la Tabla 7. Asimismo, se recalca a las prácticas como la categoría de análisis principal derivada del estilo de vida que, a su vez, es producto de significados y modelos normativos.

Cada dimensión tiene ciertas subdimensiones que ayudan a describirla y analizarla, así como ciertos indicadores. Asimismo, al finalizar cada apartado se encuentran tablas que muestran la información de otro modo.

### Ser saludable

La dimensión “ser saludable” engloba, a su vez, dos subdimensiones: hábitos y corporalidad. Dentro de ésta se enuncian las características que tiene, según los discursos de las cuatro actrices clave, el ser saludable. En los cuatro casos existe una asociación inmediata de la palabra saludable con la alimentación, puesto que las entrevistadas responden lo que para ellas significa el hábito de alimentarse de manera saludable.

Para Debi, la cuestión de ser saludable depende de la edad. Según ella: “Inclusive yo te puedo decir que, en mi experiencia, hasta los 12-14 años, entendí lo que era realmente una comida saludable”.

La alimentación balanceada es una práctica relacionada con el ser saludable. En cambio, Mónica tiene una concepción más holística sobre el concepto, dado que lo identifica



con otras prácticas como: despertarse a buena hora, dormir temprano, tener una relación buena con familia, compañeros y llevar una alimentación balanceada. Mónica asegura:

Comer, pues... Lo que son tus carnes, verduras, simplemente una manera en la que yo veo que es comer saludable es no limitarte, sino simplemente una manera... ¿cómo te puedo explicar? Que englobes todos los alimentos, no te limites <sup>18</sup>.

Gabriela, por su parte, tiene una noción más educativa puesto que tiene una hija de dos años a la cual pretende enseñarle a llevar una vida saludable:

Y yo es lo que quiero que también ella desde muy chiquita aprenda a que este tipo de cosas las tiene, puede comer dulces y por supuesto que los puede comer, es una niña y va a tener una infancia igual que todo el mundo, pero va a tener el conocimiento de ser saludable. Me ve haciendo ejercicio y ella replica lo que yo hago, de hecho, en las historias que subo a *Instagram* ella hace lo que yo estoy haciendo.

Para Gabriela, la salud puede aprenderse de otras personas que ella cree son más saludables o tienen un mejor físico que ella. Sin embargo, de las cuatro mujeres entrevistadas, es Zihu quien tiene una visión más integral de lo que ser saludable implica. Para ella, lo más importante es la parte emocional pues esta dará salud total, incluso critica que otras personas solo se enfoquen en el ejercicio y la alimentación para hablar de una vida saludable, pues se requiere un trabajo emocional más profundo.

El cuestionamiento que resulta de estas respuestas es por qué la importancia de la alimentación relacionada con el ser saludable, y Mónica lo retrata así:

Si tienes una relación buena con tus alimentos, tu vida va a cambiar totalmente ya no te vas a limitar en qué puedes y qué no puedes comer, para mí eso es ser saludable.

Entonces se ubica que ser saludable está asociado con una alimentación balanceada, hacer ejercicio, y es una práctica que se aprende de otros y se puede enseñar. La identificación de hábitos *fitness* hechos rutinas resulta significativo para las cuatro mujeres entrevistadas, pues están asociados a ciertos indicadores, tales como: estar o llevar una dieta, hacer ejercicio

---

<sup>18</sup> A partir de ahora las frases con sangría e interlineado de 1.15 corresponden a fragmentos de las transcripciones que se hicieron de las entrevistas. En el apartado de anexos se encuentran las transcripciones completas.

cada cierto tiempo, despertar a determinada hora, planear y cocinar sus comidas por adelantado y dormir temprano. Estos hábitos son enunciados por las mujeres cuando se les pregunta si ellas se consideran *fitness* y cómo lo describirían.

Como se puede observar, Zihu, Gabriela, Mónica y Debi concuerdan en que ser *fitness* implica un cuidado de sí a través de diversas prácticas, para la primera, es un cuidado personal general de todo, cuidado físico, cuidado emocional y cuidado integral; Gabriela dice que una persona *fit* cuida su cuerpo, el ambiente, o sea, todo lo que es de cuidado de tu cuerpo, de tu mente y:

Es un conjunto de cosas en lo que te llevas, hacia lo que alimenta, hacia lo que estás visualizando, con la gente que te rodea, con lo que realmente tienes en el cuerpo y que puedes hacer;

Mónica lo describe como:

Cuidas más tu alimentación, cuidas más tu sueño, cuidas, obviamente, tu cuerpo. Entonces, todo eso ya es un todo.

Debi lo entiende como:

Cuidar lo que comes desde el 1ero de enero hasta el 31 de diciembre y no solo eso, sino que es ejercicio.

En resumen, una persona *fitness* podría clasificarse como alguien que se cuida. Sin embargo, cuando las mujeres lo describen resaltan la presencia del cuidado del cuerpo, de la alimentación, del ejercicio, del sueño, y en el caso de Zihu, subraya la importancia del amor propio como el resultado del cuidado personal, pero no hay relación con estados de ánimo ni asociación a la necesidad de asistir a terapia. El testimonio de Zihu muestra que ella coexiste entre los estilos de vida mencionados anteriormente (página 106): el *wellness* y el *fitness*, aunque mayoritariamente se identifica con el primero. Puede ser que no conozca ese término y por ello no lo tenga escrito en su perfil de *Instagram*, sin embargo, a lo largo de sus testimonios el reconocimiento con el *wellness* se hace más evidente.

Es decir, el ser saludable se asocia, según el estilo de vida *fitness* y según Debi, Mónica y Gabriela, a prácticas físicas realizadas de manera rutinaria y no a prácticas emocionales o espirituales, como el *wellness* y Zihu sí recalcan. Asimismo, se resalta que los hábitos son maneras de hacer algo que van, conforme a la repetición de éstas, conformándose como algo natural. Entonces el ser saludable se identifica a través de hábitos específicos, en los que únicamente se trabaja el cuerpo y la alimentación y no el ser emocional, espiritual o intelectual, y se caracteriza, según las cuatro entrevistadas, por lo que hacen las personas tan repetidamente que se naturaliza, es decir, se convierte en hábito.

En el caso de las cuatro mujeres aún no existe una reflexión en torno a: ¿por qué se ejercitan todos los días? ¿por qué siguen una dieta? ¿por qué buscan cierta estética? Esto se verá a continuación.

Para Zihu, la relevancia del estilo de vida *fitness* como generador de hábitos puede expresarse de la siguiente manera:

Yo creo que cambiar hábitos hace que cambies de percepción y hace que cambies la forma de ver la vida y hace que veas tu vida más valiosa porque te está costando, te estás esmerando a hacerlo día a día.

En segundo lugar, la subdimensión dentro de ser saludable es la corporalidad *fitness*. En ésta se les cuestiona a las cuatro mujeres entrevistadas por las características del cuerpo que admiran o el que desearían tener, es decir, cómo se ve el cuerpo saludable o *fitness* que aspiran. Ante esto Gabriela, Zihu y Debi coinciden en que es, cada vez más, difícil distinguir a quienes tienen un cuerpo musculoso o marcado por el ejercicio y quienes lo han conseguido debido a alguna cirugía estética o intervención no quirúrgica. Sin embargo, inciden en la relevancia de una piel luminosa y como dice Gabriela: “Tu cuerpo refleja lo que tú comes”.

Para ella, el cuerpo muy desarrollado es causa de admiración, pues en éste se nota cada parte de los músculos y, por su profesión de cosmetóloga, para ella resulta imprescindible el tema de la piel pues en esta se nota si las personas no se hidratan o si no consumen complementos alimenticios como el colágeno. Zihu retoma el tema de la piel y la caracteriza como: maciza y dura, donde no se ve la flacidez y los músculos se marcan. También, Debi suscribe la importancia de una piel hidratada, cabello que no se quiebra y con

más brillo, los músculos son más notorios, la cintura normalmente es estrecha, no se les ve celulitis para reconocer el cuerpo de alguien *fitness* y saludable, además el cuerpo que ella admira es:

Es raro el mexicano que tú encuentres que tenga realmente un cuerpo, pues natural, que sea piernón y acinturado, y pompudo y de busto grande. Las brasileñas tampoco tienen el busto grande digo, están operadas, pero, por naturaleza tienden a ser muy piernonas, muy acinturadas y muy pompudas, es lo que admiro en ellas.

El testimonio de Debi conlleva a preguntarse si las características físicas de las personas dependen de la nacionalidad a la cual pertenecen. Lo anterior no es tan sencillo, pues la corporalidad de las personas responde a más cuestiones que solo la nacionalidad, es decir, en algunos casos la procedencia de los hijos es una y la de los padres es otra y, esto provoca un conjunto de características físicas de distintas partes del mundo. La observación de Debi parece sobredimensionar el cuerpo de un país distinto a México, así como la exaltación de las características idealizadas y generales de las mujeres brasileñas. Para Mónica los cuerpos con los que ella ha llegado a compararse son los de los *influencers* y son cuerpos: “Que se ven muy tonificados, los hombros redonditos, piernas grandes, las cinturitas”. Mónica asocia los cuerpos que admira con una cualidad: la dedicación y el esfuerzo y menciona:

Les admiro mucho porque realmente es demasiada dedicación en cuanto a todo: tiempo, dinero, esfuerzo. Todo.

Estos testimonios arrojan información sobre la normalización de las características corporales del ser saludable, así como de los hábitos asociados y reconocidos como válidos en el estilo de vida *fitness*. La fenomenología feminista (Zeiler & Folkmarson, 2014) permite cuestionar las normas sobre los cuerpos que suelen darse por sentadas, o bien, naturalizadas. Así como la naturalización, normalización y normativización alrededor de la noción de la salud como un conjunto de hábitos de consumo y prácticas físicas. Es decir, según la información obtenida, solo una de las cuatro mujeres comprende que la salud va más allá de actuaciones físicas y, aún así, no menciona la terapia como elemento clave requerido para ser una persona más saludable, tanto física, mental, actitudinal, emocional e intelectualmente.

El ser saludable, según las cuatro mujeres, recae en la rutinización de hábitos identificados como necesarios para conseguir características corporales específicas. Es decir, se observa que las prácticas que las cinco mujeres consideran como saludables están cada día más hechas cuerpo. Dicho de otro modo, se incorporan los logros que una debe cumplir a corto plazo como: despertarse a cierta hora, hacer ejercicio, estirar, alimentarse de cierto modo, suplementar y complementar esa alimentación; y a mediano plazo: bajar/subir de peso, no romper la dieta o el régimen alimenticio, descansar un día del ejercicio, pero los otros seis no fallar y conseguir el cuerpo deseado están alojados, cada día más, en los cuerpos.

Para las cuatro mujeres, la condición de ser saludable o no está incrustada en los hábitos y la transformación de éstos a rutinas. Así, estos testimonios arrojan luz sobre la constitución de la normalidad que, en tiempos de la cuarentena, se ha visto restituida y denominada como *nueva normalidad*. Es decir, las mujeres han tenido que modificar sus propios hábitos y rutinas, ya que éstas dependían de: la asistencia a un gimnasio y la posibilidad de ejercitarse de manera rutinaria; de una vida, relativamente, sin estrés que les permitiera dormir a cierta hora y determinado tiempo; de mantenerse ocupadas y no comer de más o comida chatarra, por mencionar algunos.

La incrustación de una noción de salud específica y las prácticas que la acreditan es, cada vez más visible en los cuerpos de las mujeres y en el perfil de *Instagram* de cada una de las mujeres entrevistadas. Así, mediante rutinas específicas demuestran a sus seguidores que ellas son saludables y se preocupan por mantenerse así a pesar de estar en medio de una pandemia y tener que permanecer encerradas. La repetición constante de las prácticas las convierte en rutinas que, a su vez, son identificadas por las mujeres como saludables y, las configura como un segmento necesario para pertenecer y ser reconocidas como parte del estilo de vida *fitness*.

### **Estilo de vida**

La dimensión estilo de vida corresponde a las prácticas identificadas como *fitness* por las mujeres entrevistadas. Al ser reconocido y descrito, lo *fitness*, según ellas corresponde a un todo. Asimismo, consta de cuatro subdimensiones: *fitness*, ejercicio, alimentación y corporalidad. En el primero se considera la vida que tenían antes de que la cuarentena arrasara

con los gimnasios obligándolos a cerrar, es decir, la realización de ejercicio diario, la presencia de un régimen alimenticio enfocado en bajar o subir de peso, según cada mujer, y la *cheat meal*. En la subdimensión correspondiente al ejercicio se consideran los indicadores: la edad de inicio de cada mujer en los deportes y la verificación de los efectos que tiene el ejercicio en sus cuerpos. En alimentación, los indicadores son: estar a dieta o en algún régimen alimenticio al momento de la entrevista, el consumo de algún o algunos suplementos alimenticios, así como el consumo de algún complemento alimenticio, la realización de exámenes de sangre antes de iniciar una dieta o régimen y la relación que tienen con la comida, como sea que ésta sea y, el cambio de alimentación narrado mediante alguna anécdota. La cuarta subdimensión es la corporalidad, donde los indicadores son: el deseo de cambiar algo de su cuerpo, las características del cuerpo *fitness* admirado, las especificaciones de los cuerpos que ellas consideran con ventajas y el cuerpo de las usuarias que recomendaron durante la entrevista.

El *fitness* fue mencionado como estilo de vida por las mujeres entrevistadas. Para Debi sería un sueño poderse dedicar al *fitness*, sin embargo, implica más tiempo y diversos factores. En sus palabras:

Sí me gustaría dedicarme en algún momento de vida por completo al *fitness* y a las competencias. Sí es un estilo de vida que a mí me gustaría llevar, pero sé que conlleva muchas cosas y también mucho tiempo.

El *fitness* como estilo de vida comprende a un grupo de personas cuyas actividades rutinarias están basadas en sus valores, intereses y su propia biografía y, así, configuran rutinas, consumos y actitudes específicas. A sabiendas de que “está influido por modelos existentes en una sociedad concreta, por las opciones personales y las oportunidades materiales que se dispongan” (Novo & Sánchez, 2010, p.). En esta investigación las oportunidades materiales disponibles son: las tecnologías, las aplicaciones y las plataformas digitales. Así, la teoría del actor-red permite comprender a las últimas tres como agentes que participan en la determinación de un estilo de vida y en el reconocimiento de las personas en éste.

Gabriela confirma lo anterior. El *fitness* se considera estilo de vida dado que las actuaciones son adoptadas y convertidas en rutinas por un número de personas que tiene o busca algo en particular. Ella dice:

La gente que tengo a mi alrededor regularmente es gente a la que le gusta el mismo estilo de vida que yo, o sea, porque son los que veo. Voy a la bici y veo gente que va a la bici, voy al gimnasio y veo gente que va al gimnasio, estoy en un spa donde trabajo todo lo físico, el cuerpo y todo eso. Entonces, en mi entorno está gente que se cuida, sí o sí, de alguno u otro modo cuidan algo de su ser. Llámese que alguna persona quiere venir y quiere que lo inyectemos para verse menos gordito, a mí eso en lo personal no me gusta tanto.

Gabriela parece preferir un estilo de vida igual al que tienen su círculo de amigos, es decir, ella considera que las prácticas que tiene son parte del estilo de vida *fitness* y sus amistades se acotan a éstas. Dicho de otro modo, parece delimitar a sus amistades según la práctica que tienen en común. Para Mónica el estilo de vida *fitness* requiere paciencia y es una actividad diaria que debe irse introduciendo poco a poco, incluso habla de un estilo de vida saludable para sustituir la palabra dieta, dice:

Es un estilo de vida que tienes que ir metiendo poco a poco, como alcohólicos anónimos, un día a la vez. Eso es lo que siempre digo: un día a la vez ve cambiando tus hábitos. Yo creo que está mal aplicado la palabra dieta, yo creo que es más a lo que tú dices: es un estilo de vida saludable.

Dentro de la subdimensión *fitness* se especifican los hábitos y rutinas necesarias para pertenecer al estilo de vida *fitness*. Estas son: ejercitarse diario, el cuidado de la alimentación y la presencia de la *cheat meal* o “gustitos”. Las cuatro mujeres, antes de la cuarentena, entrenaban mucho más seguido. Debi entrenaba de lunes a sábado sí o sí, de dos a cuatro horas diarias mientras Zihu ha tenido un cambio en su vida relatado por ella como tal, pues pasó de ejercitarse todos los días a hacerlo cuando tiene ganas:

No sé qué pasó, mi vida dio un giro en ese aspecto porque ya no visualizo hacer ejercicio con obsesionarme en que hoy tengo que hacer porque todos los días hago (sic)

Gabriela también se ejercita diario, ya sea en el gimnasio, dando clases de spinning, yendo a correr con su perro o en casa y aunque Mónica no especifica el número de veces a la semana que se ejercita, reconoce su gusto por el gimnasio y el cambio drástico por el encierro. Sin embargo, la noción del ejercicio diario con un día de descanso está presente en las nociones relacionadas con el *fitness* de las cuatro entrevistas.

Asimismo, la idea del cuidado de sí a través de ciertos hábitos alimenticios coexiste con las mujeres entrevistadas en la cotidianidad. Ellas lo denominan: dieta, alimentación balanceada, hábitos alimenticios, pero todas se refieren a lo mismo: de manera rutinaria planificar los alimentos necesarios en cada comida para alcanzar el requerimiento de ingesta calórica, en otras palabras, comer ciertas cosas dentro del límite calórico, según el deseo por subir o bajar de peso. Mónica jugaba fútbol americano y por ello se fue dando cuenta de la importancia que tiene la alimentación para los atletas, ya que tiene la capacidad de ayudar o perjudicar el rendimiento. En cambio, Gabriela ha vivido en dieta toda la vida, ya que ella lo ve como su manera de comer, de vivir y de transmitirle a su hija qué es lo que ella debe comer y dice:

Sí o sí, se te nota, que comes bien. Deja tú que hagas o no hagas [ejercicio], la manera de comer. Es más importante tu manera de comer que tu manera de ejercitarte.

Para Zihu implica algo más complejo, pues, dice, el problema que tiene con su tiroides ralentiza su metabolismo y esto genera que su cuerpo trabaje más lento y se tarde en procesar la comida, entonces ha tenido que ajustar sus porciones y escuchar su cuerpo poco a poco. Debi intenta llevar una alimentación balanceada y menciona: “El problema no es el uso sino el abuso” para referirse al consumo de carbohidratos. Zihu también habla sobre los hábitos requeridos para obtener el cuerpo deseado:

En este caso, físicamente, si quieres algo tienes que pagar el precio y pagar el precio de eso es dormir bien, es comer bien, es entrenar bien y comprometerte con lo que quieres.

Entonces, parece que la dieta en el ejercicio es una más de las actuaciones rutinarias necesarias para obtener el cuerpo que se desea y, sobre todo, para pertenecer al estilo de vida



*fitness*. Como Hijós (2017) recalca, los hábitos alimenticios se adoptan y transforman según lo ideales o cosmovisiones del mundo. Como se menciona anteriormente, la dieta significa y alude a diferentes cosas, según cada mujer entrevistada. Lo que para Gabriela es una constante en su vida y lo entiende como su manera de vivir y de enseñarle a su hija cómo debe comer, para Mónica, nutrióloga, significa todo lo contrario: la dieta es algo que se le pone a una persona enferma que busca recuperarse de alguna enfermedad u hospitalización, y prefiere denominarlo un “estilo de vida”. En palabras de esta mujer:

Es algo que tienes que ir haciendo día con día y lo tienes que ir metiendo a tu subconsciente porque llega un momento en el que es una rutina y ya no lo sientes como que es algo que tienes que hacer, sino que es algo de tu vida, definitivamente.

Zihu concuerda con lo expresado por Mónica al pensar que los nutriólogos enseñan a sus pacientes cómo comer, sin embargo, muchas veces no lo logran y expresa:

Ya trato de hacer dietas como a mí se me ocurran o como se me antojen, no es como que vaya con alguien, y ahorita empecé a hacer dieta de fruta en la mañana, jugos verdes y así, muy saludable y natural.

Debi, por su parte, estaba en régimen alimenticio cuando se le entrevista y comenta que su nutriólogo le ha dicho que se “desquita” con la comida cuando come más calorías de las que su cuerpo gasta diariamente. La estructura de su alimentación, al momento de la entrevista fue:

Un régimen alimenticio que no es de seis veces al día porque no estoy para competir, pero cuando menos estoy haciendo mis cinco comidas reglamentarias que son tres fuertes y dos de consuelo y pues bastante agua porque yo soy del café cuatro o cinco tazas al día si no me paras. Entonces, estamos intercambiándolo por tecito y pues tomando más agua.

Mónica habla de los gustitos como la solución a los atracones de comida que la hacían sentir “culpa de engordar a la güey” y prosigue:

Es mejor tratar de llevar una relación sana y equilibrada con tus comidas para evitarte esos sentimientos de culpa después de darte tus gustitos, pero yo creo que fue por eso.

En cambio, Debi lo entiende como un consentirse y, aunque dice estar en paces con la comida, prefiere que un nutriólogo experto en el tema, la guíe en la alimentación justo para evitar consentirse con la comida. Gabriela, para explicar este tema, opta por contar una anécdota que escenifica que se permite comer ciertos alimentos que, ella sabe y considera como algo que nunca come pues podía compensar lo que comió de más haciendo ejercicio y ya con eso no se trauma:

Sí llega una temporada en la que la ansiedad te ataca y es como: ¿por qué no voy a comer esto que jamás como? Por ejemplo, este lunes me mandaron unos esquites con tostitos... ¿un lunes yo iba a comer eso? Jamás en la vida. Y me lo comí, no me importó, dije: al rato hago cardio, mañana hago ejercicio. Y ya no es como que me traume. El cuerpo va a llegar y si yo sé que ajusto una dieta mi cuerpo va a mejorar sí o sí.

En esta anécdota resulta evidente la compensación idealizada de comer de más un día y al otro ejercitarse de más para quemar las calorías ingeridas, práctica habitual cuando se trata del *fitness*. También, visibiliza que, tanto en Gabriela y Debi, como en Mónica, hay sentimientos de culpa al comer “de más”. Esto lleva a reflexionar en torno a si el autocontrol de no comer lo que se antoja o se desea está justificada por el anhelo de tener un cuerpo con ciertas características físicas. Además, pareciera que existe un permiso consciente de comer ciertos alimentos fuera de la dieta o régimen alimenticio cuando al otro día o ese mismo día se hará más ejercicio. Entonces, lo que resalta no es la mala alimentación o la ingesta de ciertos alimentos “chatarra” sino la falta de determinación para ejercitarse después del consumo de éstos. El ejercicio aparece para resarcir la culpa por la ingesta calórica de ciertos alimentos “indebidos” o “malos”.

Con respecto a la *cheat meal*<sup>19</sup>, las cuatro mujeres reconocen su presencia en el régimen alimenticio que cada una lleva. Mónica, la nutrióloga, por ejemplo, abogó por un equilibrio entre: “Ejercicio, sueño, tu alimentación, darte tus gustitos, también lo veo dentro de lo que es sano, y la relación sana con tu familia.”

---

<sup>19</sup> La *cheat meal* es la comida trampa, equivale a una estrategia alimenticia que permite incorporar cierta comida rica en calorías un día por semana, ello para equilibrar la dieta o un régimen alimenticio estricto.

“Darse los gustitos” significa no estar en una dieta estricta y restrictiva, sino una acorde a los objetivos, ya que si una persona se priva mucho puede tener ataques de ansiedad y comer de más. La comida trampa o *cheat meal* es una solución ante las dietas estrictas, da permiso de comer un solo día y en una sola sentada alimentos que no estarían aceptados en una dieta o régimen hipocalórico, casi como si un día entero o en una comida específica no contaran las calorías ingeridas. Gabriela explica a continuación lo que sucede con la ansiedad.

Sí llega una temporada en la que la ansiedad te ataca y es como: ¿por qué no voy a comer esto que jamás como? Por ejemplo, este lunes me mandaron unos esquites con tostitos... ¿un lunes yo iba a comer eso? Jamás en la vida. Y me lo comí, no me importó.

En la categorización de las fotografías de los perfiles de Gabriela, Zihu, Mónica y Debi aparecen estas prácticas: Gabriela sale comiéndose una dona, Mónica le toma fotos a sus alimentos equilibrados y sanos, además en la descripción escribe recetas de postres saludables; Debi y Zihu no suben ese contenido a sus perfiles, pero sí a historias. En los cuatro perfiles aparecen fotos dándose sus gustitos o comidas “chatarra” o fuera de la dieta o régimen alimenticio. Sin embargo, esto se da de manera diferenciada.

La segunda dimensión que compone el estilo de vida corresponde al ejercicio, cuyos indicadores son la edad de inicio en la práctica del entrenamiento con pesas o en el gimnasio y la verificación de los efectos que tiene el deporte en sus cuerpos.

En cuanto a la edad de inicio, el por qué y cómo fue, Debi comenta que fue su madre quien la llevó a clases de ballet clásico desde los 4 años y a los 9 años tomaba clases de natación y gimnasia. Para Gabriela el comienzo en el mundo del deporte fue a los 6 años en danza y en karate. Ella, al igual que Debi, han practicado otros ejercicios. Gabriela en basquetbol y volibol y Debi en lucha grecorromana. Mónica, en cambio, jugó futbol americano y comenzó a cargar pesas en el gimnasio por una lesión en el hombro, sin embargo, ya conocía el mundo del *fitness* por su padre. Zihu es la única que inicia su camino a los 21 años, considerándose ya adulta joven (Marín, 2005) y que comienza a ejercitarse por el deseo de mantener el peso que ya había bajado anteriormente con dieta.

Los antecedentes con los deportes que Gabriela, Debi y Mónica narran han marcado sus vidas en la adolescencia y en la adultez en términos de actitud ante la práctica de ejercitarse, es decir, la formación de incluir en su rutina diaria el deporte o ejercicio las ha encaminado a la configuración de horarios específicos para entrenar, la ingesta de ciertos alimentos para el rendimiento, por mencionar algunos. Así, esta trayectoria deportiva las ha insertado en un estilo de vida donde el cuerpo es un elemento central para ciertas prácticas. Además, según ciertas lesiones las han orillado a iniciar el estilo de vida *fitness* por requerimientos médicos. En el caso de Mónica fue el hombro el que, tras asistir con un médico que le recetó fortalecer el músculo con levantamiento de pesas en el gimnasio, propició que se inscribiera al gimnasio y comenzara a gustarle.

La línea delgada que divide las nociones: deporte y *fitness*, no recae en la rutinización, repetición y organización de las prácticas dado que ambas se sostienen allí, sino que en la primera existe una competencia y, por tanto, una idea de ganar. En cambio, en la segunda, el objetivo recae en la transformación del cuerpo para que los músculos sean más visibles. Resulta importante mencionar esto por la trayectoria deportiva que tres de las cuatro mujeres entrevistadas narran.

Además, los antecedentes deportivos de Gabriela, Debi y Zihu han sido impulsados, en mayor o menor medida, por la madre de cada una. Si bien, no en todos los casos el impulso o la intención de la madre es la misma y no podría saberse si no se le entrevista, la presencia de la madre juega un papel importante en la conciencia corporal que va, poco a poco, construyéndose. Para Gabriela, que siempre ha tenido problemas para subir de peso, la disciplina la hereda de su madre; para Debi su mamá significó la entrada al mundo del deporte, ya que la inscribió desde pequeña a numerosas disciplinas. En cambio, en el caso de Zihu, la disciplina corporal y el mostrar su cuerpo cubierto con poca ropa en fotografías que publica en sus diferentes perfiles de plataformas sociodigitales ha sido una forma de rebeldía frente a su conservadora madre.

Entonces, pareciera que la trayectoria deportiva que han tenido las mujeres entrevistadas, al menos tres de ellas, ha derivado en la reproducción de un estilo de vida

encaminado al cuidado corporal, el *fitness*. Así como la presencia y el impulso de sus madres para inscribirse o iniciar su camino por el estilo de vida *fitness*.

Debi describió el momento de inicio en el entrenamiento con pesas de la siguiente manera.

Yo tenía, creo que 16 años. Digo, yo venía haciendo ejercicio toda mi vida porque hice de todo un poco, pero que yo dijera: “quiero hacer esto” y es algo diferente: me metí a un gimnasio por primera vez tenía 16 años porque quería ser competidora en lucha grecorromana que, se podría decir que es la disciplina que a mí me vio nacer en esto, la practiqué desde los 11 hasta la fecha la sigo practicando.

En la experiencia de Mónica la entrada al mundo del ejercicio fue:

Como que poco a poquito a acompañarlo dos días o tres días y, va a ser muy chistoso, pero, o sea, realmente yo tengo una foto, creo que tenía como cuatro años, y yo estoy en medio de dos amigos de mi papá que eran fisicoculturistas, mi papá y yo una cosita así de nada.

El caso de Zihu aparece una explicación más elaborada en función de su cuerpo y su sentir sobre éste.

Sí, eso fue hace como seis años [ella tiene 27], y empecé a hacer ejercicio porque tuve un trauma de chiquita, no gordita, llenita, bueno, desde la secundaria era llenita y mi obsesión siempre era que me molestaban con eso. Entonces me metí a hacer ejercicio para mantenerme. Llegué a pesar 44 kilos y cuando eso pasó me encantaba hacer ejercicio y después estaba súper delgada y pasó lo de mi tiroides, me operaron y tuve rebote.

En el caso de Gabriela, ella se inscribió al primer gimnasio en su vida a los 17 años; Mónica a los 18 años; Debi a los 16 y Zihu a los 21 años. Las cuatro mujeres entrevistadas se inscribieron al gimnasio en edades similares y, aunque fue por razones diferentes, las cuatro continúan, al menos hasta antes del cierre de los gimnasios por la covid 19.

Desde la categorización de Marín (2005) tres de las cuatro entrevistadas comenzaron su mundo por el ejercicio durante la adolescencia, únicamente Zihu era adulta joven. Esto resalta pues es una práctica que, tras los años, la repetición y la incorporación se ha convertido en un estilo de vida que, a su vez, configura, moldea y corporaliza los significados sobre la

salud, el ejercicio, y los modelos normativos sobre lo que es bueno, saludable, malo y/o que enferma.

En el estilo de vida *fitness* se celebran los cambios físicos en donde las personas muestran un antes y después marcado por el ejercicio y una alimentación hiper o hipocalórica. Por ello resulta relevante conocer cómo las cuatro mujeres corroboran tales efectos, es decir, no interesa conocer si existen estos efectos, sino que ellas estén atentas a estos cambios corporales y con qué significados los relacionan.

Por ejemplo, sobre la verificación de los efectos que tiene el ejercicio y un régimen alimenticio en sus cuerpos, Debi dice:

Normalmente tengo fotos muy marcadas, o sea, donde ya me veo muy marcada, pero sí tengo algunas comparativas de esa foto con mi foto inicial. A lo mejor no el intermedio del proceso, pero sí mi primera foto así gordita cachetona con mi foto donde estoy mega más marcada y a unas dos semanas de subirme a competir. Pero, así como tal documentar seguido creo que no.

Para Gabriela, los vídeos haciendo ejercicio al inicio de la pandemia contrapuestos con cómo se encuentra su cuerpo al momento de la entrevista son significativos. Así lo expresa:

Justo hace ratito estaba viendo unos vídeos que subí justo cuando empezó la pandemia cuando empecé a hacer ejercicio en casa y que aún conservaba mi forma de gimnasio, ¿no? Hoy sí me sigo viendo fuerte, pero más pequeña.

Para Mónica las fotografías o vídeos son una herramienta que utiliza en su trabajo como nutrióloga, comenta:

Sí, son fotografías de archivo que son para ver los progresos [...] lo que yo hago es hacer la comparativa de lo que son las fotografías y sí les pido que sea en el mismo lugar y prácticamente a la misma hora para que la luz no les modifique mucho lo que son los cortes de grasa que se pueden ver. Yo creo que nos cuesta más a veces hacerlo con uno mismo, porque no sé si te pasó, pero definitivamente viendo la realidad de tu cuerpo tú dices: “¿a poco así me ven los demás? Yo digo ¡Dios! ¡Una disculpa!” [se ríe] Entonces sí, yo creo que es más difícil hacer esa comparativa contigo misma, pero sí te ayuda demasiado.

El testimonio anterior esboza lo que más adelante se desarrolla como “hiperconciencia corporal” que está fundamentada en la conciencia corporal. En términos generales la última escenifica la percepción de la realidad en el cuerpo, es decir, cuando Mónica se cuestiona sobre cómo es visto su cuerpo por otros y reflexiona en torno a la representación de los cuerpos según la luz, la pose y la ropa para visualizar los cortes de grasa o el músculo, está haciéndose consciente de la comparación que existe, a partir de las fotografías, consigo misma. Así, tanto la conciencia como la hiperconciencia corporal están sociocultural e históricamente atravesadas, dado que se desarrollan según ciertos agentes y según ciertas nociones de salud, belleza. Es decir, la representación de lo saludable y de lo bello enmarcan la hiperconciencia corporal que las mujeres tienen de sí mismas. Dicho de otro modo, las poses para verse más delgadas, los ángulos para verse más altas o para visualizar los cortes de grasa o dónde están desarrollándose sus músculos, son ejemplificaciones de la hiperconciencia corporal.

Asimismo, este testimonio da cuenta de cómo la fotografía se ha convertido en el agente que interviene en el transcurso de la conciencia a la hiperconciencia corporal, dado que permite evaluar el cuerpo a partir de cómo se considera que otros lo miran, así como la vigilia constante de la pose o el ángulo para ver su cuerpo de diversas maneras. La posibilidad de autofotografiarse y observar en la pantalla del celular o *smartphone* el cuerpo y la pose de éste plantea una confrontación consigo mismo que, inevitablemente, lleva a preguntarse lo que Mónica se cuestionó: “¿A poco así me ven los demás?” propiciando la hiperconciencia corporal que, a su vez, resulta en una vigilia constante por cómo se ve el cuerpo que, además, se acompaña de una comparación con otros cuerpos que se visualizan en las plataformas sociodigitales.

Las fotografías, coinciden las cuatro mujeres, se vuelven una herramienta para comparar los cambios corporales, si es que existen, tras llevar un régimen y una rutina de ejercicio o tras decidir no continuar por unos meses con la práctica *fitness*. Resalta el papel de las fotografías digitales por su facilidad para tomarse y almacenarse, pero también como un agente más en el juego de la comparación con una misma y felicitarse por las mejoras o castigarse porque no existen tales. También, Mónica aporta un dato interesante a la discusión,

pues menciona la modificación de los cortes de grasa que se pueden ver en las fotografías dependiendo de la luz, el lugar, la hora a la que es tomada la foto. Esto demuestra lo volátil, inestable y voluble que resultan las fotografías como testigo de los cambios corporales, dado que los elementos que intervienen en la visualización son muchos. Si bien, *Instagram* es una plataforma sociodigital que tiene un peso marcado en la definición de la estética *fitness*, sin embargo, se considera que la clave de *Instagram* como agente en el estilo de vida *fitness* recae en la posibilidad de fotografiarse a cualquier hora, en cualquier momento y la publicación de la fotografía con miras a ser vista por muchos ojos.

La inestabilidad de la fotografía como testigo relativo de los cambios corporales coincide con la nueva tendencia en *Instagram* y TikTok donde las mujeres, cada día más, publican fotografías de sí mismas sin posar, o bien, mostrando las diferencias corporales en las fotografías al posar, al no posar, al tener buena luz, al utilizar ángulos diferentes. Más adelante se amplía esta reflexión.

Mónica, por su parte, también deja entrever la acentuación de la comparación, ya no con otras u otros, sino con una misma. Y no se sabe qué puede resultar más dañino, si estar constantemente sintiéndose culpable por lo que alguna vez fue y ahora ya no puede ser porque su metabolismo cambió, porque el cuerpo se modificó, o bien, estar continuamente viendo fotografías de otras personas y desear parecerse o sentirse menos o más por lo que ve en otras personas. Zihu piensa distinto que Mónica.

Fíjate que no tengo ese problema de compararme con mi yo del pasado. Siento que en este momento mi cuerpo está mejor que antes y siento que se ve mejor que antes, pero fíjate que nunca me he obsesionado en buscar o comparar el antes y el después. Realmente es que antes estaba delgada y ahorita siento que estoy tonificada. Me gusta más como me veo ahora.

El reconocimiento que Zihu tiene de su cuerpo y, sobre todo, el gusto que ahora siente por cómo se ve, está relacionado con la noción del *fitness* que acompaña a los cuerpos tonificados, donde algunos músculos se dejan ver por la disminución del nivel de grasa. Ella identifica que le gusta más cómo se ve actualmente porque empata con el estilo de vida *fitness*.



Según Mónica es más difícil mantener la pista de los cambios corporales en una misma que con otros, y aunque cuesta hacer esa comparativa, sí ayuda. Al contrario, Zihu no tiene ese problema con estarse comparando con su yo del pasado o con quien alguna vez fue, quizá porque, como ella comenta, no suele documentar el proceso de sus cambios corporales mediante fotografías, o bien, quizá tiene que ver con que ella lleva menos tiempo realizando las prácticas identificadas con el estilo de vida *fitness*. Sin embargo, en futuras investigaciones se pretende adentrarse en cómo y a qué ayuda la comparativa con una misma, con el yo del pasado o con otras personas.

La tercera dimensión dentro de estilo de vida refiere a la alimentación, es decir, las actuaciones, elecciones y hábitos alimenticios. En esta los indicadores son si están a dieta o régimen al momento de las entrevistas; si consumen algún suplemento y/o complemento alimenticio; si se han hecho análisis de sangre antes de iniciar una dieta o si únicamente acuden al nutriólogo o comienzan una dieta por cómo se ven o cómo se sienten; la actual relación que tienen con la comida y la narración anecdótica del antes y después de un cambio en su régimen. Asimismo, el énfasis en las sensaciones y emociones al subir o bajar de peso.

De acuerdo con el levantamiento de información, Debi no se encuentra en un régimen tan estricto, al momento de la entrevista, como lo estaba antes de iniciar la pandemia, es decir, ha pasado de comer seis veces al día porque estaba preparándose para competir en fisicoculturismo a comer solo cinco veces al día porque el nutriólogo así se lo pide. El régimen en el cual se encuentra Debi es para bajar de peso, al igual que Mónica. Ambas estaban, antes de la pandemia, en preparación para competir en fisicoculturismo, por lo que tenían un régimen estricto. Mónica, contrario a Debi, considera que restringirse en cuarentena es mucho más difícil y prefiere no hacerlo tan rígidamente. Zihu sigue una dieta que ella misma se ha inventado, según cómo se siente, lo que tiene ganas y lo que su cuerpo le pide. Tanto Zihu, Mónica y Debi están en déficit calórico, es decir, desean bajar los kilos subidos durante los primeros meses de la cuarentena, en cambio, Gabriela está en dieta hipercalórica, es decir, desea subir los kilos que bajó durante la cuarentena.

Debi dice:

A veces cuando estoy triste me da por comer lo que me encuentre y mucho. Entonces es como yo solita me saboteo, ¿no? Y de repente, a la mañana siguiente me da un ataque de tristeza tremenda por haber estado de gordita un día antes y me deprimó. Y me vuelvo a deprimir y vuelvo a comer más, entonces es como un amor apache el que tenemos la comida y yo [se ríe] Pero, yo creo que he tenido la madurez últimamente de decir: bueno, no me voy a exigir al grado de hace unos meses como estaba completamente metida y de lleno en una estricta alimentación, seis veces al día, cada tres horas y a horas específicas, pero tampoco me voy a desmandar.

Para Debi el autosaboteo consiste en comer más calorías de las que requiere en su vida cotidiana que tienen como resultado subir de peso. *Instagram* pareciera ser una plataforma sociodigital que se utiliza como herramienta de vigilia del cuerpo, sin embargo, el agente que interviene en la auto vigilancia es, también, la fotografía. Así, las plataformas sociodigitales como *Instagram* se convierten en agentes que, a su vez, visibilizan la estructura que contribuye a que las personas se vigilen y, por tanto, se regulen. Debi narra que el saboteo consiste en comer de más, no en publicar en *Instagram* que lo ha hecho, es más, no suele publicar contenido así a menos que vaya acompañado de la referencia de que es una *cheat meal* o comida trampa. Además, la exigencia de Debi se calmó por el contexto sociocultural e histórico por el cual estaba pasando: la cuarentena por la Covid 19.

Zihu, por su parte, confiesa:

Como tengo problemas de tiroides [...] tardo en procesar la comida y mi metabolismo es súper lento. Por esa razón siempre trato de cuidarme. Entonces busco, por ejemplo, ahorita cambié mi dieta porque ya trato de hacer dietas como a mí se me ocurran o como se me antojen, no es como que vaya con alguien, y ahora empecé a hacer dieta de fruta en la mañana, jugos verdes y así, muy saludable y natural. Pero he probado de todo, hago cereal de avena, como carne y tortilla obviamente no la dejé, pero sí trato de medirme una o dos diarias.

Se observa que, según el metabolismo de cada una de las entrevistadas, están lidiando con la subida o bajada de peso por el exceso de calorías y la falta de quemarlas a través del ejercicio, en el caso de Zihu, Debi y Mónica, o bien, por ya no recibir el mismo número de calorías que cuando entrenaban, en el caso de Gabriela. Asimismo, las cuatro mujeres están

lidiando con el cambio de hábitos que ha significado el encierro por la pandemia, sin embargo, más adelante se interpreta a profundidad esta temática.

El optimismo con el que iniciaron la cuarentena las cuatro mujeres correspondía con la posibilidad de ejercitarse en casa y seguir a dieta, sin embargo, tras dos meses de encierro y ante la imposibilidad de acceder a algún centro deportivo pronto, Gabriela, Zihu, Mónica y Debi comienzan a decaer. En el caso de las tres últimas comenzaron a comer más calorías de las que estaban quemando, razón por la cual, incrementaron su peso corporal. En el caso de Gabriela, ella narra que, al dejar de ejercitarse con la misma intensidad y dejar de consumir calorías de más, su cuerpo bajó de peso. Entonces, se describe un cambio, obligado, de hábitos por la pandemia. Esto tuvo repercusiones en los cuerpos de las mujeres entrevistadas, así como en sus sensaciones y sentimientos respecto a sus propios cuerpos y sobre la alimentación que llevaban. También, existe una revaloración de qué comer, cuándo comerlo y por qué.

La importancia que tiene el consumo de complementos en el estilo de vida *fitness* resulta relevante para Gabriela, quien consume BCAAS, óxido nítrico y ha llegado a tomar glutamina en algunos momentos cuando su cuerpo se siente desgastado, la toma para reforzar las articulaciones. Contrario a las otras tres entrevistadas que no consumen suplemento ni complemento alimenticio actualmente.

Las cuatro mujeres argumentan no haberse hecho estudios o análisis de sangre antes de iniciar una dieta o régimen. Es decir, inician una dieta no por salud respaldada mediante análisis médicos, sino por cómo sienten su cuerpo, cómo se ven o porque ya no les quedan sus pantalones. Ninguna de las mujeres mencionó a las fotografías como agente que interviene en la decisión de iniciar una dieta, es decir, no modifican su alimentación por lo que ven en fotos, sin embargo, la subida de peso sí influye en dejar de tomarse fotografías.

Sobre las razones por las cuales inicia una dieta, Debi dice:

Soy codependiente a las básculas, tengo una en mi clóset, ella y yo somos enemigas, no nos llevamos bien. Tengo el problema de que cuando yo siento que un pantalón

ya me aprieta de las piernas o no me sube o no me siento cómoda voy y me peso y ¡Dios de mi vida! ¡Un kilo! ¡Dos kilos! Lo que sea que haya subido ya no puedo más.

Para Mónica la justificación para empezar una dieta es la siguiente.

Hay ciertos tipos de cuerpos que llaman más la atención que otros, entonces en cuanto a mercadotecnia te empiezas a sentir bombardeada de esos anuncios o de personas que ves en la calle, principalmente anuncios y dices: “yo quiero tener ese tipo de cuerpo porque es el tipo de cuerpo que llama la atención”. Y pensé que era momento de hacer dieta, pero en realidad en ese momento había muchísima desinformación sobre dejar de comer pan o tortillas y va más allá de eso. Yo realmente nunca tuve algún desorden con la comida, pero sí era de que había ocasiones que sí me daba mis atracones y ya sabes, después la culpa de engordar a lo güey.

Zihu decidió iniciar una dieta cuando:

Detecto que me hincho del estómago, o me da colitis nerviosa o no me quedan los pantalones o me siento súper hinchada e inflamada de las piernas y cansada. Ahí es cuando cambio la alimentación porque ya es demasiado.

Mónica es nutrióloga y confirma que nunca ha hecho una dieta en la que se sienta mal, mareada o deficiente en alguna vitamina o mineral, sin embargo, afirma que, la razón principal por la cual empezó una dieta:

Fue más por estética, por lo que veía en el espejo. También por lo que veía en fotos porque ya sabes, la *selfie* donde buscas el mejor ángulo, entonces hay veces en las que escondemos ese tipo de cosas, pero no faltan las reuniones familiares donde hay fotos grupales y entonces dices: “¿así es como me ve la gente? ¡Qué oso!”. Ahí es cuando digo ya no, hay que ponerse bien a llevar la alimentación sana, no es que yo quite mis gustos, pero sí le bajo de comérmelos tres veces a la semana cómetelo una vez a la semana.

Anteriormente, se mencionó la diferencia entre llevar un estilo de vida *fitness* y uno sano, entendiendo que pertenecer o llevar una práctica *fitness* no significa, necesariamente, querer estar sano, sino verse sano. Es decir, la asociación de la salud con una estética particular. Esto lo confirman los testimonios de las cuatro mujeres entrevistadas cuando narran la toma de decisiones para introducir una práctica y una serie de hábitos y rutinas a sus vidas, tales como hacer ejercicio y llevar un régimen alimenticio específico según sus

objetivos corporales. Esto empata con la idealización de una salud estética, donde lo sano se ve y se identifica por las características corporales de las personas.

Asimismo, las entrevistadas refieren a la sensación corporal de hinchazón o inflamación, esto se relaciona con la “hiperconciencia” que las mujeres desarrollan sobre su cuerpo. Este es un término propio que surge de la interacción de la investigadora que escribe esta tesis con las mujeres entrevistadas donde la primera se da cuenta de que ella ha vivido lo que estas cuatro mujeres narran. Es decir, un vaivén de reflexividad en torno a la corporalidad y el estar en el mundo. La hiperconciencia o hiperreflexividad es un concepto utilizado en las neurociencias y la psiquiatría, y se trata de un exceso de existencia en el mundo, es decir, prestar demasiada atención a lo que sucede en el cuerpo al interactuar con el exterior. Sin embargo, en esta investigación no se cae o pretende caer en cuestiones psicologistas, sino adecuarlo según la sociología, la antropología, la comunicación y el estudio de la cultura digital.

Esto consiste en un primer esbozo de lo que podría denominarse hiperconciencia corporal, a la cual podría añadirse el apellido de lo digital. Antes debe comprenderse lo que la conciencia corporal propone. En ella “el cuerpo se vuelve indispensable a la hora de estudios cognitivos sobre el sentido de pertenencia o de agencia de nuestros actos” (Rodríguez, 2010, p. 44), además “proporciona el punto de vista a partir del cual la conciencia le da sentido al mundo” (Rodríguez Vergara, 2010, p. 44).

La conciencia corporal “implica una multitud de prácticas sociales o físicas que va adquiriendo el cuerpo desde sus inicios” (Rodríguez, 2010, p. 44), por ello, cuando se aboga por una hiperconciencia corporal se refiere al conjunto de prácticas sociales y físicas que van haciéndose cuerpo, y, además se añaden: 1) Aquellas actuaciones que identifican a los cuerpos como dependientes del sexo al cual pertenecen o al género con el cual se identifican las personas; 2) Las prácticas establecidas y descritas por los medios tradicionales, como la televisión, la radio y los medios impresos, que dictaminan cómo deben verse los cuerpos, lo normal, lo anormal, lo enfermo, lo que se ve mal, lo feo y lo hermoso; 3) La remediación de la cámara que permite tomar fotografías cuando sea y donde sea, siempre y cuando uno tenga celular, y que, además, facilita la visualización constante de los defectos corporales, los

faltantes y excesos hechos cuerpo y, en comparación con otros cuerpos; 4) La remediación de una mirada a miles de miradas que juzgan, dictaminan y toman acción mediante “me gusta” o comentan de forma positiva o negativa sobre cuerpos que no son el propio.

Entonces, la hiperconciencia corporal, concepto y propuesta propia desarrollada a partir de los hallazgos, resulta en un exceso de conciencia sobre el cuerpo, lo que le hace daño, cuando sube de peso, cuando un pantalón no sube y de qué parte no sube, la sensación de cansancio al subir de peso, la constatación de que algo resulta difícil de digerir, la aparición de estrías o celulitis al subir de peso; además de la forma para disfrazar los defectos o partes del cuerpo que no gustan mediante poses, el conocimiento de cómo posar, dónde y a qué hora, dependiendo de la luz para que se marquen o no los músculos o para que se marque o no la celulitis. Y se le suma la comparación con otras miles de personas que publican sus mejores fotografías a plataformas sociodigitales, así como, la comparación con una misma a través de fotografías a lo largo de la vida, aparte de la particularidad de las fotos que muestran el antes y el después. Cabe resaltar que la hiperconciencia corporal, se considera, más presente en las mujeres.

La hiperconciencia se refiere al control y la vigilancia corporal con la que las mujeres, y sus cuerpos, han crecido, se han desarrollado y, por tanto, se ha normalizado. Dicho de otro modo, los modelos normativos corporales están inmersos en las prácticas de las mujeres a través de la hiperconciencia corporal que dictamina cómo sentarse, cómo no hacerlo, cómo caminar, cómo deberían verse las piernas, el abdomen, los glúteos. Algunos ejemplos son la idealización de la mujer como la señorita que no debe sentarse con las piernas abiertas, que debe caminar recta y moviendo la cadera, por mencionar algunos.

La fenomenología feminista resalta lo anterior argumentando lo sujetas que están a la mirada de las otras dictaminada por la mirada de los otros, es decir, la mirada de las mujeres atravesada y sujeta por la dictaminación heteropatriarcal (Lauretis, 1993). En esta investigación se observa que las mujeres entrevistadas parecen sujetas y autosujetas, vigiladas y autovigilan constantemente sus cuerpos y que empaten con la estética *fitness* que tiene particularidades que, más adelante, en la subdimensión corporalidad, se exploran. Así, en la sujeción intervienen numerosos agentes, por un lado, las propias mujeres, sus propias

biografías y trayectorias, y por el otro, la familia, los hombres que opinan del cuerpo, las amigas, los conocidos. Así como, también, las tecnologías digitales, aplicaciones y dispositivos que miden los cuerpos y los inscriben; los medios escritos como las revistas, los blogs; la televisión y la radio; las plataformas de *streaming*; las plataformas sociodigitales como *Instagram*, *Facebook* y *Tiktok*.

### ***Fitness* y respaldo científico**

En esta sección se habla sobre la relación que existe entre los hábitos de las mujeres entrevistadas y su sustento médico. Uno de los temas más importantes que toca esta tesis es si lo *fitness* en verdad es saludable y para ello, hay que poner atención en la dimensión objetiva de la salud.

Sobre realizarse análisis de sangre antes de iniciar una dieta, Debi afirma:

No siempre que empiezo una dieta me los hago porque es la verdad, me los hago más cuando voy a empezar una preparación para competir y casi siempre son porque alguna vez tuve una deficiencia de hierro y tuve anemia.

Al contrario, Gabriela igual que Zihu, tuvo problemas de salud y por ello procura hacerse:

Exámenes cada seis meses por control y porque estuve mal de la tiroides que ahorita ya desapareció, pero hace mucho tiempo estuve mal de eso. Entonces, sí de la mano con mis estudios siempre porque yo soy mucho de que me enfermo del estómago por alguna razón, que me dio hepatitis y me dio tifoidea y esas cosas, cuando era muy joven. Ahora ya no, salgo con niveles normales.

Contrario a lo que se pensaría por el problema que tuvo en la tiroides, Zihu no se hace estudios. Las razones las expone a continuación.

Fíjate que no. Cuando empiezo a hacer dietas no suelo ir a sacarme estudios porque una de las cosas que me dijeron los doctores es que no me pedían que me quitara ningún alimento, simplemente fue tratar de medirme.

Los testimonios corroboran lo anteriormente planteado: la salud en el estilo de vida *fitness* no se corrobora con estudios o análisis médicos, sino mediante las sensaciones corporales, la ropa que ya no queda o queda grande. O bien, mediante la comparación de las

fotografías. Es decir, gana lo subjetivo en cuestiones de la salud asumida como cambios corporales.

En los cuatro casos analizados, las mujeres no se hacen estudios de sangre al empezar una dieta o régimen, sino cada seis meses porque tuvieron ciertas enfermedades o padecimientos, o bien, porque van a competir y deben tener los niveles en cierto punto o porque para competir deben consumir más suplementos y complementos, e incluso en algunos casos, deberán inyectarse hormonas o BCAAS para modificar sus cuerpos.

La última subdimensión dentro de la dimensión: estilo de vida corresponde a la corporalidad. En ella se exploran los testimonios de las cuatro mujeres pertenecientes a la corporalidad *fitness*. El primer indicador refiere a si cambiarían algo de su cuerpo, qué sería y qué reflexiones hay alrededor de esta pregunta.

En los dos siguientes indicadores se describen las características de un cuerpo *fitness* y el cuerpo digno de admirarse o que ellas admiran. El cuarto indicador apunta a las usuarias recomendadas durante la entrevista y lo que la recomendación permite inferir del contenido que consumen Zihu, Gabriela, Mónica y Debi y de la contemplación de otros cuerpos mediante *Instagram*. Y, por último, la descripción de lo que ellas consideran como cuerpos con ventajas y qué ventajas tienen.

Párrafos atrás se discute sobre el estilo de vida *fitness* que perpetúa las nociones de salud, saludable y sano identificándolas con características corporales específicas. Asimismo, la idealización del *fitness* hecho cuerpo, es decir, cómo se ve un cuerpo *fitness*, está relacionado con qué debería modificarse para pertenecer y/o ser reconocido como parte en este estilo de vida, por ello durante las entrevistas se les preguntó a las cuatro mujeres si cambiarían algo de su cuerpo. Ante esto, Debi responde:

Siempre he tenido mucho problema con mis piernas, con la fijación de mis piernas. Pero a partir de que empecé a hacer fisicoculturismo las he llegado a aceptar y me siento cómoda con ellas. [...] En este momento solamente volver a perder esa grasita que tengo de más. Pero, en mi estructura no cambiaría nada. Me gusta tal y como soy. O sea decirte quisiera tener más grande o pequeño esto, la verdad es que no. Yo siento que no cambiaría absolutamente nada de mi físico. Lo único que podría cambiar de



mi cuerpo serían esos kilos de más o esa grasita de más que adquirí en estos meses en los cuales simplemente me abandoné.

Resalta que Debi comenzó el camino de aceptar sus piernas gracias al trabajo con pesas y esto la ha hecho agradecer y sentirse cómoda con la fisonomía que tiene. Si bien, ella resalta que no cambiaría nada en su estructura, sí argumenta que modificaría los kilos de más que adquirió en los meses que inició la cuarentena, aproximadamente de marzo a septiembre. Asimismo, sobresale la alusión al abandono para referirse a subir de peso porque comía de más o porque era la manera en la que estaba lidiando con el estrés y la incertidumbre de vivir y sobrevivir a una pandemia global que ameritaba una cuarentena global. Esta sensación de abandono corporal por subir de peso se repite bajo la expresión “me dejé” o “se dejó” para referirse a alguien que ha dejado de cuidar su físico. Más adelante se profundiza en la noción de otredad para resaltar esas prácticas que identifican a alguien que no se cuida. Resulta llamativo que ahora podría hablarse de un abandono corporal cuando se sube de peso.

Para Gabriela el deseo de cambiar algo de su cuerpo no existe. Incluso rió tras responder la pregunta y dice:

Mmm no. No cambiaría nada [se carcajea]. No, fíjate que siempre que he querido algo digo: hójole la pantorrilla estaría increíble que la tuviera un poquito más grande, pero no me trauma porque soy delgada y ni modo que tuviera una pantorrillona... O sea, no hay manera. Me vería mal, realmente lo pienso y bueno, es una idea. Se vería un poquito bonito si tuviera un poquito más de volumen, pero no me lo cambiaría. Por ejemplo, me lo han preguntado, algo que no tiene nada que ver con los músculos que puedo trabajar y son las bubis... me han preguntado: “¿te operarías?” Y yo: “No. Me encantan mis bubis pequeñas”.

Si bien, ha considerado cambiar algo de su cuerpo, está consciente de que si modificara algo de su cuerpo ya no concordaría con sus proporciones. Sin embargo, en la narración de Gabriela deja ver que existe una opinión o un cuestionamiento por parte del otro, en primer lugar, sobre el cuerpo de ella, y en segundo, sobre la parte del cuerpo que ella no puede modificar mediante el ejercicio o la alimentación que son los senos.

Mónica coincide en la deducción que Gabriela hace sobre la parte del cuerpo que no puede modificar con ejercicio o dieta:

Lo que no puedo cambiar de mi cuerpo con ejercicio o con la dieta, definitivamente es mi nariz, nunca me ha gustado mi nariz, pero creo que eso entra dentro de otros temas. Entonces, yo creo que ahorita, si algo quisiera yo hacer sería bajar algunos kilos que se subieron esta cuarentena, definitivamente. Pero sí, definitivamente es algo de lo que sí debo de tener mucho en cuenta porque suba tantito o baje tantito de peso me doy cuenta con la ropa y en la cámara: cachetes. Lo primero que me doy cuenta cuando subo de peso.

La afirmación que Mónica hace sobre no poder cambiar con ejercicio o con dieta su nariz lleva a preguntar: si hace ejercicio, ¿por qué quiere cambiar su cuerpo? Es decir, pensar que el ejercicio y la dieta son prácticas que permiten cambiar el cuerpo y no actuaciones que posibilitan el estar sanas, nuevamente confirma que el estilo de vida *fitness* está conformado por hábitos o prácticas que, fundamentalmente, se basan en querer cambiar el cuerpo para encajar con cierta estética. Más adelante se enuncian las características físicas que un cuerpo *fitness* debe tener para ser considerado, únicamente por cómo se ve, como aquel que escenifica el estilo de vida *fitness*. Al igual que Debi, Mónica quiere cambiar los kilos que subió durante la cuarentena.

Asimismo, en el testimonio de Mónica se vislumbra a la fotografía como agente y herramienta que evidencia la subida de peso, sea a través de *selfies*, fotografías que otros toman o bien, frente al espejo. Para Mónica, la ropa, la cámara y los cachetes son “indicadores” que ha subido de peso.

Por otra parte, la formación pedagógica que tiene Zihu se hace visible en sus narraciones en donde destaca el aprendizaje y la visión procesual de las experiencias. Leamos su testimonio.

Mira, en algún momento sí lo pensé y eran mis brazos, sin duda. Pero después de que me enfoqué más en mí y en el amor propio pensé: “hay personas que ni siquiera tienen brazos y yo me quejo de los míos” y realmente me funcionan súper bien, me ayudan a hacer ejercicio, me ayudan a hacer cosas que me apasionan y como ¿por qué tendría que modificar algo si la función es la misma? Obviamente mis brazos delgados, gorditos, lo que sea, van a funcionar igual, simplemente es por estética y a lo mejor la gente no lo visualiza y yo soy la única que está acomplejada con eso. Puede ser que haya personas que ni siquiera detectan que mis brazos están así, pero yo ya lo dije. Solo es percepción de cada quien, y creo que la percepción a tu cuerpo te la das tu

misma, no es por aceptación de nadie. Y a final de cuentas la gente no va por la vida viéndote qué tienes mal, simplemente es tu complejo y tú crees que la gente lo visualiza y hay veces que la gente ni siquiera se da cuenta.

En el discurso de Zihu se deja entrever una suerte de superación corporal, por llamarla de algún modo, donde pasa de fijarse en la estética del cuerpo a percatarse y darle más importancia a la funcionalidad del cuerpo. Así, también, reflexiona sobre los defectos que ella puede identificar en su cuerpo que la acomplejan, pero que quizá otras personas no miren o sean motivo de admiración. Sin embargo, no se comprende por qué existe la práctica cotidiana de fotografiar constantemente su cuerpo y, así, publicar ese contenido en su perfil de *Instagram*. Es decir, ¿para quién son esas fotografías? Si son únicamente para ella, ¿por qué publicarlas?

Los defectos que una misma ve en su propio cuerpo pueden ser fascinación para otras. El punto es qué función cumplen las plataformas sociodigitales como *Instagram* y la posibilidad de fotografiarse en todos lados, desde cualquier ángulo, en cualquier momento y a cualquier hora en esta subjetividad. Mónica, por su parte, reflexiona de la siguiente manera.

Conforme vas creciendo y vas viendo, igual, te comparas con otras personas y dices: “bueno, realmente no estoy mal. Estoy dentro de lo normal, estoy bien, ¿no?” Entonces, yo creo que más que modificarlo sería cuidarlo, no dejarte ir de extremos a extremos. Ni muy... va a sonar feo, pero: ni muy gorditos ni tampoco tan delgados, ¿no?

Sin embargo, continúa presente la comparación con otras para determinar qué tan normal es el cuerpo de una. Para las cuatro mujeres resulta muy diferente el deseo de cambiar algo de su cuerpo, tanto la parte o el músculo que cambiarían como su actitud ante la pregunta. Debi lo toma con seriedad, Gabriela y Mónica se ríen y lo toman con gracia y Zihu reflexiona más al respecto. Sin embargo, las cuatro mujeres han pensado o considerado, en algún momento de sus vidas, modificar algo de su cuerpo, es decir, es un pensamiento que han tenido, ya sea por intervención de otros, por las fotografías, por la comparación con otros cuerpos o por el espejo.

La segunda subdimensión corresponde a las características que tiene un cuerpo *fitness* y cómo lo identifican las cuatro mujeres entrevistadas. Esto empata con las características del cuerpo que admiran pues Zihu, Gabriela, Mónica y Debi resaltan ciertas características corporales similares a sus propios cuerpos, además la admiración a esos cuerpos está sujeta por lo que ellas cambiarían del suyo. A este respecto, Debi expresa lo siguiente:

Las brasileñas tampoco tienen el busto grande digo, están operadas, pero, por naturaleza tienden a ser muy piernonas, muy acinturadas y muy pompudas, es lo que admiro en ellas. Y me identifico un poco con ellas porque yo también soy una persona que tampoco tiene mucho busto y de lo que es la cadera hacia abajo soy muy grande. Entonces yo tenía problemas para poderme aceptar cuando era más chica por lo mismo de que, pues los niños son crueles, y los niños te dicen que estás gorda. Y pues no estás gorda, solo estás bien piernuda.

En este testimonio se confirma que la admiración a ciertos cuerpos con determinadas características físicas está sujeta por lo que ellas cambiarían del suyo: Debi admira en las brasileñas lo que identifica en su propio cuerpo. La anécdota de su niñez y la violencia simbólica y verbal que sufrió por parte de quienes le decían que estaba gorda permite pensar que la visualización de cuerpos que se parecen al suyo y que ella identifica como sanos y bellos le han ayudado a conciliar las partes de cuerpo que antes no le gustaban. Es decir, lo que ella ve en los cuerpos de las mujeres que admira lo asocia con su propio cuerpo y la posibilidad de verse como ellas.

Esta admiración a cuerpos similares al suyo sucede, también, en el caso de Gabriela, el cuerpo que admira es aquel parecido al suyo o al que podría llegar a tener si lo trabajara con mucha disciplina. Lo caracteriza así:

Es como grande de las piernas, una pompa así como súper redondita; se le define el cuádriceps, se le define el femoral, tiene la pantorrilla que se ve que la ejercita, tiene un hombro súper formado [...] Pero, admiro tanto eso y me encanta verlo, pero siento que yo en mi cuerpo no lo llevaría a ese extremo. Yo admiro mucho eso porque sé lo que cuesta, sé lo que te lleva a eso porque la última temporada, mi mejor momento fue en febrero. [...] O sea, yo tenía esas formas. Realmente yo podría ver una foto de febrero y una foto de esta chica que admiro y no le pediría nada a ella. Así me siento,

pues, y no lo llevaría a más porque siento que ya no... También pierdes un poquito el estilo y tu esencia.

Siguiendo con las comparaciones corporales, Gabriela contrasta su cuerpo y el que tiene la mujer que ella admira y recalca que podría tenerlo así y que, incluso en su mejor momento, así lo tuvo. Ambas coinciden en ciertas características del cuerpo que admiran y lo caracterizan así: la importancia de una pierna definida donde se marquen los músculos del femoral, cuádriceps y pantorrilla, glúteos grandes y redondos.

En cambio, el cuerpo admirado o que deseaba tener Mónica es diferente. Según ella “sí me hubiera gustado ser más delgadita. Es así como una de las cosas (sic) que no puedo cambiar, me gusta mi cuerpo tal y como es, pero sí me hubiera gustado”.

Mónica y Zihu coinciden en la figura delgada, contrario a Debi y Gabriela que le dan más importancia a la definición y el tamaño grande de los músculos. Zihu habla de un “típico” cuerpo que han vendido a través de comerciales y anuncios, ahora también, en plataformas sociodigitales y lo define de la siguiente manera:

El típico cuerpo que siempre han vendido: delgadas, marcadas y así, ese es el cuerpo que, yo creo, toda mujer busca [...] claro, el cuerpo perfecto todas lo queremos, ¿no? 90-60-90, pero hasta esas medidas, para mí, llegas a un punto en el que te ves como anoréxica. A mí me encanta la gente con carnita, con piernitas boluditas y así. Es más, que tenga pancita, ¿no? No tiene nada de malo, para eso existen las poses, las haces y si te quieres ver como tal persona pues posas y te vas a ver súper bien.

El testimonio de Zihu resulta complejo porque, por un lado, afirma que todas las mujeres quisieran tener un cuerpo con medidas: 90-60-90, busto, cintura y cadera, correspondientemente, y así, se incluye entre esas mujeres. Y, por el otro, se diferencia de la generalización de lo que todas las mujeres desearían y recalca que a ella le gusta la gente con carnita. En esta narración se deja entrever la tensión entre los modelos normativos construidos e impuestos según el contexto sociocultural y los gustos propios edificados intersubjetivamente. Así, se visibiliza la negociación entre la agencia de cada persona y la red de asociaciones de la cual forma parte.

En este mismo testimonio Zihu reconoce la importancia de las poses para mostrar lo que cada una desea, es decir, nuevamente la fotografía se presenta como aquella herramienta que relativiza la corporalidad al mostrarse diferente según la pose, la luz y el ángulo. Se deja ver como actor que da pie a la aparición de las poses como estrategia para mitigar el exceso de grasa en alguna parte del cuerpo. Es decir, las fotografías encuadran y amplían las posibilidades de lo que se muestra, cómo se posa y qué se resalta.

Respecto a las características que, según las mujeres entrevistadas, tiene el cuerpo *fitness*, Zihu dice:

Pues no sé. La verdad es que hay veces que la gente edita sus fotos, entonces está cañón identificar eso. O sea, las redes sociales para mí son un engaño total. Literal. Hay mucha gente infeliz subiendo cosas que son felices y realmente no lo es. La verdad, si nos metemos a las redes sociales ayudaría muchísimo por cómo lo comparten. Ahí es una forma de darte cuenta de que le gusta y desde años lleva haciendo eso. También te das cuenta en su físico, en sus brazos, en la fuerza, pero no están tan marcados. Se ven tonificados, ese es el punto.

En este testimonio Zihu hace una crítica de las plataformas sociodigitales y la proyección de un determinado tipo de cuerpo.

Además, aparece, nuevamente, la fotografía como actor en la red de asociaciones que permite a las personas editar sus cuerpos y, entonces, dice Zihu, imposibilita o dificulta la identificación de quién es *fit* y quién no lo es. Además, es la primera vez que se presenta en las narraciones la participación de las plataformas sociodigitales bajo la denominación de “redes sociales”.

### **Plataformas sociodigitales y cuerpo**

Zihu relata una doble participación de éstas para determinar si alguien lleva un estilo de vida *fitness* o no. Es decir, por un lado, obstruye el reconocimiento de si alguien se cuida o no porque existe la posibilidad de editar el cuerpo en las fotografías, y, por el otro, la observación del historial de los perfiles en las plataformas sociodigitales es una herramienta para establecer quién lleva años en ese estilo de vida o dedicándose a eso. Es decir, las fotos publicadas en el perfil y las historias se convierten en testigos de las prácticas que tienen las

personas. Entonces, los perfiles en las plataformas sociodigitales y las fotografías son actores que definen y visibilizan las prácticas que tienen las personas y, así, las registran y reconocen como parte de un estilo de vida.

La característica que Zihu destaca en el cuerpo *fitness* es la tonificación de los músculos, que coincide con lo que Gabriela describe como un “cuerpo padrísimo”:

Qué padrísimo cuerpo porque tiene súper definidas sus formas. Es como grande de las piernas, una pompa así como súper redondita; se le define el cuádriceps, se le define el femoral, tiene la pantorrilla que se ve que la ejercita, tiene un hombro súper formado... O sea, es como sus formas. Ya no te cuento el abdomen como lo tiene porque yo quisiera en mis sueños, o sea, lo tiene demasiado perfecto. [...] para mí un cuerpo *fitness* es aquel donde se te nota, porque sí o sí, se te nota, que comes bien. Deja tú que hagas o no hagas, la manera de comer. Es más importante tu manera de comer que tu manera de ejercitarte. [...] Yo no te puedo decir que lo veas como en un físico de: mira se ve fit, porque puede ser falso. Me refiero a esto de la gente que ocupa cosas. Esto se nota en lo que comemos, en la piel, una piel más luminosa... Yo que estudié cosmetología, todo el tema de la cara... Todo es tu piel.

Como podemos hacer notar, ambas coinciden en que lo que se muestra puede ser falso o estar editado, sin embargo, Gabriela sí prioriza más propiedades corporales como: formas definidas, piernas grandes, glúteos redondos, cuádriceps y femoral definidos, pantorrilla ejercitada, hombro formado, abdomen marcado, piel luminosa. La importancia que tiene la piel para determinar si alguien es *fitness* o no también resulta vital para Debi. Según esta mujer:

Yo siento que una persona *fitness* [...] es una persona que se cuida realmente no solamente físicamente, sino que también cuida su salud y su cuerpo estén bien. Y ¿cómo se ve? Bueno, tú realmente te das cuenta de una persona *fitness* que su piel está bien hidratada, su cabello no se le quiebra y se ve con más brillo, lo que puedes notar es que sus músculos son más notorios, su cintura normalmente es estrecha, no les vas a ver celulitis, las estrías sí.

Habría resultado interesante indagar qué entiende Debi por cuidar la salud y el cuerpo y por qué se diferencia de cuidarse solamente físicamente. Es decir, qué particularidades reconoce ella como cuidar la salud. Sin embargo, esto será para futuras investigaciones, ya

que, no resulta posible por el tiempo que requiere hacer una tercera entrevista. Asimismo, define el cuerpo *fitness* con las siguientes particularidades: piel hidratada, cabello fuerte, brillante y no quebradizo, músculos más notorios, cintura estrecha, no celulitis, pero sí con estrías. Estas últimas son evidencia de los cambios corporales en la piel, por ello es una característica que Debi identifica como parte del cuerpo *fitness*. Mónica coincide y dice:

A mí me encanta los cuerpos de Crossfit creo que son muy fuertes. [...] Me gustan mucho los cuerpos que se ven muy tonificados, los hombros redonditos, piernas grandes, las cinturitas... Todo eso es lo que me encanta. Les admiro mucho porque realmente es demasiada dedicación en cuanto a todo: tiempo, dinero, esfuerzo. Todo.

Mónica caracteriza el cuerpo *fitness* como aquel que se ve muy tonificado con hombros redondos, piernas grandes y cintura pequeña. Entonces, las cuatro mujeres coinciden en que el cuerpo de alguien *fitness* debe estar tonificado, es decir, que se marquen y definan los músculos. Gabriela, Mónica y Debi enfatizan las piernas grandes, la cintura pequeña, los glúteos grandes y redondos, la piel brillante e hidratada.

El cuarto indicador señala cuáles son las usuarias que recomiendan Zihu, Gabriela, Mónica y Debi, ello permite inferir cuál es el contenido que consumen, así como el tipo de cuerpos que contemplan a través de *Instagram*.

Zihu recomienda a @santiagopgm, quien es arquitecto y fotografía mujeres en ropa interior o traje de baño, es decir, semidesnudas. A continuación, se muestran las dos imágenes del perfil indicado. Zihu afirma su gusto por sentirse sensual y piensa que en las fotografías que publica @santiagopgm:

No se ve lo morboso, simplemente se ve muy sexy y muy sensual. Me gusta su contenido porque siempre busca la creatividad para todo.



Imagen 13. Captura de pantalla del perfil de @santiagopgm en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 14. Captura de pantalla del perfil de @santiagopgm en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

No se ahonda, durante las entrevistas, sobre las razones por las cuales siguen ciertas cuentas, únicamente se les pide que recomienden usuarios o usuarias que ellas sigan. En el caso de Zihu y @santiagopgm el contenido que ella publica en *Instagram* empata con el cual sigue, es decir, ella enfatiza lo sexy y la sensualidad sin caer en el morbo o lo vulgar, además de la presencia de la creatividad en las fotografías, mismo que pretende emular en su perfil. Esto sucede igual con Debi, ella se siente identificada, hasta cierto punto, con las tres usuarias que recomienda, a continuación, las imágenes.

Imagen 15. Captura de pantalla del perfil de @viviwinkler en *Instagram*



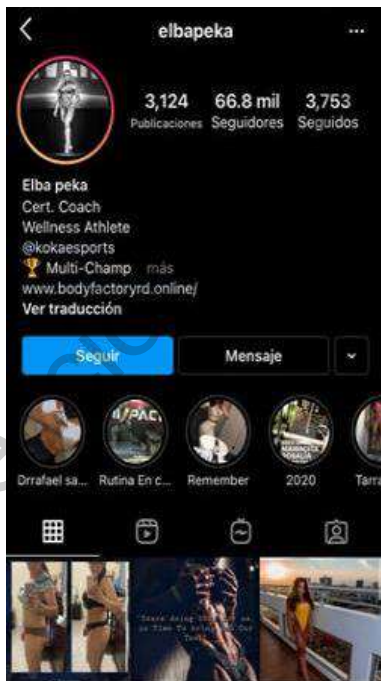
Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.



Imagen 16. Captura de pantalla del perfil de @viviwinkler en *Instagram*

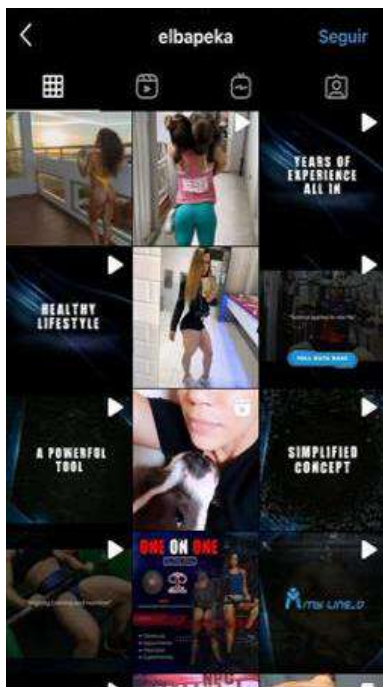
Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 17. Captura de pantalla del perfil de @elbapeka en *Instagram*



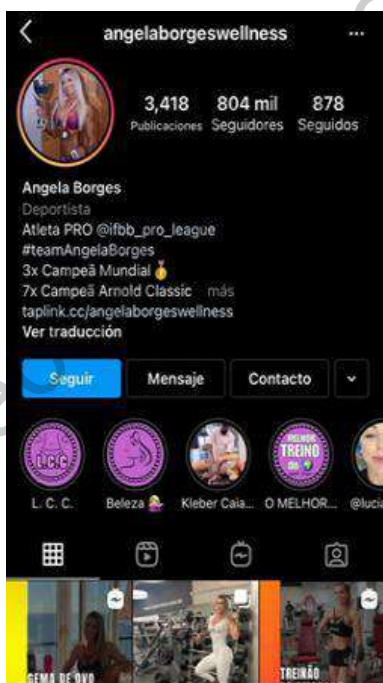
Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 18. Captura de pantalla del perfil de @elbapeka en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 19. Captura de pantalla del perfil de @angelaborgeswellness en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 20. Captura de pantalla del perfil de @angelaborgeswellness en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Los tres perfiles llaman la atención y ante la pregunta, Debi explica por qué los sigue

A mí me gusta mucho una brasileña que tiene mi misma edad, se llama Viviwinkler, ella es competidora de bikini wellness. Casi todas las que sigo que me motivan mucho son brasileñas, es Elba Peka y Ángela Borges, son mi wow y las tres son bikini wellness, esa categoría a mí me gusta mucho.

Se subrayan ciertos elementos de este testimonio, el primero de ellos es, nuevamente el reconocimiento de sí misma con las mujeres a las que sigue al mencionar que tienen la misma edad y que las tres están en la categoría bikini *wellness*, la categoría favorita de Debi y en la que pensaba competir en abril del 2020 antes de que la pandemia por la covid 19 la forzara a recluirse y cancelara los eventos masivos. También, enfatiza la motivación que le proporcionan las usuarias que sigue.

Asimismo, se observa que las usuarias son mujeres que se dedican al *fitness* y el contenido que publican son: vídeos de rutinas de ejercicio, fotos en el gimnasio, fotos con

ropa deportiva, fotos y vídeos de recetas, fotografías del antes y después y fotos en traje de baño. Esto empata con el contenido que Debi publica en su perfil de *Instagram*, además concuerda con la categorización de las fotografías realizada en la etnografía para el Internet (Hine, 2015) con los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*.

Es decir, en el *#gym*, las categorías que más se repiten son: 1) Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio (16 veces); 2) Foto con ropa deportiva cuerpo completo en la calle (8 veces); 3) Foto con ropa casual cuerpo completo en casa (7 veces); 4) Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio (7 veces); 6) Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio cuerpo completo en el gimnasio (6 veces). En el caso de esta etiqueta se hace visible la homogeneización de los cuerpos a través de ciertas fotografías que sirven como testigos de que lo *fitness* se muestra a través de mostrar el cuerpo completo. Además, las imágenes que más se repiten sitúan a las personas en el gimnasio, sea con ropa casual o deportiva, casi como si solo por estar en el gimnasio la fotografía ya diera cuenta de que se hizo ejercicio, inclusive a pesar de no retratarse mientras se hace ejercicio.

Bajo el *#fitness*, las más frecuentes son: 1) Foto con ropa deportiva cuerpo completo en la calle (13 veces); 2) Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio (12 veces); 3) Selfie con ropa casual (10 veces); 4) Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle (8 veces); 5) Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa (6 veces).

Y con el *#fitnessmotivation*: 1) Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio (17 veces); 2) Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio en el gimnasio (14 veces); 3) Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio (13 veces); 4) Foto con ropa casual parte superior del cuerpo (7 veces); 5) Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle (6 veces).

Fotografiarse con ropa deportiva aún si se está en la calle es una práctica del estilo de vida *fitness*, la foto frente al espejo en el gimnasio o en casa, las selfies, el mostrar el cuerpo completo en las fotografías son prácticas fotográficas del estilo de vida *fitness* que empatan según la sistematización de los perfiles de las cuatro mujeres entrevistadas, los perfiles de los

usuarios que recomendaron y la categorización de las 312 imágenes bajo los #gym, #fitness y #fitnessmotivation.

Para Mónica y Debi el contenido que consumen en *Instagram* las motiva y, en el caso de Mónica le recuerda, visualmente, que sí quiere tener un cuerpo fuerte y parecido al de Brooke Wells, ella narra:

Hay una chica, a mí me encanta los cuerpos de Crossfit creo que son muy fuertes, y esta chica es de crossfit y me encanta, se llama Brooke Wells. Es una chava fuertísima, no sabes, me encanta. A lo mejor no tanto el contenido, pero cuando veo que sube alguna fotillo por ahí sí me motiva, me hace darme cuenta de que sí quiero.

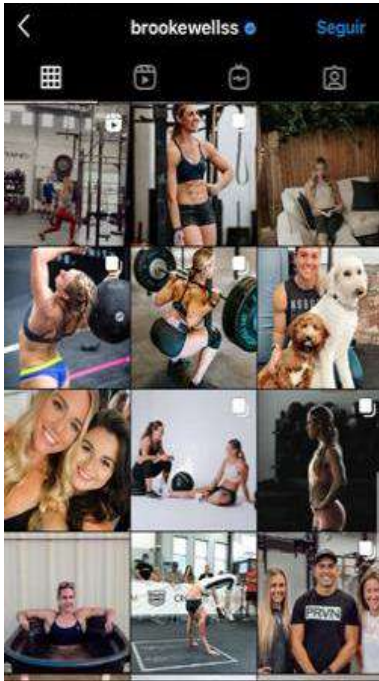
La razón por la cual Mónica sigue esta cuenta en *Instagram* se debe a que empata con el estereotipo corporal que a ella le gusta, es decir, enaltece los cuerpos fuertes y musculosos. Además, menciona que el contenido no la motiva, sin embargo, las fotografías la hacen darse cuenta de que sí quiere llevar un estilo de vida *fitness*. Es decir, Mónica resalta el papel que tienen las fotos en su estado anímico que la impulsa a actuar o realizar determinadas prácticas. A continuación, las imágenes del perfil de Brooke Wells:

Imagen 21. Captura de pantalla del perfil de @brookewellss en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 22. Captura de pantalla del perfil de @brookewellss en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

La captura de pantalla de todos los perfiles recomendados se lleva a cabo el 12 de febrero del 2021 y se analizan, a grandes rasgos, las fotografías captadas. En el perfil de Brooke Wells se hallan fotos con mascotas, fotos en el gimnasio, fotos haciendo ejercicio, vídeos haciendo rutinas de ejercicio, fotos en ropa interior o traje de baño, fotos con amigos. Esta categorización de las fotos coincide con las que Mónica publica en su perfil, sobre todo aquellas en las que muestra a sus amigos y mascotas y que se encuentra en el gimnasio, o bien, ejercitándose.

La categorización de las fotografías que suben las mujeres a las que siguen Debi y Mónica empata con el contenido que sigue Gabriela. A continuación, las imágenes de los perfiles que ésta última recomienda:



Imagen 23. Captura de pantalla del perfil de @anita\_herbert en *Instagram*



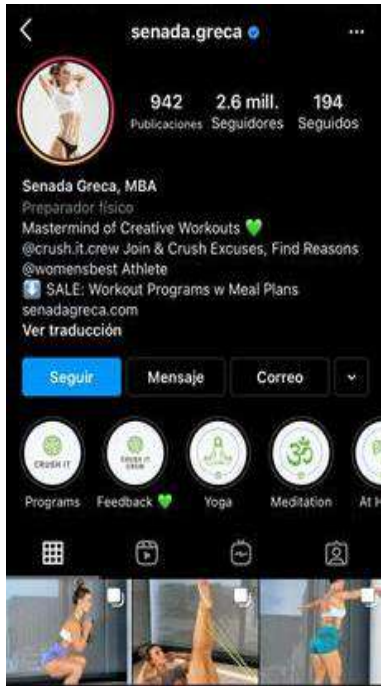
Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 24. Captura de pantalla del perfil de @anita\_herbert en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 25. Captura de pantalla del perfil de @senada.greca en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

Imagen 26. Captura de pantalla del perfil de @senada.greca en *Instagram*



Fuente: Captura de pantalla de *Instagram* hecha con el celular.

En estas imágenes encontramos una concurrencia del tipo de fotos que suben las mujeres seguidas por Gabriela, Debi y Mónica. En estas últimas se repiten las fotos que muestran el antes y después, vídeos haciendo rutina de ejercicio en casa y en gimnasio, fotos en traje de baño, fotos en el gimnasio, fotos con ropa deportiva, vídeos o fotos de comida.

En la recomendación de Gabriela no se ahonda en las razones por las cuales sigue y consume el contenido de Senada Greca y de Anita Herbert, sin embargo, empata con el contenido que ella genera en *Instagram*. Únicamente narra: “Senada Greca, así aparece. Hay otra chica que se llama Anita Herbert de cuerpo *fit*”

La definición que Gabriela da sobre el cuerpo *fitness* se observa y materializa en la corporalidad que tienen Senada Greca y Anita Herbert, es decir, cuando ella menciona que tienen un cuerpo *fit* las mujeres que recomienda está confirmando cómo se visualiza la corporalidad *fitness*.

Entonces, en el caso de las cuatro mujeres entrevistadas, todas recomiendan contenido con el cual se identifican en cierto nivel. Ya sea porque el contenido que publican los perfiles recomendados se parece al contenido que ellas publican o porque éste las motiva. Gabriela, Mónica y Debi recomendaron cuentas *fitness* con las cuales existe cierto reconocimiento: por el cuerpo, por el tipo de fotografías que suben, y, sobre todo, por las prácticas que muestran visualmente.

El último indicador resulta de una respuesta que narra Mónica durante la primera fase de las entrevistas, donde dice que hay algunos cuerpos que tienen mayores ventajas que otros. Ante esto, se decide añadirlo como pregunta para la segunda etapa. Es decir, se les interroga a las cuatro mujeres si ellas consideran que algunos cuerpos tienen más ventajas que otras y cuáles son las características de éstos. La respuesta de Mónica llama la atención.

Yo creo que sí, visualmente hay unos cuerpos que llaman más la atención que otros. Yo creo que como mujeres siempre está el rollo de que por ser mujer a veces tienes más ventaja, por ejemplo, en los bares, ¿no? Entonces hay veces en las que te invitan una copita porque le gustaste al tipo, ¿no? Puede ser una de esas ventajas, aunque no está tan chido. [...] Pero también hablando sobre metabolismo hay algunos que tienen

más ventajas que otros. Hay cuerpos de mujeres que son casos no tan frecuentes en donde las mujeres comen y comen y no engordan, pero también puede ser que no están subiendo de peso, pero sus niveles de colesterol y triglicéridos están altos. [...] pueden tener ventajas y desventajas ciertos tipos de cuerpos, hay otros que bajan el porcentaje de grasa un poquito más rápido. [...]

Ante la afirmación de que algunos cuerpos llaman más la atención visual que otros, se le vuelve a interrogar a Mónica si piensa que los cuerpos curvilíneos tienen más ventajas que el cuerpo delgado, y responde:

Sí y no porque es más fácil encontrar un pantalón recto o un pantalón al que no se le hagan bolsas para una persona más delgada que no tenga tanta cadera y su cinturita tan pequeña. Yo tengo muchos problemas para encontrar pantalones [...] me pueden subir de las piernas, pero “me nadan” o se me hace una bolsa en la parte de atrás. [...] yo creo que la mayoría de mi ropa casi siempre es deportiva o los pantalones que ya sé que el modelo se adapta. [...] A mí me encantan los bralettes y el cuerpo delgadito tiene esa ventaja de que puedes llevar un bralette tranquilamente y no lo consideran morboso o no es lo primero que voltean a ver. [...] Un cuerpo tan prominente de arriba a mí eso ya no me gusta, prefiero caderas pero yo no puedo escoger, es lo que me tocó.

Ambos testimonios arrojan información sobre la superioridad de un tipo de cuerpo sobre otro, para Mónica los cuerpos delgados tienen mayores ventajas por la ropa con la que pueden ser vestidos y esto otorga libertad de movimiento, pero también porque no llaman la atención al ser vestidos con un escote. Es decir, la mirada del otro permea lo que ella vive como algo que se puede denominar como “superioridad corporal”, además de la facilidad para encontrar pantalones.

Mónica describe su experiencia al ser mujer y vivir cierta “ventaja” porque, en algunas ocasiones, cuando una asiste a un bar llega un hombre que le invita un trago, y, tras decir esto, pareciera que se arrepiente y subraya que, si bien, lo identifica como una ventaja de ser mujer, “no está tan chido”. Este testimonio no podía dejarse pasar, aunque no habla sobre las ventajas corporales de ser mujer, deja ver y comprender el sentido de las diferencias de género. A recordar que la fenomenología feminista visibiliza la experiencia corporal intersubjetiva, es decir, construida en la interacción con otros, es por ello que Mónica

construye su idea de cuerpos con mayores ventajas que otros, en primer lugar, desde su género y experiencia al interactuar con otros, y en segundo, desde la construcción intersubjetiva de su propio cuerpo.

Además, Mónica al ser nutrióloga comprende sobre los metabolismos más convenientes, sin embargo, permanece la pregunta de ¿convenientemente para qué? Es decir, ella denomina cuerpos con mayores ventajas aquellos que tienen un metabolismo que les permite comer sin engordar y enfatiza que, en algunos casos, éstos tienen los triglicéridos o el colesterol altos. No obstante, ella identifica como ventajoso aquel cuerpo que puede bajar de peso fácilmente o bien, que no engorda.

La presencia del metabolismo para sustentar la superioridad de algunos cuerpos sobre otros es recurrente, también, en los testimonios de Gabriela y Debi. La primera dice:

Para mí los cuerpos que tienen ventaja dependen de para qué. Un cuerpo que tiene ventaja es aquel que tiene volumen y ya solamente lo moldeas [...] Un cuerpo con ventaja sería de ese tipo de cuerpos que ni le cuesta subir ni le cuesta bajar y sí hay gente que si come se infla y si deja de comer carbohidratos se marca. [...] puede subir a su antojo y bajar a su antojo. Y ya los que están en desventaja sería aquel cuerpo que es una persona un poquito más llenita y le cuesta trabajo bajar, hay personas que les mueves la dieta y así suben rapidísimo y así bajan rapidísimo. [...] depende del metabolismo o su anatomía.

Para Gabriela, las ventajas recaen en la capacidad adaptativa de los cuerpos, es decir, que no les cuesta trabajo bajar de peso o subir de peso, según sea el objetivo de la persona. Sin embargo, identifica que el cuerpo en desventaja es aquel que tiene más masa corporal o “está más llenita” y tiene problemas para bajar. Esto deja ver que el inconveniente es estar gorda y no poder bajar de peso. Dicho de otro modo, tener kilos de más o estar gorda solo es inconveniente o te hace estar en desventaja cuando no puedes dejar de estarlo. Pareciera que esa es la lógica, ya que Gabriela no menciona la desventaja de estar delgada y no poder subir de peso. Es decir, si bien la ventaja de algunos cuerpos depende del metabolismo y de la anatomía, sigue permeando la gordura o el tener kilos de más como aquel estereotipo corporal que tiene mayores problemáticas y obstáculos. Los cuerpos gordos, pareciera, son la antítesis del estereotipo corporal hegemónico en el estilo de vida *fitness*.

En el testimonio de Debi, otra vez, se relaciona la ventaja corporal con un metabolismo rápido, es decir, con aquellos cuerpos que queman más calorías a lo largo del día. Ella dice:

Hay personas que tienen metabolismos más rápidos. [...] Es real, yo tengo un metabolismo privilegiado porque puedo subir, pero así como subo, en un mes ya lo bajé y hay gente a la que le cuesta muchísimo trabajo. [...] sí hay unos cuerpos que son más privilegiados que otros. Sí creo mucho que la genética en los cuerpos influye mucho. Pero también he conocido gente con una falta de genética significativa, pero con unas ganas y una disciplina increíble que han logrado tener bastantes buenos resultados. Yo creo que va más hacia lo dedicado y lo disciplinado que puedes llegar a ser. Desde el punto de vista científico sí hay unos cuerpos que son más privilegiados que otros, pero desde el punto de vista disciplina puede ser un cuerpo con una genética no privilegiada pero que le puede ganar a uno que tiene genética, pero que no tiene disciplina. [...] Realmente, a mí parecer, la característica de un cuerpo que es más beneficiado son los que no tienden a adherirse mucha grasa a su zona superior.

El privilegio, para Debi, recae en la posibilidad de bajar rápido cuando sube de peso, reiterando lo planteado por Gabriela. Sin embargo, Debi explica que el metabolismo no lo es todo para bajar de peso o moldear el cuerpo. En cambio, sí lo es la disciplina y la dedicación para lograr lo que una se proponga, al menos en términos del estilo de vida *fitness*. Entonces, los cuerpos que tienen mayores “ventajas” que otros son aquellos que pertenecen a personas dedicadas y disciplinadas que logran “vencer” a su genética no privilegiada, es decir, aquellos que, aunque no pueden bajar o subir de peso fácilmente se esfuerzan para lograrlo. La corporalidad superior que Debi concibe coincide con la de Mónica: aquellos cuerpos donde no se adhiere la grasa en la zona superior.

Zihu menciona, también, el metabolismo rápido como una ventaja corporal, sin embargo, añade que las personas que tienen un metabolismo rápido son las primeras que suben de peso cuando se casan. No obstante, cabe resaltar que no hay evidencia científica o estudios que acrediten esto, es únicamente la experiencia de Zihu, quien explica:

No sé, he visto personas que tienen el metabolismo muy rápido y por más que coman no suben de peso, pero he visto que esas personas cuando se casan son las primeras que suben de peso. No sé por qué, pero sí he visto muchas amigas y conocidas que

les pasa. No sé si es después del embarazo o por la depresión postparto, no sé si eso les influya. [...] Pero no, no creo que haya un cuerpo en esa situación, creo que todos. Por ejemplo, las chavas delgaditas tienen la ventaja de comer mucho y no engordar, en cambio una que es gordita o llenita si come y no se mide suele aumentar de peso. Yo creo que debería haber un equilibrio entre la alimentación y todo para no llegar a esos extremos.

Contrario a los otros testimonios, Zihu enaltece solo porque ella ve que todos los cuerpos tienen ventajas y subraya la necesidad del equilibrio para no llegar a extremos mediante prácticas alimenticias.

Entonces, en la dimensión estilo de vida que, a su vez, se subdivide en *fitness*, ejercicio, alimentación y corporalidad, se confirma que existen prácticas particulares relacionadas y reconocidas como saludables y, por tanto, hegemónicas en este estilo de vida, pero que parecen no tener fundamento médico. Es decir, existe un estilo de vida *fitness* conformado por: a) rutinas de ejercicio diarias; b) la verificación del ejercicio mediante fotografías; c) la modificación del cuerpo o de alguna parte específica; d) estar a dieta o en algún régimen alimenticio; e) tener una buena relación con la comida donde no se come de más ni de menos; f) la aprobación del cuerpo propio a través de la comparación consigo mismas y con otras, con miras a modificar lo que a una no le gusta; g) la hiperconciencia corporal, desarrollada más adelante, de sensaciones y cambios; h) los cuerpos sujetos, sujetados y vigilados por la mirada de otros y otras; i) cuerpos autovigilados mediante fotografías y comparaciones; j) superioridad de cuerpos delgados frente a los cuerpos con kilos de más, gordos u obesos; k) corporalidad *fitness* identificada con músculos visibles, piel brillante y definición muscular y, l) la disciplina, el esfuerzo y la constancia como nociones que priorizan el trabajo ante “lo fácil”, es decir, la cirugía estética.

La Tabla 15 muestra una columna que presenta las prácticas que derivan en características específicas mientras que en otra se muestran las nociones e ideas que apoyan lo anterior.

Tabla 15. Prácticas del estilo de vida *fitness* con sus características específicas con las nociones en las que se recargan

Prácticas	Características específicas de las actuaciones.	Nociones/ideas reproducidas
Rutinas de ejercicio diarias.	-Modificar el cuerpo o alguna parte del cuerpo. -Vencer la genética no privilegiada, es decir, aquella que no tiene un metabolismo rápido.	-Disciplina. -Constancia. -Esfuerzo
Verificación del ejercicio mediante fotografías:	-Fotos antes/después. -Posar en las fotos.	Atención a los cambios corporales. Comparación consigo mismas. Fotografías como testigos.
Estar a dieta o régimen alimenticio	-Planificar alimentos. -No abusar de la ingesta de alimentos. -Comer cinco veces al día. -Estar en déficit calórico. -Revaloración de qué comer y cuándo. -Inicio de dieta por razones estéticas. -Permitirse ciertos gustos o antojos de comida que las lleva a hacer más ejercicio o cardio para compensar lo ingerido. -No comer de más ni de menos.	Cuidado de sí mismas. Hiperconciencia corporal de sensaciones y cambios. Sujetadas a la mirada de las otras y los otros. Cuerpos sujetos, sujetados, vigilados y autovigilados. Equilibrio <i>fitness</i> . Culpa al comer de más.
Ejercicio y dieta para modificar la parte del cuerpo que no gusta.	-Compararse con otras para determinar qué tan normal es el cuerpo de una. -Priorizar la funcionalidad del cuerpo antes que la estética.	Reconocimiento y tranquilidad con las partes del cuerpo que no gustan. Superación corporal.
Subir de peso	-Comer de más. -No ejercitarse.	Abandono corporal.



Seguir ciertas cuentas en <i>Instagram</i>	-Empatan con la definición y características del cuerpo <i>fitness</i> . -Priorizar el físico. -Seguir contenido que motiva. -Identificarse con las cuentas que siguen. -Reconocimiento de las prácticas que visualmente se muestran.	Admiración.  Reconocimiento de sí mismas en las cuentas que siguen.  Priorizar el trabajo, la disciplina y la constancia sobre las cirugías estéticas
Comer sin engordar.	-Ventaja mayor los organismos con metabolismo rápido pues queman más calorías a lo largo del día.	Superioridad de cuerpos delgados frente a los cuerpos con kilos de más, gordos u obesos.

Fuente: Elaboración propia.

En esta segunda dimensión comienza a dibujarse el papel que tienen las fotografías e *Instagram* como agentes en las prácticas que sustentan el estilo de vida *fitness* y en las nociones que respaldan la estética corporal *fitness*. Es decir, a través de las narraciones de las cuatro mujeres se deja entrever la vida cotidiana de las mujeres y cómo se va constituyendo lo “normal”, “natural” y “normativo” del estilo de vida *fitness*. El papel de las fotografías y, por tanto, de *Instagram*, corrobora que la subjetividad se encarna e incrusta en cuerpos ideales e idealizados y en las fotografías (Zeiler & Folkmore, 2014). Se ahonda más al respecto en el siguiente apartado.

### **Visualidad en *Instagram***

La tercera dimensión se trata de las prácticas que rodean la visualidad, por ello tiene tres subdimensiones: corporalidad, otredad y narrativa. En la primera los indicadores corresponden a: publicar fotos antes/después en *Instagram*, documentar cambios en el cuerpo mediante la fotografía y la consideración o no de hacer alguna cirugía estética. En la segunda, los indicadores son: opinión por quien no se ejercita y la sensación y pensamientos sobre quienes tienen sobrepeso u obesidad. Y la tercera, la narrativa que acompaña la descripción de las fotografías, cuyos indicadores son: la noción de superación, de disciplina para conseguir ciertas características físicas, la presencia del cuerpo completo en las fotografías sistematizadas, la presencia de ropa deportiva y ropa casual, según la etiqueta.

La corporalidad dentro de la visualidad se especifica en conocer si las cuatro entrevistadas publican fotografías donde se muestre el cuerpo antes y después de llevar un régimen alimenticio o dieta y una rutina de ejercicio durante un tiempo, es decir, que muestre los resultados corporales después de cierto tiempo de llevar un estilo de vida *fitness*.

Para Zihu, la publicación de las fotos del antes y después en *Instagram* están fuera de lugar, sobre todo si los nutriólogos publican estas imágenes de sus clientes/pacientes, ya que:

Es un proceso que tiene la persona y no ellos. Entonces siento que el hecho de exhibirlos, porque para mí sí es parte de exhibirlos porque es un proceso interno y le estás dando para que alguien te acepte o diga que por el nutriólogo estás así. Se me hace que comparten las fotos como de: “miren, yo logré que el cambio de esta persona pase” y pues no. Yo no lo veo así y por eso no me gusta. Sí está fuera de lugar solo para poder jalar gente.

Sin embargo, si ella publicara este contenido sería porque:

La neta, te costó y lo hiciste sola y te esmeras, ya cambiaste un hábito, ahora ya haces más cosas por verte mejor y está padre porque empiezas ese proceso de quererte y aceptarte y cambiar cosas. Sí es como que un orgullo ver que alguien que a lo mejor no podía, lo logró, y no con medicamentos sino con el esfuerzo que hizo con prepararse las comidas.

Debi y Mónica publican este contenido en sus perfiles. Este tipo de fotografías muestran la transformación, es decir, el antes y después de empezar a ejercitarse visibiliza que la obesidad se muestra únicamente porque ya no se es gordo, es algo que se quedó atrás. Asimismo, se trata de ratificar que el cuerpo delgado es saludable, por ello, se sobreentiende que la salud es estar delgado mediante ejercicio y dieta. En este caso la obesidad es una temática que se desarrolla en positivo (Calderón, 2018), es decir, las fotografías abogan por la salud no por la obesidad; no critican al obeso, sino que lo asumen y tratan como enfermo o como algo que se transformó y ya no se es eso, o, simplemente, lo invisibilizan al no nombrarlo.

Debi identifica y publica ese tipo de contenido al relacionarlo con la motivación y amar su proceso, enfatizando en ya no tener pena de mostrar su cambio de hace cinco meses, antes de comenzar el camino de preparación para competir. Mónica también ha publicado

este tipo de fotografías en su perfil, tanto de pacientes o clientes como de ella misma. En ese contenido ella celebra los cambios, la adecuada rutina de entrenamiento en casa que está rindiendo frutos y la dieta sin restricciones y personalizada. Asimismo, en la descripción que acompañan las imágenes del antes y después publicadas de sus pacientes, Mónica enaltece la constancia y la disciplina de sus clientes aun entrenando en casa y escribe: “Por medio de la alimentación podemos ayudar a mejorar en su deporte o simple recomposición corporal”. El término “recomposición” alude a algo que necesitaba reparación o composición, como si se hubiera alterado el cuerpo de la persona al subir de peso. En realidad, la alteración del cuerpo es visual pues se observa más pequeño al bajar de peso o más grande al subir de peso y puede medirse según ciertos indicadores médicos, sin embargo, no se alteran los huesos de la persona o la estatura. Cuando Mónica habla de que la alimentación recompone el cuerpo pareciera que está buscando arreglar algo que no está bien o que necesita restaurarse.

En otra de las fotografías que Mónica publica reconociendo el antes y después de un paciente, especifica la diferencia entre dieta y plan de alimentación, argumentando las bondades del segundo sobre las del primero. Y lo describe:

Es una guía de alimentación con un objetivo específico que permite al individuo conocer la información correcta sobre la cantidad apropiada de calorías, macronutrientes (carbohidratos, proteínas y grasas) micronutrientes (vitaminas, minerales), fibra y agua.

Asimismo, se encuentran fotografías de este tipo en la sistematización de los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation*. Esto confirma el esquema de antes y después que visibiliza el estilo de vida *fitness*. Es decir, casi como si uno tuviera que publicar este modelo de fotografías para pertenecer y ser identificado como alguien *fitness*, ya que permiten reproducir los ideales de fortaleza, disciplina y constancia.

¿De la foto nace la pertenencia al estilo de vida *fitness*? O bien, ¿de la foto nace la reproducción de las nociones de disciplina y constancia con base en características corporales específicas y prácticas particulares? ¿Será que de la foto nace el amor al cuerpo propio? Pregunta que queda abierta, pero que el análisis de información permite formularse para pensar más a fondo la relación entre plataformas sociodigitales, imagen y salud corporal.

Por lo anterior, se puede hablar de una remediación de la fotografía en la cotidianeidad que se escenifica en numerosas actuaciones, tales como: fotografiar lo que uno come; grabarse reproduciendo ciertos ejercicios; mirarse al espejo y tomarse una foto; posar mientras otro le toma una fotografía; describir, justificar y narrar lo que se desee sobre la fotografía publicada. Sin embargo, en este caso particular la remediación se visibiliza en la actuación de tomarse una fotografía para documentar el proceso de transformación que sufren los cuerpos al exponerlos a una rutina de ejercicio y una dieta o régimen alimenticio.

Estas imágenes muestran un discurso positivo frente a la transformación del cuerpo de gordo a *fit* (musculoso o marcado) o delgado. En las fotografías de antes y después se materializa la remediación de la práctica de bajar de peso y transformar el cuerpo en el sentido de tomarse una fotografía antes de iniciar el proceso de dieta y ejercicio y después de lograr bajar de peso o marcar los músculos. Esto se asume como un logro o éxito y, por tanto, se desea mostrar a otros el camino, el sacrificio, la disciplina y el esfuerzo.

La documentación de los cambios en el cuerpo a través de fotografías es un punto desarrollado anteriormente donde se especifica que las cuatro mujeres sí documentan sus cambios corporales. Sin embargo, esto se pudo confirmar como una práctica más del estilo de vida *fitness* a través de la sistematización de las fotografías de los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation* que, se vuelven un agente y una herramienta utilizada para comparar cambios corporales, compararse con otros cuerpos y con la corporalidad de una misma. La comparación constante, con el cuerpo propio y con otros cuerpos, se visibiliza en la categoría del antes/después, pero también en la categoría donde las personas se fotografían frente al espejo. En el *#fitness* son 32 las imágenes tomadas frente al espejo; en el *#gym* son 35 y en el *#fitnessmotivation* son 29, un total de 96 fotografías de 312.

A recordar lo que Lasén (2012) denomina un complejo juego de miradas producido por el proceso de presentación-representación-encarnación. La complejización recae en que el que toma la fotografía es el mismo fotografiado y el mismo que elige la fotografía. En la presentación-representación-encarnación opera una doble inscripción de los cuerpos. Por un lado, se inscriben en las pantallas y en los dispositivos; y por el otro, en las carnes, es decir, en la materialización de los cuerpos. Sin embargo, los cuatro testimonios visibilizan que, el

juego de miradas por el proceso de presentación-representación-encarnación se complejiza aún más con la intervención de la fotografía frente al espejo.

Lo anterior puede interpretarse como una doble autovigilancia del cuerpo. Por un lado, el cuerpo posando frente al espejo y, por el otro, el cuerpo fotografiado por la cámara del celular. Asimismo, expone una doble autovigilancia doblemente observada. Dicho de otro modo, el cuerpo intervenido por diversas visualidades: la primera frente al espejo, la segunda al fotografiarse a sí mismo en el espejo, la tercera al publicar la fotografía en *Instagram*, en este caso, y la cuarta al ser vista por quienes ven la fotografía ya publicada en la plataforma. Esto escenifica las prácticas variadas que justifican una visualidad específica en el estilo de vida *fitness*.

### **Operación como un indicador de corporalidad visual**

El tercer indicador de una corporalidad visual específica recae en el pensamiento o consideración de hacerse alguna cirugía estética. Ante ello, Gabriela argumenta no desear operarse nada. Debi explica que sí se operaría los senos, no obstante, si no sucede estará igual de cómoda con su cuerpo. Zihu confiesa haber pensado y considerado operarse los brazos, ya que son eran su mayor inseguridad, sin embargo, actualmente ya no tiene ese pensamiento. Y, al contrario, Mónica admite que no se ha operado por falta de dinero, ya que sí cambiaría su nariz y sus cachetes, dice:

Ay, yo creo que lo que me ha faltado ha sido dinero [se ríe] porque, no es que no me guste mi cara porque realmente creo que mi cara sí me gusta, pero no me tiene muy feliz mi nariz. Siempre hay algo que no nos gusta, ¿no? Yo creo que a lo mejor... No quirúrgica, pero el ácido hialurónico yo creo que, a lo mejor sí, lo estoy pensando. Y la bichectomía, puede ser en un futuro, no lo sé. Porque no sé qué onda con esto [se agarra la cara en la zona de los cachetes].

En su testimonio deja ver la presencia de las intervenciones no quirúrgicas como la inyección de ácido hialurónico, *botox* o *baby botox* donde se modifican los rasgos de la cara por un periodo de tiempo. La existencia de estas intervenciones en el discurso de Mónica atestigua la normalización de éstas, donde permea una retórica de la mejora posible y cada vez más fácil, Gail Weiss (2014) dice: “la rápida expansión de tecnologías médicas funciona

para reforzar y afianzar la estrechez de las normas produciendo así visiones cada vez más restringidas de lo que cuenta como normal y natural” (p. 14). Entonces, es un estilo de vida donde se interactúa constantemente con la noción de saludable como algo no cuestionado ni cuestionable donde se materializa lo normal, natural y normativo en una corporalidad específica y, por tanto, se distingue de otras: las gordas y las que se realizan cirugías.

Las tres N's, como denomina Gail Weiss (2014) a lo dado como natural, normativo y normal sin cuestionarlo o criticarlo, se entrelazan con las prácticas del estilo de vida *fitness* y, se asume como anormal, no natural e irregular aquello que no empata con las normas culturales, prácticas hegemónicas del *fitness*, es decir, sobre cómo deben vivirse los cuerpos y/o cómo deben verse éstos. En la dimensión denominada otredad se visibiliza esto mediante los indicadores: opinión por quien no se ejercita y la sensación y pensamientos sobre quienes tienen sobrepeso u obesidad.

El primero corresponde a lo que las cuatro mujeres entrevistadas opinan, sienten y creen o asumen de las personas que no se ejercitan. Éste surge para reforzar la idea que Debi, Mónica, Gabriela y Zihu tienen de sí mismas, es decir, lo que ellas piensan que están haciendo bien y por qué consideran que lo hacen. Las cuatro coinciden en la posibilidad de que la falta de ejercicio se deba a que no les gusta o no disfrutan ejercitarse y argumentan que quizá no son conscientes de la actividad diaria como eventual ejercicio, por ejemplo, caminar o salir a pasear, subir por las escaleras o limpiar la casa. Las mujeres entrevistadas saben que no a cualquiera le gusta ejercitarse o hacer dieta, sin embargo, ellas recalcan el placer que sienten al hacerlo.

Zihu es quien describe la posibilidad de que no les guste, les dé flojera o bien, que no tomen en serio la importancia de ejercitarse, sobre todo, que no tengan un cuidado personal. Además, menciona:

También creo que se van por el camino fácil. He visto muchísimas chavas que no se ejercitan, pero sí se operan, entonces es como el camino fácil: [Piensan] “no me cuesta, no todos los días me tengo que levantar”.

Para Zihu existen dos maneras de afrontar el querer bajar de peso, una es el camino fácil, es decir, operándose, y la segunda es el esfuerzo de despertarse temprano, ejercitarse y

tener fuerza de voluntad para seguir la dieta impuesta por nutriólogos o por ella misma. Es decir, la idea que ella tiene de sí misma es que se esfuerza, es disciplinada y constante; además, para lograr el cuerpo que desea conseguir se requieren hábitos construidos a lo largo de las prácticas repetidas, no simplemente operarse.

Gail Weiss (2014), fenomenóloga y feminista, describe que las cirugías cosméticas se han construido social, histórica y médicamente como algo normal y natural, sin embargo, añade que estas alteraciones corporales “reverberan mucho más allá de la propia paciente, reificando las normas culturales” (p. 109), además coexisten en un ambiente en el cual, según lo que dicen las entrevistadas, hay una superioridad moral frente a quienes no se hacen cirugías o intervenciones quirúrgicas y lo resuelven a través de dieta y ejercicio. Es decir, se aceptan las cirugías como algo normal y natural, no obstante, quienes pertenecen o se reconocen dentro del estilo de vida *fitness* consideran tener una moralidad superior frente a quienes se operan. Dicha moralidad superior se edifica en el esfuerzo de quienes se ejercitan y hacen dieta frente a quienes únicamente se operan para conseguir el cuerpo deseado. El objetivo es el mismo: tener características corporales que empaten con el estereotipo de belleza corporal *fitness*, pero el camino es diferente.

La normalización, naturalización y normatividad frente a las cirugías estéticas, dicen Landa y Córdoba (2020) se da debido a “la ampliación del concepto salud [que] extendió el dominio de la medicina hacia las esferas del cuidado personal y de la apariencia física” (p. 69). Al contraponerse las modificaciones corporales realizadas mediante el *fitness* con aquellas realizadas mediante cirugías se evidencia que la hegemonía corporal que el estilo de vida *fitness* propone no se basa únicamente en el cuerpo físico, sino en las prácticas para llegar a las características deseadas. Lo natural frente a lo artificial, la disciplina y el esfuerzo por realizar ejercicio de manera sistemática y rutinariamente y que depende de cada persona frente a la “solución técnica que depende totalmente de la competencia de un experto” (Landa & Córdoba, 2020, p. 70).

La otredad se construye al comprender cómo se describe lo diferente, por ello se les interroga a las cuatro mujeres por lo que piensan cuando ven a alguien que tiene más de cincuenta kilos por arriba de su peso, es decir, alguien considerado con obesidad. Zihu se

pregunta lo que pasa por su mente que no se enfoca en que eso le puede afectar o hacer daño, además relaciona la obesidad con otras enfermedades:

A raíz de eso se vienen un chorro de enfermedades. Entonces me pongo en el lugar y yo soy mucho de querer ayudar porque yo ya pasé por una cirugía y el operarse nada más por el descuido, se me hace una tontería. Entonces es llegar y decirle a todo mundo: “quíete y cuídate porque yo ya pasé por una cirugía”, aunque fue mínima, es feo y el proceso de recuperación es complejo.

Para Zihu, la obesidad tiene que ver con el descuido sustentado por una falta de amor propio y cuidado personal. Mónica, al ser nutrióloga, tiene una visión diferente, ella considera el papel que tienen los doctores en interacción con los pacientes gordos, con sobrepeso u obesos, sobre todo porque existen algunos nutriólogos que regañan. Además, comprende que existe un juicio cuando las personas obesas o con sobrepeso hacen ejercicio y esto puede impedir que se ejerciten o asistan al gimnasio. Esto empata con lo presentado en el texto de Ebbeck y Austin (2018) donde se presenta que no cualquiera puede ejercitarse en el gimnasio, pues existen estigmas sobre los obesos y gordos que se ejercitan. Harjunen (2019) especifica las experiencias de las mujeres gordas que hacen ejercicio en público donde sus resultados apuntan hacia una hipervisibilización del cuerpo femenino gordo en sentido negativo. Y, argumenta, el cuerpo obeso es tan hipervisible de forma negativa, estigmática y rechazada que, termina siendo hiper invisible.

En esta investigación se atestigua, según Mónica, que la gente gorda o con sobrepeso es juzgada. Asimismo, en los testimonios de las mujeres no se habla, a menos que la pregunta sea específicamente sobre esto, de la gente gorda. Es decir, se hiper invisibiliza la gordura al no hablarse de gente gorda o incluso utilizarlo como adjetivo que acompaña a ciertos cuerpos, sino como un verbo: “engordar”. También, se añade como una acción negativa o algo que debería evitarse si existiera el amor propio. Para Mónica, juzgar a las personas con obesidad o sobrepeso es uno de los mayores impedimentos para conocer o saber qué le está pasando a la persona. Ella busca recordar la imposibilidad de opinar de alguien si no se está en sus zapatos, es decir:



No te podría decir que juzgo porque realmente nunca sabemos qué le está pasando a la otra persona, en qué momento de su vida la estás conociendo. [...] no sabes qué problemas pueda tener esa persona con sobrepeso [...] Una de las principales razones es porque la gente gordita, suena feo, pero, sienten que las van a juzgar.

Gabriela, al igual que Mónica, es especialista y en su *Spa* ha tenido clientes que llegan para bajar de peso por diversas afecciones resultantes del sobrepeso corporal, como: dolor en las rodillas. Por ello, Gabriela relaciona el sobrepeso corporal con una sensación de tristeza por tener kilos de más y con deficiencias en la salud como:

Ajá, y un tema de que hay demasiada fatiga al caminar, el peso en sus piernas y tienen tema de várices, dolor en las articulaciones, les duelen las rodillas. Entonces, de mi experiencia sí, la gente que ha estado cerca de mí con ese tipo de problema sí no ha estado feliz. O sea, han venido acá [al spa] por tratar de bajar.

Gabriela, Mónica y Zihu buscan ser más comprensivas y hablar de su propia experiencia como especialistas en el tema o como quien tuvo sobrepeso. Sin embargo, Debi advierte:

Voy a ser muy mala, pero realmente siempre pienso que no se quieren. O sea, es más fácil decir: “yo me quiero así” que decir: “yo quiero luchar por verme y sentirme bien”. [...] En primera instancia yo los veo y digo: esta persona o tiene muchos problemas emocionales o de verdad no se quiere.

Autoestima y cuerpo es un tema relacionado con la conciencia corporal. Para Debi, la lucha por cambiar el cuerpo para verse de cierto modo y solo así, entonces, sentirse bien consigo misma es más difícil que simplemente aceptarse con lo que a una no le gusta o con sus propios defectos. El estilo de vida *fitness*, en Debi, se traduce en determinadas prácticas para conseguir el cuerpo que desea y, solo así, sentirse bien consigo misma. Sin embargo, el acto de quererse como una tiene el cuerpo, con todas las imperfecciones conocidas y por conocer, es un acto revolucionario, es decir, significa ponerse frente a los impuestos normativos del sistema heteropatriarcal en el cual todas y todos confluimos y, aceptarse como una es sin pensar en cambiarse o en “luchar” contra una misma para encajar.

Es complicado asumir que otra persona no se quiere. La imposición de hábitos específicos como resultado o sinónimo de amor propio es lo que ha llevado a pensar que ciertas prácticas escenifican carencias de tal amor. Es decir, se identifican prácticas como: ejercitarse, llevar una dieta o régimen alimenticio como escenas de amor propio donde una se está cuidando y, por tanto, se ama y se respeta. Las cosas pueden ser más complejas. Se puede estar muy *fit* precisamente porque no se está satisfecho consigo mismo. La falta de aceptación corporal puede convertirse en una obsesión sin ser reconocida como tal porque se disfraza de actuaciones de amor propio y autocuidado y lo peor, una aceptación mediática a través de las plataformas sociodigitales, aplicaciones o dispositivos digitales.

Dentro de la visualidad específica del estilo de vida *fitness*, la tercer subdimensión se refiere al apoyo que recibe de las narrativas, es decir, cómo se describe, justifica, relaciona y relata éste. Dicho de otro modo, cómo se identifican los discursos con cierta visualidad y ciertas prácticas. Un primer indicador tiene que ver con la superación, luego, la disciplina. En tercer lugar, se ubica la presencia del cuerpo completo fotografiado, así como la aparición de los cuerpos vestidos con ropa casual y ropa deportiva, es decir, con qué noción se relaciona y qué fundamentos narrativos se reconocen en estos indicadores. Por último, se genera una Tabla que visibiliza la cantidad de fotografías en las cuales las personas salen: 1) haciendo ejercicio; 2) posando, es decir, hacer como que hacen ejercicio y 3) donde no están posando. Cabe resaltar que este apartado se apoya de los datos aportados durante los cinco pasos de la etnografía para el Internet (Hine, 2015).

La superación y la disciplina son nociones que tienen formas de expresarse visualmente. Una de ellas refiere a las fotografías del antes y después que se mencionaron anteriormente, otra se trata de los discursos que acompañan y describen las fotografías publicadas en *Instagram* donde se suele celebrar el cambio corporal como producto de prácticas sustentadas bajo estas dos nociones.

La narrativa de la superación se sustenta también en el uso de los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation*, en fotografiarse mes con mes para observar los resultados y la transformación del cuerpo, en las fotos frente al espejo posando y en las fotos donde se muestra el músculo. Tal discurso muestra los cambios y reafirma que la dieta y el ejercicio

funcionan. Además, cuando los nutriólogos publican fotos de las transformaciones corporales de sus pacientes adquieren credibilidad. Así, también, se deja ver el deseo de las entrevistadas por ser quien motive a otros u otras, también pone en el centro la importancia que tiene el proceso de transformación.

La disciplina, en el estilo de vida *fitness*, se vuelve una actitud a tomar para vencer a la genética no privilegiada cuyo metabolismo no es rápido, es decir, si una persona es disciplinada puede vencer las dificultades para bajar de peso. Esta disciplina se refleja en las actuaciones: hacer dieta o llevar un régimen alimenticio, hacer ejercicio diario, levantarse temprano, planificar alimentos, comer cinco o seis veces al día, motivarse y motivar a quienes las siguen.

El disciplinamiento de las prácticas para ser convertidas en rutinas, así como aquellas prácticas que identifican a la feminidad en el estilo de vida *fitness*, dicen Landa y Calafell (2019) se escenifican en ejemplos concretos como: “vestirse cómoda, pero con estilo, hacer ejercicio, alimentarse bien y descansar” (p. 152). Así, la disciplina definida por la RAE como: Doctrina, instrucción de una persona, especialmente en lo moral, en el *fitness* empata con “la cultura del rendimiento [que] nos propone estar en movimiento, entrenar de forma disciplinada como un deber individual, que se vuelve una ética moral, manteniendo un mecanismo de auto-control y una vigilancia programada del cuerpo”(Hijos & Blanco, 2020, p. 5).

Sobre el indicador que corresponde a fotografiar el cuerpo, sea en ropa deportiva o en ropa casual, se destaca la presencia visual, en las tres etiquetas analizadas y en las 312 fotografías sistematizadas y categorizadas del cuerpo completo. Por lo anterior se aboga que sí hay representaciones visuales hegemónicas en el estilo de vida *fitness* y en las maneras de fotografiarse o auto fotografiarse. En la Tabla 16 se muestra lo anterior, así debe resaltarse que la columna con el número total de fotografías categorizadas no es la suma de las columnas: cuerpo completo, ropa deportiva y ropa casual, sino que se utiliza únicamente para comparar. Se lee así: de 135 fotografías categorizadas, 50 muestran el cuerpo completo, 62 el cuerpo vestido con ropa deportiva y 45 el cuerpo vestido con ropa casual, en el caso de Debi. Ninguna excluye a la otra, es decir, en aquellas donde se muestra el cuerpo completo

puede ir vestido de ropa deportiva o casual. Se obvia que las imágenes como infografías, *selfies*, fotos de sus mascotas no se encuentran en esta contabilización.

Tabla 16. Narrativas en la dimensión visualidad: cuerpo completo, ropa deportiva y ropa casual.

	Cuerpo completo	Ropa deportiva	Ropa casual	Número total de fotos categorizadas
Debi	50 (37% de las 135 fotografías)	62	45	135
Gabriela	26 (19% de las 135 fotografías)	57	35	135
Mónica	24 (18% de las 135 fotografías)	32	25	135
Zihu	47 (35% de las 135 fotografías)	3	82	135
<i>#fitness</i>	67 (64% de las 104 fotografías)	59	27	104
<i>#gym</i>	60 (57% de las 104 fotografías)	69	17	104
<i>#fitnessmotivation</i>	43 (41% de las 104 fotografías)	70	27	104
852 fotografías analizadas en total	317 (37% de las 852 fotografías)	344	266	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 16, hay cierta “visualidad hegemónica” en los cuatro perfiles analizados y los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*, deriva en mostrar el cuerpo completo, ya sea con ropa deportiva o con ropa casual, en la calle o en casa, o con la toma de la cámara que sea, es decir, sin importar si es foto tomada por otra persona o poniendo el temporizador o si es foto frente al espejo, lo que se subraya es la predominancia de mostrar el cuerpo completo en este estilo de vida. Además, con la etiqueta *#fitness* se encontraron 4 fotografías de hombres en calzones, mostrando su cuerpo completo y posando para resaltar sus músculos.

Tal “visualidad hegemónica” señala la necesidad de mostrar el cuerpo completo en las fotografías que se asocian con el ejercicio y vida “sana”. El espacio que más se presenta en las 104 fotos sistematizadas es el gimnasio. Resulta evidente pues el #gym alude a esto. Además, se repite 16 veces la manera de fotografiarse con la cámara frontal del celular para poder hacerlo frente al espejo y donde se muestra el cuerpo completo. Esto sucede en el gimnasio porque son espacios donde hay una presencia importante de espejos.

Así también se considera que quizás responde a la necesidad de demostrar los resultados físicos a los cuales se llega después de hacer o tener una rutina de ejercicio y seguir una dieta específica o régimen alimenticio, dicho de otro modo, revelar el cuerpo completo a través de fotografías en las plataformas sociodigitales, en concreto en *Instagram*, se utiliza como prueba que constata el trabajo en el físico y en la alimentación. Además, las maneras de mostrarse, fotografiarse y las prácticas alrededor de éstas evidencian las visualidades y prácticas hegemónicas construidas intersubjetivamente o con mayor preeminencia en el estilo de vida *fitness*.

Las categorías visuales de las 312 fotografías generadas coinciden con las categorías visuales de las 540 fotografías analizadas de los cuatro perfiles de las mujeres seleccionadas: Zihu, Gabriela, Debi y Mónica. Hay prácticas visuales específicas, por ejemplo, dónde tomar la foto, cómo posar, qué ropa usar, también hay estereotipos visuales o representaciones hegemónicas sobre lo que identifica el estilo de vida *fitness*.

La Tabla 16 muestra que el cuerpo completo está presente en el 37% de las 852 fotografías categorizadas, a resaltar que las mujeres de entrevistadas existen en un contexto diferente a quienes aparecen en las identificadas con los #gym, #fitness y #fitnessmotivation. Además de que se lleva a cabo en fechas distintas la sistematización de las 852 fotografías. Es decir, existe una predominancia de mostrar el cuerpo completo para identificarse y reconocerse como personas que pertenecen o llevan un estilo de vida *fitness*.

Asimismo, en 40% de las 852 imágenes organizadas, hombres y mujeres, aparecen en ropa deportiva. A sabiendas de que el 29% restante eran *selfies* o fotos de comida, infografías o vídeos. La visualidad hegemónica de aparecer con ropa deportiva si se pertenece al estilo de vida *fitness* corresponde a la práctica de ejercitarse, es decir, se podría fotografiar

la comida al seguir una dieta, pero se prefiere adjuntar evidencia de que el ejercicio estuvo presente en el día, ya que eso reafirma a quienes observan expectantes que se lleva un estilo de vida *fitness*.

Lo que resulta inesperado es que el 31% de las 852 fotos aparezcan personas vestidas con ropa casual. Esto esboza que la estética no es únicamente deportiva, sino también verse bien y vestirse bien, no únicamente verse bien para demostrar que se está saludable. La vestimenta refuerza entonces la imagen ideal en redes. En algunas imágenes salen mujeres u hombres que las identifican con *#gym*, *#fitness* o *#fitnessmotivation* aun cuando están en la calle vestidos con ropa casual, y esto confirma, nuevamente, que se trata de un estilo de vida donde uno puede estar vestido con unos jeans o con una falda y aun así considerarse *fitness* por todas las otras prácticas que realiza en su vida cotidiana.

De las 242 fotos, 28% excluyen aquellas donde las personas aparecen con traje de baño, *selfies*, en calzones o ropa interior, sin playera o bien, si no se logra visualizar de manera clara el tipo de ropa que traen puesta.

La visualidad hegemónica que abraza el estilo de vida *fitness* y que, además, visibiliza algunas prácticas específicas alrededor de éste, se desglosa en la Tabla 3.

Tabla 17. Frecuencia de fotografías según lo que están haciendo las personas que en ellas aparecen: ¿están haciendo ejercicio? ¿están posando? ¿son imágenes de comida? ¿son infografías?

	Haciendo ejercicio	Posando	Fotos donde no haya pose: Comida/Infografías/
<i>#fitness</i>	5	95	4
<i>#gym</i>	10	81	13
<i>#fitnessmotivation</i>	15	79	10
Mónica	18	84	33
Debi	7	122	6
Gabriela	31	99	5
Zihu	0	88	47

De 852 fotografías analizadas en total	86	648	118
--	----	-----	-----

Fuente: Elaboración propia.

Son más las fotos posando que los vídeos o fotografías haciendo ejercicio. El 76% de las 852 encuentra gente posando y no gente ejercitándose, es decir, no salen en el gimnasio cargando peso, sino posando con ropa deportiva y el gimnasio de fondo, solo en el 10% de las 852 imágenes salen personas haciendo ejercicio o realizando deporte. Esto significa que en el estilo de vida *fitness* hay una preponderancia estética más allá de la práctica.

En la Tabla 18 se enlistan, a manera de resumen, las prácticas generales seguidas de las actuaciones específicas que están sustentadas por nociones, ideas o significados y que, a su vez, éstos se reproducen a través de las mismas acciones.

Tabla 18. Prácticas visuales específicas sustentadas bajo ciertas nociones, ideas y/o significados.

Prácticas	Características específicas de las actuaciones	Nociones/ideas/significados reproducidos a través de las prácticas.
Fotos antes y después	-Nutriólogos piden a sus pacientes que manden fotos de este tipo para publicarlas en <i>Instagram</i> .	-Exhibición de pacientes. -A partir de la fotografía que muestra el cuerpo transformado le da credibilidad al nutriólogo. -El cambio se celebra mediante fotos de comparación.
	-Uso de <i>#fitnessmotivation</i> , <i>#gym</i> y <i>#fitness</i> . -Fotografiarse cada mes. -Fotos frente al espejo posando. -Fotos frente espejo mostrando músculo.	-Auto-vigilancia doble: foto con el celular posando frente al espejo. -Cuerpo intervenido por diversas visualidades: 1. Frente al espejo; 2. Fotografiar el reflejo; 3. Publicar foto en <i>Instagram</i> ; 4. Vista por otros en la plataforma.
	-Celebración de los cambios. -Reafirmación de que la dieta y ejercicio funcionan. -Recomposición corporal.	-Motivación. -Importancia del proceso. -Constancia. -Disciplina.
Bajar de peso	-Despertar temprano. -Ejercitarse. -Seguir la dieta -Controlar qué se come	-Esfuerzo. -Orgullo. -Amor propio. -Autoaceptación.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Con pastillas o medicamentos.</li> <li>-Con cirugías.</li> <li>-Operación o intervención quirúrgica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Flojera.</li> <li>-El camino fácil.</li> <li>-No esforzarse</li> </ul>
Fotografías en Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diferencia entre la dieta y un plan de alimentación.</li> <li>-Recomposición corporal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Superación corporal.</li> <li>-Proceso de transformación.</li> <li>-Cambio corporal como muestra del amor propio.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fotografiar el cuerpo completo.</li> <li>-Fotografiar el cuerpo completo frente al espejo.</li> <li>-Mostrar el cuerpo completo con ropa deportiva.</li> <li>-Cuerpo completo con ropa casual.</li> <li>-Posar en el gimnasio con ropa deportiva.</li> <li>-Descripción de las fotos acompañadas con ideales de disciplina, progreso, esfuerzo y superación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La disciplina construye a la salud.</li> <li>-Si no existe la foto no pasó.</li> <li>-Mostrar el modelo corporal normativo, natural y normalizado del <i>fitness</i>.</li> </ul>
Intervenciones quirúrgicas y cirugías estéticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Operación de senos.</li> <li>-Inyección de ácido hialurónico.</li> <li>-Operación de nariz.</li> <li>-Bichectomía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Retórica de la mejora.</li> <li>-La mejora cada vez más fácil.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de decisión</li> <li>-Poca fuerza de voluntad.</li> <li>-No esfuerzo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El camino fácil.</li> <li>-Desidia</li> </ul>
No ejercitarse	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No existe el gusto por ejercitarse.</li> <li>-Flojera.</li> <li>-Operación o intervención quirúrgica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El amor propio es de cada uno.</li> </ul>
Ayudar a los obesos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Enseñarles a cuidarse.</li> <li>-Enseñarles a quererse.</li> <li>-Enseñarles el amor propio.</li> <li>-Falta de estabilidad emocional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La obesidad trae consigo más enfermedades.</li> <li>-Operación por descuido sustentado por falta de amor propio y cuidado personal.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Regañar a los obesos por no seguir la dieta.</li> <li>-Abstenerse de opinar a los que tienen obesidad o sobrepeso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La gente gorda o con sobrepeso sienten que los juzgan.</li> </ul>



	-Padecimientos específicos como: dolor en rodillas, várices, dolor en articulaciones.	-Sobrepeso relacionado con tristeza por tener kilos de más.
--	---	---

Fuente: Elaboración propia.

Los cuerpos son y han sido el conducto por el cual la subjetividad se revela públicamente. Es decir, el ser, hacer, hábitos, consumos, prácticas y sentimientos se hacen cuerpo y, entonces, se muestran a otros. La diversificación de los ojos que miran, el consumo y las prácticas de los otros, así como la variedad de miradas, generan nuevas representaciones sociales y subjetividades sobre los modelos normativos. Es decir, el otro no es otro, sino otros. Los ojos que miran son desconocidos en la mayoría de los casos. No hay límites claros en la manera de pensarse ni de actuar, de lo íntimo y lo privado y, menos de consumir. Se asume que con lo digital y con la aparición de *Instagram* se ha viralizado la mirada de los otros y la presión social de ser de cierta manera, actuar y ser congruente con los ideales y modelos normativos. Dice López (2014) “las mujeres se miran a sí mismas siendo vistas” (p. 51) y esto se confirma en este apartado y en el que sigue, donde se describe la socialización mediante *Instagram*.

### **Socialización mediante *Instagram***

La socialización mediante *Instagram* refiere a aquellas prácticas de interacción y contenido que tienen las cuatro mujeres, según su narrativa, y los resultados obtenidos con la etnografía para el internet donde se analizaron los cuatro perfiles, las 135 fotografías por perfil, además de las 312 imágenes identificadas con *#fitness*, *#fitnessmotivation* y *#gym*. Las subdimensiones que la conforman son: interacción y contenido. En la primera los indicadores son: recomendación de uno o más usuarios, las reacciones ante comentarios negativos o positivos, y si han tenido algún problema con pareja y/o amigos y/o familia por lo que publican en *Instagram*. En la segunda, los observables son: diferencia entre contenido en historias y publicaciones, dejar de subir fotografías por razones corporales, borrar fotos, descripción de sí mismas en *Instagram*, publicar recetas de comida saludable, publicar rutinas de ejercicio y la presencia de hashtags o etiquetas específicas.

Respecto a la recomendación de algún usuario por parte de las mujeres entrevistadas, se estableció anteriormente que tiene que ver con la identificación del contenido o del perfil del usuario consigo mismas. Es decir, siguen y recomiendan a quienes tienen algo en común con ellas, ya sea físicamente o por el contenido que suben.

Sobre las reacciones que las mujeres han tenido frente a un comentario negativo las cuatro coinciden en que se trata de cuentas falsas y que, a final de cuentas, es problema de quien escribe el comentario y no de ellas. Para Zihu está muy claro que todo depende de cómo lo tome ella, por eso suele contestar en tono sarcástico, burlón o ignorar los comentarios que le desagradan, sin embargo, sí describe comentarios como:

Por ejemplo, de un chavo que me invitó a hacer un vídeo porno. Y yo solo le contesté: “agradezco tu buen gusto”. [...] a mí hay muchos chavos que me dicen: “estás bien buena”, “bien rica”, “deliciosa” y cuando los leo solo es: Ok. A veces les doy corazón y los dejo en visto, pero realmente no me provoca ninguna incomodidad que me visualicen así. Siempre busco dejarlos con algo de: “es tu problema”.

El feminismo tiene numerosas vertientes y todas ellas tendrían respuestas e interpretaciones distintas ante el testimonio de Zihu, sin embargo, la fenomenología feminista se preguntaría por todo aquello normalizado en la vida cotidiana que, a través de la repetición constante de las prácticas, se incorpora. Así, la reflexión de la fenomenología feminista consiste en evidenciar lo naturalizado, normalizado y normativizado que está el opinar sobre el cuerpo de las mujeres. Además, discute sobre la necesidad de los hombres de hacer ese tipo de comentarios, casi como si por publicar esas fotografías estuviera pidiendo Zihu que se opine o comente eso sobre su cuerpo. La no incomodidad que retrata Zihu y el responsabilizar a los hombres por lo que las fotografías les causa, es una respuesta ante la violencia machista de opinar sobre su cuerpo y hacer comentarios desagradables. Asimismo, se considera que los hombres no solían cuestionarse si esos comentarios son deseados o no, estaban acostumbrados a decir y hacer lo que quisieran sin ser confrontados consigo mismos. Es decir, en esta investigación y desde la perspectiva de la fenomenología feminista no se plantea que los hombres son malos o violentos por sí mismos, sino que nunca han sido

cuestionados por sus actos, es decir, no se han cuestionado lo naturalizados, normalizados y normativizados que están sus prácticas.

Para Gabriela, Zihu, Mónica y Debi resulta claro que quienes tienen el problema son aquellos que hacen los comentarios negativos o incómodos. En cambio, cuando reciben uno positivo las marca mucho. Zihu, Mónica y Gabriela coinciden en que los comentarios positivos se sienten más fuertes cuando vienen de mujeres, Zihu incluso dice:

Cuando te escriben mujeres que dicen que te admiran y me hacen preguntas para saber cómo me quité la ansiedad. Esas son de las cosas más bonitas porque me escriben cosas padres mujeres.

Pareciera que existe una **sororidad digital** en el sentido de interacción entre mujeres, casi como si en ésta las mujeres interactúan con contenido generado por mujeres y se celebran mutuamente. Los comentarios positivos, cuando son de mujeres, según las entrevistadas, son más valiosos y se siente más bonito. Casi como si el aplauso sonara más fuerte cuando viene de alguien parecido a ellas o que ha vivido algo similar a lo que ellas, como género, han vivido. Gabriela, incluso, cuenta una anécdota de una mujer que se le acercó cuando ella acababa de dar una clase de spinning para decirle que la admiraba mucho y la seguía en *Instagram*. Mónica añade que las mujeres que le escribieron comentarios positivos, de fuerza y admiración fueron amigas suyas con quienes no hablaba desde hacía mucho tiempo. Es decir, la fotografía se convierte en un conducto por el cual se retoman amistades, sobre todo, por el apoyo proporcionado a través de un “me gusta” o de un comentario positivo o con emoticones positivos. Sin embargo, el vínculo que se forma a través de me gusta o comentarios positivos en *Instagram* resulta frágil, ya que, si estas acciones dejan de realizarse, el enlace entre las personas se rompe. Inclusive la arquitectura de *Instagram* está pensada para que, las personas con quienes más se interactúe en la plataforma sean quienes tienen mayor permanencia. Es decir, a mayor interacción con ciertos usuarios estos mismos perfiles se muestran en primer lugar en las historias y sus publicaciones aparecen arriba de la página de inicio.

Respecto a los problemas con pareja o amigos por publicar algo en *Instagram*, Zihu atestigua que no se ha tratado de problemas como tal, pero sí de cierta estigmatización o señalización por el tipo de contenido que publica, ella lo resume como:

Soy la oveja negra de la familia y luego mi mamá ve mis fotos y me dice: “mira esa foto, te ves no sé qué”, entonces siempre le digo: “sí, má. Me veo bien, me veo sexy”. [...] son mis papás, ellos son muy de la antigüita, muy estructurados y me dicen pecadora, pero a mí me vale todo. Y también tengo a mi hermano que me dice cosas, pero siempre le contesto que es mi vida y se preocupen por sus cosas.

En este testimonio se revela la mirada del hombre materializada en las opiniones del hermano sobre lo que Zihu publica. Es el hermano quien juzga la vida de Zihu a partir de las fotografías que sube a *Instagram*, casi como si contara más cómo se retrata en esta plataforma que quien es en términos de su vida profesional, lo que hace o su vida espiritual. Así, al pedirle a su hermano que se preocupe por su vida y no la critique a ella, Zihu está quizás, inconscientemente, revelándose o haciéndole frente a la mirada masculina que, a su vez, opina sobre lo que observa.

Su narración deja ver que tanto sus padres como su hermano opinan y juzgan el contenido que publica en *Instagram*, sin embargo, la actitud que tiene Zihu es la que la protege de que ello le afecte o la haga sentir mal. En los casos de Gabriela y Debi no han surgido problemas con sus amigos, pareja o familia por el contenido que publican en *Instagram*. En cambio, Mónica narra una experiencia reciente que tuvo durante la cuarentena, en ésta explica que comenzó a escribirse y, posteriormente, video llamarse con un hombre que conoció en una *app* de citas. En este acontecimiento se observa un entrelazamiento de diferentes plataformas sociodigitales con distintos fines u objetivos a partir de gustos en común que, en este caso, es el estilo de vida *fitness*. Ella explica que, después de existir más confianza entre ellos, ella decidió mandarle una fotografía suya a lo que él respondió:

“¿Realmente vas a subir eso? O sea, ¿quieres que la gente te vea así?” Y como que él se veía muy metido en la relación y me dijo: “O sea, en un futuro, crees que me gustaría que mis amigos dijeran: ¿esa es tu esposa?” Y yo así de: “Ouch. Gracias”. O sea, yo esperaba un: “qué bonita te ves” o algo. Y yo creo que eso fue uno de los motivos por los que la subí a medias a mi *Instagram*.

En este testimonio se escenifica la mirada machista que interviene en las prácticas de las mujeres. Así, parece mostrarlo más crudamente. Las prácticas donde se materializa el machismo se han remediado por la intervención de las plataformas sociodigitales y esta narración atestigua esto. Parece ser que Mónica no identifica que esto es un problema. Lo trata más bien como una situación no deseable. Sin embargo, deja ver, por un lado, el posicionamiento machista frente a las fotografías que suben las mujeres de sí mismas a *Instagram* o cualquier plataforma sociodigital. Por otro lado, la interacción de las mujeres con sus parejas o “ligues” al compartirlas las fotografías “sensuales” o donde muestran su cuerpo. Y, por el otro lado, la sensación de las mujeres cuando reciben un comentario diferente al que esperaban recibir.

El testimonio de Mónica visibiliza la suposición de las parejas machistas de que la otra persona les pertenece y, por tanto, también la imagen que hace de sí misma en las plataformas sociodigitales. Es decir, en la cultura digital no basta con controlar cómo se viste la pareja, sino también cómo se muestra, las fotos que sube, las que se toma y quién puede verlas. Como si existiese **una pertenencia o propiedad digital en las parejas sexo afectivas**.

En este indicador se observa que existe una práctica común de opinar sobre lo que las otras personas hacen o no hacen, sobre todo, cuando se cree que existe una superioridad o una jerarquía social. Por ejemplo, los padres diciéndole a los hijos qué hacer y cómo hacerlo; el hermano o el novio, mayor o menor, pero hombre, creyendo que tiene cierta superioridad moral para decirle a la hermana que no haga eso

### **Contenido “prosumido” en *Instagram***

Ahora, en la segunda subdimensión el “contenido prosumido”, es decir, producido y consumido, por las mujeres entrevistadas, es el centro. Es por ello que se les interroga sobre la diferencia, si es que existe, entre el contenido que publican en historias y aquel que publican en sus perfiles. Esto con la finalidad de comprender la distinción y las estrategias de producción del contenido.

Para las cuatro mujeres entrevistadas existe una clara diferencia entre las historias y las publicaciones, ya que en la primera suelen documentarse situaciones más cotidianas como, dice Zihu: “Si voy por un café, o si estoy con una prima y cantamos en el coche”.

O como Debi que muestra cuando empieza su día y va a entrenar, sin dar más información al respecto por la delicada situación de la Covid 19. Mónica, utiliza las historias en *Instagram* como herramienta para subir información que desea destacar en su perfil, también para mostrar cuando asiste al gimnasio, lo que desayuna y las comidas que hace. Es decir, para ella representa un medio para que posibles clientes vean el contenido que sube y las recetas que prepara para que deseen comer así y estar en manos de ella. Y comenta: “Lo que siento yo que puede ser un contenido más visual que información se va a mis historias”.

Mónica prioriza lo que atrae visualmente, o bien, estéticamente, por encima de la información escrita, por ello atestigua subir los alimentos que prepara a diario. Gabriela, al igual que Mónica, sube en sus historias las prácticas diarias que ella identifica como saludable porque ella se identifica así, por ejemplo:

Yo, siendo una persona saludable o que le gusta el ejercicio, aparte mis historias son parte de las clases (sic) de spinning que doy, subo a mi hija, subo a mi perro.

En resumen, para las cuatro mujeres las historias son actuaciones digitales que no se editan, se trata de algo rápido y normal. También son fotos o vídeos actuales. Son evidencia del día a día. Entonces, en las historias el contenido es más efímero y fugaz, pues desaparece a las 24 horas.

La función de “destacar” historias, es decir, que lo que solía desaparecer en 24 horas puede quedarse de manera permanente si los usuarios así lo desean y seleccionan. En el caso de las cuatro mujeres participantes y sus perfiles, se muestra la Tabla 19 donde se enuncian las historias destacadas.

Tabla 19. Descripción y enumeración de las historias destacadas de los cuatro perfiles.

Nombre	Debi	Mónica	Gabriela	Zihu
--------	------	--------	----------	------

Descripción y enumeración de las historias destacadas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emoji de corazón.</li> <li>2. Querétaro.</li> <li>3. Emoji de oso.</li> <li>4. #teamcuervo.</li> <li>5. #amordelbueno.</li> <li>6. Emoji de puño y persona levantando pesas.</li> <li>7. Emoji de brillitos.</li> <li>8. Emojis de patitas y un perro.</li> <li>9. Emoji de girasol.</li> <li>10. Emoji de corazón negro.</li> <li>11. Emoji de lucha y corazón negro.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ideas.</li> <li>2. <i>Tiktok</i>.</li> <li>3. <i>Workout</i></li> <li>4. <i>Gym</i>.</li> <li>5. ¿<i>keto</i>?</li> <li>6. <i>Work</i>.</li> <li>7. <i>Tattoo</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Home</i>;</li> <li>2. Emoji de brazo musculoso;</li> <li>3. MSL</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sobrinos.</li> <li>2. Pomerania.</li> <li>3. Hipotiroidismo</li> <li>4. <i>Gym</i>.</li> <li>5. <i>Selfie</i>.</li> </ol>
---	---	--	---	---

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los cuatro perfiles hay una historia destacada que hace alusión al gimnasio, ejercicio o *fitness*: en el caso de Debi el uso de los emoticones o emojis de puño y persona levantando pesas. Mónica las denomina como *workout* y *gym*; Gabriela las identifica con emoticón o emoji de brazo musculoso y, por último, Zihu tiene una historia destacada bajo la denominación *gym*. Esto indica que las cuatro mujeres suben a sus historias constantemente o, al menos han subido, contenido enfocado al ejercicio. Sobre todo, resalta que les parece relevante salvar esa información. Es decir, hay historias que seguro no guardan en las historias destacadas y no representa una pérdida que desaparezcan a las 24 horas, sin embargo, el contenido enfocado al ejercicio o al gimnasio y a la alimentación “saludable” sí debe permanecer en sus perfiles pues están construyendo y encaminando su contenido hacia un estilo de vida *fitness*. Todo lo anterior muestra una constante preocupación por los contenidos que manejan en su perfil, así como la corroboración de que ser *fitness* se trata de comer saludable, hacer ejercicio y esforzarse y disciplinar su cuerpo. Además, se observa que las imágenes que deciden destacar tienen el valor y empatan con el contenido que ellas desean mostrar y con cómo desean ser vistas por otros. Asimismo, Mónica, dedicada a la nutrición y la asesoría en ésta, destaca historias que engloban este contenido, por ejemplo, recetas, panqué de banana y peanut butter, en el caso de la primera y, en la segunda, está identificada con la denominación: IDEAS.

Las imágenes contribuyen a que las mujeres resignifiquen lo que muestran de sí mismas y lo que desean destacar para quienes entran a sus perfiles. Lo que las fotografías otorgan a las mujeres es una reafirmación de sus hábitos saludables: ejercicio y régimen alimenticio, además esto expone la preocupación por sustentar el cuerpo que tienen y por qué otras deberían hacer lo que ellas hacen, o en el caso de Mónica, por qué otras personas deberían contactarla para que sea su nutrióloga o entrenadora. Hay un fin comercial-mediático. En el caso de Gabriela, porqué otras personas sí podrían hacer todo lo que ella hace y porqué deberían asistir a las clases que da en *Velo Indoor Studio*. Entonces, las imágenes reafirman las subjetividades de estas mujeres con base en determinadas prácticas y en un tipo de cuerpo.

En cambio, detrás de las fotografías o vídeos que publican en sus perfiles existe un deseo de permanencia del contenido, según los testimonios de Gabriela y Mónica. La primera argumenta:

Es como que no le meto tanto, como que no saturó a la gente para ver una publicación mía. O si tengo algo muy padre que quiero compartir y que se quede ahí lo hago publicación [...] Obviamente la foto de la montaña estaba más bonita y lo publico para que se quede ahí.

La segunda, Mónica, coincide:

Las infografías que quiero que sean directamente información que se quedan en mi perfil [...] Ahorita lo que quiero hacer es subir información o los gráficos que hago para que se queden en el perfil.

Zihu y Debi publican fotografías o vídeos en su perfil que les gustan, ya sea de momentos en los que se sentían muy bien consigo mismas o aquellas imágenes en las cuales se ven sensuales. La primera dice:

En mi perfil sí soy más de compartir fotos (sic) que me gusten mucho mucho más y mis frases que ahorita empecé a hacer eso que también me gusta mucho. Trato de dar a mi feed (perfil) y compartir que soy espiritual, pero soy sensual y sexy y me encanta eso.



Debi hace lo mismo que Zihu, publica aquel contenido con el cual se siente cómoda, sin embargo, cuando se realizó la entrevista ella no se encontraba en “su mejor momento”, desde su perspectiva, y menciona que las fotos que está subiendo a su perfil no son actuales, sino que se las tomó cuando estaba preparándose para competir, antes de la cuarentena:

Fotos actuales no hay realmente muchas. Pero eso precisamente porque honestamente me salí un poco del plan que tenía y siento que en estos momentos no me siento tan a gusto como me sentía antes.

Entonces, las imágenes o vídeos que publican en sus perfiles son aquellas con las cuales se sienten cómodas, satisfechas, sensuales o que se ven sexy. Pero también es un contenido que desean permanezca en sus perfiles, es decir, que quien acceda a éstos pueda encontrar esas fotografías que se ganaron el lugar en el perfil. La coincidencia de los cuatro testimonios es la permanencia en el perfil de las fotos que significan algo para ellas, es decir, aquellas que aluden a momentos en los que se sentían bien consigo mismas, con sus cuerpos, con lo que estaban haciendo o con cómo se ven.

El testimonio de Debi constata el hecho de dejar de subir fotos por razones corporales. Ella, al momento de la entrevista, no se sentía cómoda con su cuerpo había subido de peso y dejó de prepararse para la competencia, es decir, dejó de ejercitarse y de seguir un plan de alimentación o dieta, y por esa razón estuvo “reciclando” fotos de antes. En este caso se muestra lo que ya no es. Dicho por ella misma: no hay fotos actuales porque no se siente a gusto como antes y explica: “físicamente sí afecta demasiado en mis emociones que yo comparta un poquito mi vida”. Lo anterior deja entrever las interacciones de la vida cotidiana de Debi como algo, cada día más, intervenido por las plataformas sociodigitales y la fotografía. Además, la sensación de incomodidad o inconformidad corporal se magnifica cuando se coexiste con *Instagram*, es decir, al compartir rutinariamente los hábitos que una tiene con quienes la siguen empieza a existir cierta presión sobre qué tan seguido debe subirse una fotografía, cómo debe ser y cómo debe verse el cuerpo en ésta. Sea para no disminuir el número de los seguidores o para no dejar de comunicarse con éstos y que sepan lo que le sucede a la creadora del contenido.

Para ella, compartir su vida afecta sus emociones y, si físicamente no se encuentra como ella quisiera, deja de subir fotografías actuales. Incluso, dice:

Yo soy enemiga de subir de peso, la verdad. [...] No me hace sentir bien y, te digo, [...] yo por aquí subo de peso y ya no me gusto y ya es pants, sudadera, gorra casi, si pudiera ponerme un saco de papas en el cuerpo yo creo que me lo pondría, y así.

Debi, al igual que Mónica, cambian sus comportamientos y sus prácticas si suben de peso. A través de la sistematización de los perfiles se observa que Mónica ha dejado de subir fotografías a *Instagram* desde noviembre del 2019 hasta el 26 de marzo del 2020, por ello se le pregunta en la segunda fase de las entrevistas las razones y si puede contarlo. Ante esto menciona: “Es que tuve una subida de peso y se me juntó con una ruptura amorosa que me afectó bastante emocionalmente, por eso subí tanto de peso”.

Mónica resalta principalmente, dos cosas: la primera, que la ruptura amorosa le afecta demasiado y, la segunda, que el rompimiento la lleva a subir de peso porque se siente mal. Es decir, una asociación repetida en las comedias románticas y en los estereotipos impuestos sobre lo que debe hacerse para “superar” una ruptura: comerse los sentimientos con botes de helado, o alimentándose de cualquier cosa, pero, en mayor cantidad. Dicho de otro modo, la tristeza del rompimiento la hacen comer de más y al subir de peso ya no se siente cómoda, entonces deja de subir fotografías de sí misma.

Estos dos indicadores resaltan que la actividad en la plataforma depende de una sensación de comodidad o autoestima corporal, es decir, sentirse bien con su cuerpo o con cómo se ven, determina que suban o no fotografías a *Instagram*. Entonces, lo que se publica en la plataforma sí tiene importancia en la vida diaria, de allí, también, que publiquen todos los días historias. El siguiente observable resalta el borrar fotos en *Instagram* como una estrategia de actualización del perfil y, por tanto, de la persona. Casi como si sucediese un *reseteo* al borrar algunas fotografías. Para comprender el tercer indicador es significativo conocer el número de seguidores que tienen y la variación en las cantidades, según el perfil, ya que, mientras más seguidores tengan más encaminan su contenido y procuran crear contenido de valor para sus seguidores. Esto corrobora lo que, en la revisión de la literatura,

se describe como “prosumidor” para referirse a las personas que crean el contenido que quisieran consumir y por el cual quieren ser conocidas.

La búsqueda de las cuatro mujeres por llegar a más personas se hace evidente con el uso de *hashtags* o etiquetas. Asimismo, parece significativo, al menos para ellas, la cantidad de publicaciones en su perfil tal es el caso de Mónica y de Gabriela, quienes borraron fotografías después de haber hecho el análisis de los cuatro perfiles. Ante esto no se comprende si a menor publicaciones en el perfil se ve más limpio o si responde a alguna estrategia de *marketing* no manifestada por alguna de ellas durante las entrevistas, o si bien, se trata de una actualización del perfil y de la persona, es decir, un *reseteo* digital. A continuación, la Tabla 6 muestra el cambio en el número de publicaciones del 23 de septiembre del 2020 al 23 de octubre del 2020.

Tabla 20. Cambio en el número de publicaciones de los cuatro perfiles del 23/09/2020 al 23/10/2020

Perfil	Núm. de publicaciones al 23/09/2020	Núm. de publicaciones al 23/10/2020	Aumento o disminución
Debi	1756	1767	+11 fotos
Mónica	229 fotos	206 fotos	-23 fotos
Gabriela	301 fotos	90 fotos	-211 fotos
Zihu	273 fotos	293 fotos	+20 fotos

Fuente: Elaboración propia

Tres de los cuatro perfiles se encuentran activos publicando fotografías, esto podría llevar a pensar que Gabriela y Mónica no están activas en la plataforma, sin embargo, se ha observado diariamente que sí suben historias a *Instagram*. Además, las fotografías borradas son viejas, ya que no han dejado de subir publicaciones desde el 23 de septiembre del 2020, 15 y 2 publicaciones respectivamente. Esto demuestra la necesidad de una constante renovación del perfil, es decir, las fotografías viejas ya no representan lo que Gabriela y Mónica quieren ahora mostrar de sí mismas. Resalta que Gabriela borró muchas fotografías en las que salía con su hija, así como los vídeos en los que salía haciendo ejercicio, pero conservó las fotografías que le han tomado fotógrafos profesionales o fotografías de

modelaje. Esto permite pensar que ahora desea encaminar su presencia en *Instagram* como modelo *fitness* y no como entrenadora. En cuanto a Mónica, en la primera entrevista dejó claro que el hombre con el que ha estado hablando durante la cuarentena no apoya que ella muestre su cuerpo en esa plataforma al decirle que no se siente cómodo de que cualquiera pueda verla y tener acceso a las mismas fotos que le manda a él.

Al contrario, el aumento de las fotografías puede deberse a que buscan posicionar su contenido de manera visual. En el caso de Zihu, ella publica una fotografía suya y una infografía con frase motivacional y así, sucesivamente. Debi no tiene tan claro el diseño o los colores que maneja en su perfil, sin embargo, se mantiene activa subiendo publicaciones. Debido a que una marca de proteínas la está buscando para patrocinarla en la siguiente competencia de *bikini wellness* y para ello le piden que tenga más de 5,000 seguidores. El continuo flujo de fotografías, es decir, estar constantemente publicando en *Instagram* alimenta el algoritmo de la plataforma y aumenta las posibilidades de que las publicaciones aparezcan en la página de inicio de diferentes personas. Esto se corrobora con el uso de ciertos *hashtags* o etiquetas. Éstas tres últimas chicas quieren aumentar sus seguidores y tener un contenido específico por el cual sus seguidores las busquen. Esto corrobora que la plataforma sociodigital *Instagram* se ha convertido en una posibilidad de negocio para las personas. En el caso de Zihu la plataforma significa un espacio de expresión de sus frases, pero también una posibilidad de ser conocida como *coach* espiritual y emocional. Para Debi, tener más seguidores representa que la patrocinen las proteínas que requiere para competir y ganar dinero, es decir, publicitarlos para que ellos le den gratis los suplementos y, si triunfa en la competencia, las dos partes obtienen ganancias.

Ahora, para comprender el cuarto indicador: la descripción de sí mismas en *Instagram*, se muestra en la Tabla 21 cómo las cuatro mujeres entrevistadas lo hacen:

Tabla 21. Descripción en *Instagram* de los cuatro perfiles

Nombre	Debi	Mónica	Gabriela	Zihu

Descripción del perfil	Debi Debernardi. Mexicana. MANUEL CUERVO. I am storm. @suplementos_cuellar . #teamwarriorlady	Le petit mort. Nutricionista. CS Nutrición UV. Flag Ball UV. <i>Gym lov.</i> Since 1902. <a href="http://www.Facebook.com/MoFitNutricion">www.Facebook.com/MoFitNutricion</a>	Gabriela. LANI. <i>Fitness Lover. Gym addict. Mom</i>	Zihu Agubra. Bloguero. Creadora de: @cositasxalapa. "Una forma de pensar diferente a ti". Xalapeña. <i>GYM.</i>
------------------------	---	---	--	---

Fuente: Elaboración propia.

La auto afirmación que provee este apartado en la plataforma *Instagram* resulta relevante, ya que ofrece información de ellas que por sí mismas han escrito. Debi, Gabriela y Zihu ponen sus nombres; Mónica, Gabriela y Zihu escriben sus ocupaciones: “nutricionista”, “*mom*”, “entrenador y coach en nutrición y deporte” y “bloguero”, respectivamente. Mónica añade los *links* en los que pueden encontrar otras plataformas para contactarla. Mónica, Zihu y Gabriela añaden la palabra “*gym*” a su presentación, es decir, lo primero que quieren que sepan de ellas está relacionada con el gimnasio o el ejercicio. Sin embargo, Gabriela añade la palabra “*addict*”, describiéndose como adicta al gimnasio. En las frases más conocidas en el estilo de vida *fitness* se llega a decir: “El *gym* es mi nuevo novio” aludiendo a la relación cercana que existe con éste. También, se asume como si esa adicción fuera la única que es buena. Hay una falta o poca problematización de lo que la adicción al gimnasio, al ejercicio, a cierta alimentación y al verse de cierto modo, le hace a las personas que se dedican o consideran *fitness*, sin embargo, si la descripción de alguna de ellas fuera “*sedentaryaddict*” o adicta a ser sedentaria ya no empataría con el estilo de vida *fitness*. Es decir, cuando un hábito se considera saludable no se considera riesgoso y esto naturaliza la adicción.

En cambio, Debi, incluye el nombre de su novio en la presentación de su perfil, así como el usuario de los suplementos que consume. Zihu, particularmente etiqueta al usuario de su negocio de maquillaje. Se observa que la descripción que las cuatro mujeres hacen sobre sí mismas está enfocada hacia un estilo de vida *fitness*, por ello destacan la presencia del gimnasio y el ejercicio como autocuidado.

### ***Instagram* y el cuerpo**

En las entrevistas se les pregunta a las mujeres si dejarían de usar *Instagram*. Todas responden que no y resaltan la posibilidad de borrar *Facebook* o *Twitter*, pero *Instagram* no. Debi comenta que hace un año lo dejó de usar porque:

Lo dejé de usar un tiempo porque me quitaba muchísimo tiempo y entre la tarea, el entrenamiento y el trabajo, de plano, las redes sociales me estaban absorbiendo y les estaba dedicando mucho tiempo.

Destaca que la única que dejaría de usarlo ya lo hizo porque le consumía mucho tiempo, es decir, pasaba demasiadas horas en la plataforma y, para poder hacer sus cosas, dejó de usarlo. Sin embargo, no lo dejaría de usar a menos que fuera un reto de un año. Para Mónica, *Instagram* representa algo que no ha encontrado en otra plataforma sociodigital: la posibilidad de decidir qué mostrar. Lo describe así:

Nada más muestras pedacitos o fragmentos de tu vida, entonces es como darle una pequeña vista de lo que es tu vida a la gente, pero realmente no tienen idea de cómo es. Solo les das una probadita

Cuando se le cuestiona a qué cree que se deba la primacía de *Instagram* sobre *Facebook*, reclama:

Porque es más visual, más vídeos y siento que es más personal [...] es más fácil sentirte más cerca de la persona o como tener más contacto directo.

Zihu concuerda con Mónica sobre la característica más resaltante de *Instagram*, para ella se distingue porque permite:

Compartir imágenes súper creativas, como que es la plataforma que más creatividad te saca, ¿no? porque hasta para tomar una taza de café buscas algo que se vea de fondo bonito para subirla y si fuera otra aplicación pues te da igual. Eso está súper padre porque te esmeras a que tus fotos y el contenido se vea mejor.

Entonces, la supremacía de *Instagram* sobre *Facebook* o *Twitter*, según el testimonio de las cuatro entrevistadas, recae en la visualidad que esta plataforma ofrece. Es decir, si bien en *Facebook* y *Twitter* pueden subirse fotografías y vídeos, no es el foco principal de éstas.

En cambio, *Instagram* prioriza la visualidad sobre el texto y, según Mónica, esto hace que las personas se sientan más cerca de otras. Además, se trata de buscar la estética en cada fotografía, por más cotidiana que pueda ser debe verse bien.

Ahora, en cuanto a subir recetas de comida saludable o publicar rutinas de ejercicio, las cuatro mujeres lo hacen de diversas maneras y en diferentes cantidades. Es decir, Mónica es más de compartir imágenes de platillos que ella cocina e infografías con datos nutrimentales, ya que ella es nutrióloga y pretende reconstruir su perfil como una herramienta de trabajo que le permitirá conseguir más clientes a partir de la información que publica.

Gabriela subía vídeos de ella haciendo rutinas de ejercicio proporcionadas por su entrenador o por una de las usuarias que recomienda, pero no suele documentar las comidas que hace. Sin embargo, ella retrata más su vida cotidiana que Mónica, por ejemplo, llevar a su hija a la escuela y recogerla, su asistencia al gimnasio, por mencionar algunos. Gabriela muestra sus comidas trampa o el día que no sigue la dieta, ay que son acontecimientos fuera de su cotidianidad.

Debi únicamente documenta, mediante fotografías, cuando va a entrenar, está entrenando o acaba de entrenar y lo hace con *selfies* y filtros no suele subir sus rutinas de ejercicio porque ella no se considera profesional o que tiene amplio conocimiento sobre los temas *fitness* como para aconsejar a las personas. Además, evidencia su proceso para convertirse en fisicoculturista en la categoría bikini wellness, es decir, documenta las prácticas que la hacen pertenecer al estilo de vida *fitness*.

Zihu, al contrario, no publica imágenes de sus alimentos ni de su rutina, sino de sí misma y de frases motivacionales y espirituales. Esto puede deberse a que lleva menos tiempo que las otras tres mujeres reconociéndose y formando parte del estilo de vida *fitness*. Así, se observa que las prácticas mostradas a través de *Instagram* documentan y sirven como testigos de la pertenencia con el estilo de vida *fitness*. En los cuatro casos existen matices, es decir, algunos hábitos coinciden y otros no, sin embargo, la constante de publicar fotografías y vídeos para mostrar a otros el reconocimiento con el estilo de vida *fitness*, está presente en los cuatro casos.

El último indicador de la dimensión corresponde a la presencia de *hashtags* o etiquetas en las 135 fotografías sistematizadas de los cuatro perfiles. En los anexos se encuentra la Tabla 28 completa donde se muestra que Gabriela utiliza 300 *hashtags* diferentes; Debi 106 variaciones de etiquetas; Mónica 52 y Zihu 20.

En el caso de Zihu, quien menos opciones de etiquetas utiliza, no se trata de que no use *hashtags* para identificar su contenido, sino que repite mucho el mismo racimo de etiquetas: #xalapaenriquez, #xalapa y #amorpropio en casi todas sus publicaciones. En cambio, Mónica ha comenzado con el uso de las etiquetas ahora que el giro de su perfil ha cambiado a uno más profesional donde estará dando #tips de #nutricion, #salud, por ello los más frecuentes son: #healthtips, #nutricionista, #estilodevida, #easyrecipe, #healthyfood, #fitness y #healthy. Debi, la tercera que más utiliza *hashtags* suele utilizarlos para describir lo que sucede o quienes están en las fotografías que publica, sin embargo, también identifica las fotografías en las que sale posando, mostrando sus músculos o frente al espejo del gimnasio, vestidor o baño posando, de allí que sean: #gym, #gymmotivation, #gymlife, #warriorlady, #gymgirl, #gymtime, #bodibilding, #wellness, #wellnessfitness, #motivacion, #fitness, #fitnessmotivation, #ladywarrior, #wellness2020, #tbt, #bodybuilding, #2020wellness, #bikiniwellness, #fitnessmodel y #fitnessgirl. También los *hashtags* de Debi apelan a su personalidad y lo que durante las entrevistas enfatiza respecto a la motivación que se requiere para hacer ejercicio y la disciplina para competir en alguna categoría de fisicoculturismo. Además, en las 135 fotografías que se analizaron se encontró que muchas se identificaban con #bikiniwellness, #wellness2020 y #2020wellness, ya que, como lo expresó en las entrevistas:

Yo iba a competir en la categoría de bikini para las competencias de fisicoculturismo, y me estuve preparando mucho, pero la pandemia se atravesó y tuve que parar de entrenar, aparte los concursos se cancelaron. Ya será para el próximo año

El caso de Gabriela es clave para comprender el uso de los racimos en los *hashtags*, es decir, el uso constante y, casi, por asociación de un *hashtag* sobre el otro. Por ejemplo, Gabriela escribía racimos para establecer contenido de fotografía: #love #life #freedom #picoftheday #alley #streetstyle #streetphotography #vibes #model #instagood #instapic



*#fitness #fitnessmodel #fitspo #photography #urbanphotography #loveyourself #walking*; o para los vídeos en los que salía haciendo una rutina de ejercicio en casa: *#workout #home #staystrong #training #fitness #motivation #healthylifestyle #love #mylife*; para cuando eran vídeos haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio: *#fitnessaddict #fitspo #love #mylife #goodvibes #happy #place #gym*. Asimismo, en el top veinte de los más usados por Gabriela está el *#love* con 110 menciones, esto alude a la personalidad que mostró durante las entrevistas, ya que es alguien que se muestra sonriente y feliz, tanto en cámara como en su discurso. También por las historias que sube en *Instagram*.

Se resalta que los *hashtags*, en su mayoría, están en inglés, hay muy pocos en español. Esto lleva a preguntarse si quieren posicionar su contenido con personas de otras partes del mundo o si esto responde a la “globalidad” del inglés como lengua casi universal, también si hacen ésto para tener más *likes* aunque no formen parte de sus seguidores. Por ejemplo, Zihu es la única que escribe en español e identifica el *#loveyourself* con *#amorpropio*.

Entonces, se observa que el top 20 de los *hashtags* que utilizan apelan al giro del contenido que manejan en *Instagram*. A raíz de conocer el top 20 se decide reducir la lista a tres para poder realizar la categorización de las fotografías que se encuentran con tales etiquetas. Sin embargo, Debido a que Zihu tiene muy poca variación en los *hashtags* que utiliza, se toma la decisión de elegir aquellos que se repitan en, al menos, tres de los cuatro perfiles. Además, el contenido que Zihu maneja en su perfil de *Instagram* está enfocado a una superación emocional-espiritual y no *fitness*. Esto resulta curioso, ya que en su perfil de *Instagram* se describe como: "*fitness*".

El uso de las etiquetas en racimos permite identificar contenidos y reconocerlos como parte de un estilo de vida, en este caso, los conglomerados *fitness* pueden inferirse a partir de lo observado en los cuatro perfiles: el gimnasio es el espacio que indica la pertenencia a un grupo específico, por ello tantas etiquetas con variantes del *#gym*, con apellidos diversos: motivación, vida, mujer, tiempo (*#gymmotivation, #gymlife, #gymgirl, #gymtime*) y el *fitness* como estilo de vida que identifica un modo particular de ser y hacer con las etiquetas: *#fitness, #fitnessmotivation, #fitnessaddict #fitspo, #fitnessmodel, #wellnessfitness*. La coincidencia en las etiquetas y en los racimos que usan las cuatro mujeres entrevistadas indica

la asociación de ciertas prácticas con el estilo de vida *fitness*, así como la derivación de una práctica sobre la otra, es decir, el *fitness* deriva en el *wellness* y por ello el *#wellnessfitness*, el *fitness* tiene modelos particulares y, por tanto, el *#fitnessmodel*.

Asimismo, la vertiginosa y acelerada cultura digital impacta en la cantidad de publicaciones que se hacen por segundo bajo las etiquetas repetidas en tres de los cuatro perfiles: *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*. Estos números crecen constantemente, es decir, cada día hay más personas que publican fotografías con los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*. La Tabla 8 lo pone en evidencia.

Tabla 22. Registro del número de publicaciones en los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation* del 21 de octubre del 2020 al 21 de abril del 2021.

Fecha	21/10/2020	21/11/2020	21/12/2020	21/01/2021	21/02/2021	21/03/2021	21/04/2021
Hashtag	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones	Núm. publicaciones
<i>#Gym</i>	196 millones	198 millones	199 millones	201 millones	204 millones	206 millones	207 millones
<i>#Fitness</i>	418 millones	423 millones	426 millones	431 millones	438 millones	442 millones	445 millones
<i>#Fitness motivation</i>	92.5 millones	94.4 millones	96.2 millones	97.3 millones	100 millones	101 millones	103 millones

Fuente: Elaboración propia

Este ejercicio de contabilizar, por mes, qué tanto aumenta o disminuye el número de publicaciones identificadas con esos *hashtags* responde a la visibilización del contenido generado bajo esas etiquetas. Además, coincide con lo observado en los perfiles de las cuatro mujeres entrevistadas, ya que tres de cuatro mujeres utilizan esos *hashtags* con mayor frecuencia.

Del 21 de octubre del 2020 al 21 de noviembre del mismo año existieron incrementos de: 2 millones de publicaciones identificadas con el *#gym*; 5 millones con el *#fitness* y 1.9 millones con el *#fitnessmotivation*. Esto indica que el contenido que se publica en *Instagram* bajo esas etiquetas está creciendo, puede pensarse que se debe a la pandemia del covid19 y a que esto ha obligado a que más gente se ejercite de manera regular, o bien, puede deberse a la apertura de los gimnasios luego de estar más de seis meses, al menos en México, cerrados por la pandemia. Sea la razón o razones que sean, esto visibiliza la pertinencia de esta investigación, además, corrobora la constante actualización y generación de contenido identificado con el estilo de vida *fitness* y las prácticas digitales que lo justifican y acompañan.

Por último, la Tabla 23 resume lo descrito en este apartado:

Tabla 23. Socialización mediante *Instagram*

Prácticas	Actuaciones específicas
Recomendar usuario	-Identificación con el contenido. -Reconocimiento de sí en las publicaciones del otro. -Admiración. -Contenido que motiva.
Apoyar en <i>Instagram</i>	-Darle “me gusta” a la publicación. -Escribir comentario positivo. -Utilizar emoticones positivos o amorosos.
Molestar en <i>Instagram</i>	-Escribir comentarios negativos -Crear cuentas falsas. -Acoso. -Escribir comentarios o piropos desagradables.
Conflicto con amigos o familia	-Publicar contenido que no empata con los ideales de la familia.
Conflicto con pareja	-Publicar imágenes donde muestran el cuerpo.
Sororidad digital	-Comentarios positivos de mujeres sobre mujeres. -Mostrar imágenes donde se vean los cuerpos sin posar.

Publicar contenido <i>fitness</i> en <i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recetas saludables.</li> <li>-Rutinas de ejercicio.</li> <li>-Fotografías antes de entrenar, entrenando o al terminar el entreno.</li> <li>-Usar etiquetas o racimos de etiquetas como: #gym, #fitness. #fitnessmotivation, por ejemplo.</li> <li>-Publicar fotos de cuerpo completo en el gimnasio.</li> </ul>
Dejar de subir fotos actuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inseguridad corporal.</li> <li>-Amigos/pareja opinan de las fotos que suben.</li> <li>-Subir de peso.</li> </ul>
Documentar la cotidianeidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fotografías en historias.</li> <li>-Publicar en historias lo que comen o hacen durante el día.</li> </ul>
Resaltar ciertos acontecimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Publicar imágenes en el perfil.</li> <li>-Actualizar el perfil.</li> <li>-Borrar fotos que ya no empatan con el giro del perfil.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

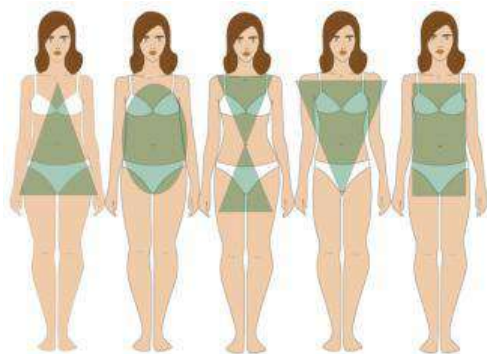
En el siguiente apartado se visibilizan las contradicciones en las prácticas que se viven a diario bajo los estatutos de la fenomenología feminista. Se desarrolla de manera más profunda el esbozo de sororidad digital mencionado anteriormente y se discuten las limitaciones, los alcances, las paradojas y las posibilidades.

### **Género**

Esta dimensión corresponde a las prácticas normativas, normalizadas y naturalizadas como pertenecientes al ser mujer que se divide en las subdimensiones de corporalidad, interacción, descuido y estereotipo. En la primera subdimensión, los observables son: la identificación con un tipo de cuerpo y la identificación con un porcentaje de grasa corporal. La segunda tiene como indicadores: problemas con mujeres en el ámbito del *fitness* y amistad con mujeres en el gimnasio. La tercera tiene como observables: el ser mujer en el ámbito del *fitness*, las ideas en torno a la expresión: “me dejé”, es decir, dejar de hacer lo impuesto social, histórica y culturalmente bajo la etiqueta de ser mujer, y, por último, se mencionan las frases que las entrevistadas tienen respecto a ser mujer.

En la subdimensión de corporalidad se pretende conocer con qué tipo de cuerpo se identifican las cuatro mujeres, es decir, si consideran que su cuerpo es como un triángulo,

triángulo invertido o reloj de arena, y, para ello, durante la segunda fase de entrevistas se les muestra la siguiente imagen:



Fuente: Obtenida de Google Imágenes en el *link*: <https://redpersonalshoppers.com/tipos-de-cuerpos/>

Resalta que las cuatro mujeres, a pesar de tener diferentes cuerpos, con distintas alturas, pesos, dietas y ejercicio detrás, se identifican con el cuerpo de en medio: el reloj de arena. Bajo diferentes argumentaciones justifican su elección. Mónica es la primera en decir: “Gracias a Dios, a pesar de que he subido de peso mi tipo de cuerpo ha mantenido la forma en el centro”.

Debi alude a sus proporciones para explicar por qué sí sería la del centro, como si tuviera que justificarse:

Viendo mis proporciones, no tengo la cadera ni muy ancha y sí mis hombros si los trabajo tiendo a que mi espalda se vea más voluminosos, entonces depende cómo lo ejercite.

Cabe resaltar que se considera que las respuestas obtenidas están determinadas porque quien las entrevista es mujer y, sí pareciera que existe una necesidad de justificarse con otras mujeres, casi como si solo entre nosotras pudiésemos comprender la “hiperconciencia corporal” mencionada anteriormente.

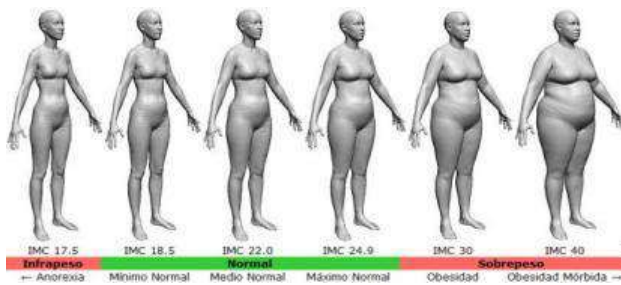
Dicha hiperconciencia resulta de las muchas veces que una se mira al espejo, que una acerca y aleja las fotografías para encontrarles defectos o corregir ciertas cosas, de las veces que un reflejo resulta suficiente para mirar la postura del cuerpo, los excesos, los tamaños, así como de las opiniones, comentarios que otros hacen sobre el cuerpo de una. Esto se hace

evidente en los testimonios de las cuatro mujeres donde mencionan la anchura de sus hombros y sus caderas, las dimensiones de sus cinturas y por qué se identifican con un tipo de cuerpo que generaliza lo que, en teoría, debería ser particular: el cuerpo de cada una.

Además, destaca que las cuatro se identifican con el cuerpo en forma de reloj de arena y se cree que se debe a que los cuerpos pueden modificarse, según la dieta y el ejercicio, para aumentar glúteos, disminuir cintura y moldear los hombros. También se considera que ese tipo de cuerpo es el ideal hegemónico, es decir, el cuerpo que “todas las mujeres desean” o “quisieran tener”, el cuerpo curvilíneo que se ha puesto de moda y ha crecido en popularidad por las *Kardashian*, que son unas actrices voluptuosas en términos de corporalidad y se han hecho famosos por su *reality shows*.

Parece confirmarse la homogeneización de los cuerpos. Al uniformizarse y englobar composiciones y estructuras diferentes en un solo elemento, sin importar que tengan fisonomías distintas previo al ejercicio. Debi habla sobre trabajar su cuerpo y, solo así, tener esa figura de reloj de arena, aparentemente no tiene ese cuerpo a menos que haga ejercicio para moldearlo. Utilizar únicamente cinco categorías para hablar de los cuerpos resulta dudoso, además, esta denominación de los cuerpos como figuras geométricas o como frutas, por ejemplo, la pera, la manzana, nace de la pretensión de instruir a las mujeres sobre sus áreas “problemáticas”, cómo hacer para disfrazarlas y cómo llamar la atención hacia las áreas más “favorecidas”. Al utilizar el concepto en singular cuando se busca explicar lo plural, en este caso, las diversas fisonomías, se invisibiliza la diversidad en las composiciones, estructuras, tamaños y características y, por tanto, mujeres.

El segundo indicador de la corporalidad se trata del reconocimiento con un porcentaje de grasa corporal, ya que esto muestra lo hiperconcientes que están de cuántos kilos han subido o bajado y del estado actual en el que se encuentra su nivel de grasa. Asimismo, debe recordarse que estas respuestas se obtienen durante la pandemia por la Covid 19 y, debido al encierro y a la cuarentena, las mujeres han tenido que modificar sus rutinas. Resalta que ellas conocen su porcentaje de grasa corporal aun cuando no han asistido al gimnasio en varios meses. A continuación, la imagen:



Fuente: Fuente: Obtenida de Google Imágenes en el link:

<https://www.scientificpsychic.com/fitness/dieta-para-controlar-el-peso.html>

La imagen muestra los índices de grasa corporal que se identifican con infrapeso, peso normal y sobrepeso. Mónica menciona estar en el máximo normal al igual que Debi, Zihu en el medio normal y Gabriela en el mínimo normal. Los testimonios de las cuatro mujeres se relacionan con su experiencia durante la pandemia, tanto Mónica como Debi han narrado que la pandemia les ha afectado en lo que comían y en sus prácticas, por tanto, han subido de peso.

Los indicadores que corresponden a la subdimensión corporalidad evidencian la hiperconciencia corporal experimentada por las cuatro mujeres. Se considera relevante que ubiquen el índice de grasa corporal en el que se encuentran puesto que en el estilo de vida *fitness* debe conocerse esta información, sobre todo, cuando se compite y cuando se lleva una dieta en la que se desea modificar el porcentaje de grasa o de músculo. Mónica, Gabriela, Zihu y Debi saben en qué parte de su cuerpo acumulan grasa y qué parte de sus cuerpos está propensa a modificarse si se sube o se baja de peso. Eso es hiperconciencia corporal.

Sobre este tema, López (2014) dice: “los efectos del sexismo que enseña a las mujeres a concebir sus cuerpos como si fueran representaciones e incluso como cuerpos objetivados por la mirada de otros” (p. 50) y los indicadores anteriores confirman esto: las mujeres están (estamos) acostumbradas a pensarse (pensarnos) según lo que otros pensarían.

En el segundo apartado que corresponde a la interacción con otras mujeres en el ámbito del *fitness* están dos indicadores que narran experiencias particulares: problemáticas con mujeres y amistad con mujeres. Esta sección pretende conocer cómo son las interacciones que han tenido Gabriela, Zihu, Mónica y Debi con otras mujeres.

Gabriela explica que si una mujer, en el gimnasio, es parecida a ella, es decir, que va a hacer ejercicio y no a ligar o a distraerse, ya puede ser su amiga. Sin embargo, no deja de mencionar:

Veo que algunas personas o algunas mujeres tienden a competir contigo, lo he visto, lo he vivido y me ha tocado, porque me han dicho a mí. Hay ciertos comentarios o tipo de rivalidad que me los dicen y es como: “Ah, chido”. [...] ya nada me afecta, porque ya de por sí tengo que lidiar con mis pensamientos como para que todavía vaya a lidiar con los de alguien más

La presencia de la rivalidad y competencia entre mujeres está presente en los cuatro testimonios, empero Gabriela resalta su fortaleza frente a los comentarios comparativos por la experiencia que tiene luchando con sus propios pensamientos. Es decir, la resistencia de Gabriela recae en ya haber batallado con esas ideas en su propia cabeza.

Asimismo, Zihu describe la comparación con ejemplos concretos como:

Te dicen: “mira, te falta más peso porque te falta glúteo”; “mira, súbele más peso a la pierna porque no se te marca tanto”; “tienes que hacer más parte superior porque...” ¿me explico? [...] sobre todo con las mujeres porque están viéndote qué te hace falta para que lo trabajes y modifiques haciendo los ejercicios que a ellas les sirvió.

En este testimonio resalta la hiperconciencia corporal de las mujeres sobre los cuerpos de otras mujeres, es decir, mencionarle a otra mujer lo que le hace falta porque una está consciente de las propias carencias corporales. Los ejemplos que menciona Zihu recaen en la búsqueda por empatar con el estereotipo corporal hegemónico aceptado en el estilo de vida *fitness*, es decir, aquel que tiene glúteos y piernas grandes y fuertes, pero cintura estrecha y sin panza, brazos marcados y espalda marcada, pero con senos lo suficientemente grandes como para igualar la medida de la cadera y los glúteos, es decir, aquel que equivale al reloj de arena.

Debi también menciona la competencia como una característica de la interacción entre mujeres en el ámbito del *fitness* y del gimnasio. Y retoma, al igual que Zihu, ejemplos de los comentarios que critican y juzgan los cuerpos de las otras, dice:



Y sí he escuchado comentarios de: “sí se ve bien, pero le hace falta pompa”, o “sí se ve bien, pero le hace falta pierna” o “está más plana que nada” y no sé, o sea, yo no sé cuál es el problema de a alguien le haga falta algo si no eres tú.

La hiperconciencia corporal, por un lado, enaltece el conocimiento del funcionamiento del cuerpo propio, es decir, cuándo sí se tiene hambre, cuándo está cansado, cuándo está adolorido, cuándo y qué debe comer. Y, por el otro, puntualiza lo que está en falta y lo que está en exceso, en qué parte del cuerpo falta y en qué parte del cuerpo sobra. Y una de las prácticas puntuales del estilo de vida *fitness* en el ámbito del gimnasio es observar los cuerpos de otras personas, hombres y mujeres, y pensar qué falta y qué sobra. A resaltar que todo esto se construye intersubjetivamente por los modelos normativos aprehendidos social, histórica y culturalmente. Entonces, cuando una menciona los “defectos” de la otra, está señalándose a sí misma.

Empero, si quien lee esto es mujer y ha asistido a algún gimnasio de manera regular, sabe lo que es escuchar esos comentarios e, incluso, pensarlos de otras mujeres, hacia otras mujeres y hacia sí misma. Debi comenta:

Yo creo que es complicado y no me dejarás mentir porque las mujeres somos horribles, honestamente somos muy malas. Y bien dicen, ¿no? Que la peor enemiga de una mujer es otra mujer y sí, porque pareciera que siempre estamos compitiendo entre nosotras cuando no nos conocemos. [...]

Sobre la competencia al interactuar con mujeres en el ámbito del *fitness* y del gimnasio, dice Mónica:

Y malas experiencias: envidias, yo creo que eso es algo que siempre, tarde o temprano, te encuentras y más con el ego de un gimnasio. Sí hubo una situación por ahí y lo que es competencias.

Sin embargo, existe un lado positivo, según Gabriela, Mónica y Zihu y es conocer a mujeres que llevan un estilo de vida parecido al de una, en cambio, el lado negativo sigue estando presente. Mónica, al igual que Gabriela, resalta lo positivo que le ha dejado el gimnasio, en términos de amistad con mujeres. Relata, incluso, una historia particular con una gran amiga y menciona:

Ese es uno de los aspectos positivos que me ha dejado el gimnasio: conocer personas como ella. No es la única, gracias. Eso sí puedo agradecer, no es la única persona como ella que he podido conocer, pero sí un poquito más de las representativas y más presentes en mi vida.

La competencia y rivalidad entre mujeres en el ámbito *fitness* y del gimnasio es una expresión de lo que histórica, social y culturalmente se ha enseñado a las mujeres: hacer menos a otras es hacerse más a una misma. Sin embargo, eso está rompiéndose. La sororidad digital, incluso narrada por las mujeres entrevistadas, está cada día más presente en términos hablados, aún falta camino para que, en las actuaciones, al menos en el estilo de vida *fitness*, se haga visible. El apoyo por medio de me gusta y comentarios de aliento y apoyo es cada vez más común y, sobre todo, la sensación de orgullo y admiración cuando viene de otras mujeres es mayor. Sin embargo, las contradicciones están y estarán presentes siempre que se coexista y se esté en interacción con los modelos normativos que naturalizan y normalizan lo que no es natural ni normal. La competencia y la rivalidad entre las mujeres está en camino a eliminarse o disminuirse considerablemente.

Las mujeres entrevistadas mencionan experiencias negativas con otras mujeres en el ámbito del estilo de vida *fitness*, sin embargo, no se reduce en pensar que las mujeres son malas o competitivas unas con otras, sino que, así como existe la rivalidad o experiencias negativas, también hay una presencia de experiencias positivas y apoyo entre mujeres. Y esto, parece tener el mismo peso.

Ser mujer en el ámbito del *fitness* es muy variable, sin embargo, hay prácticas específicas que lo identifican, por ejemplo: priorizar el crecimiento de los glúteos sobre la parte superior del cuerpo; los músculos deben marcarse; la coexistencia con la rivalidad entre mujeres, pero con miras a hacer amigas en el gimnasio; la fortaleza recae en cargar peso y en tener un autoestima alta y sólida. La narrativa sobre cómo se ve una mujer saludable, cuáles son las características del cuerpo que debería tener y las prácticas que sostienen esto se cuestionan desde la fenomenología feminista cuyo método recae en “desnaturalizar las afirmaciones esencialistas sobre la realidad y develar el papel de la subjetividad y la intersubjetividad en la constitución de la realidad” (Zeiler & Folkmarson, 2014, p. 10).

La fenomenología feminista visibiliza las contradicciones con las que las mujeres deben estar en constante enfrentamiento, por un lado, se trata de enfrentarse a las normas de belleza que oprimen a las mujeres, señalarlas y hasta cierto punto, resistir. Y por el otro, existen aquellas que eligen modificar su apariencia para empatar con estas normas de belleza a las cuales no son forzadas ni engañadas, pero sí socialmente presionadas. Es decir, son actoras que deciden con base en lo que más les conviene y las hará desarrollarse normalmente en un contexto donde sus opciones son restringidas. Así, quienes modifican su apariencia ayudan a reproducir las normas.

Así, el segundo indicador dentro de la subdimensión “descuido” surge debido a una respuesta que Debi da durante la primera fase de la entrevista, donde dice:

Esto del encierro y el ya no tienes un ingreso económico como el que tenías antes pues te empieza a dar como tipo depresión y dejas de hacer ejercicio. O sea, somos seres humanos y sí, me dejé un poco, pero ya lo he estado retomando, igual poco a poco y espero poderme presentar en febrero del año que entra en un Mister México.

Resulta reveladora la combinación de palabras: “me dejé”, y como en ese primer encuentro no se ahonda en el tema, se decide incluir para la segunda fase de las entrevistas a las cuatro mujeres, la pregunta sobre lo que significa decir que una mujer se dejó. Ello con el fin de conocer las prácticas que identifican la normalidad y la naturalidad dadas sobre lo que una mujer debería ser y/o hacer para no dar el aspecto de “dejarse”.

Las cuatro mujeres coinciden en que hablar de una mujer que “se dejó” explica un descuido, un cambio o dejar de hacer algo que llevaban tiempo haciendo, pero de manera negativa. Gabriela identifica la expresión como:

Podría ser esa persona que llevó algún régimen, llámese ejercicio, alimentación, activa y se dejó. O sea, ya no hacer nada, ya no comer sano e ir por la vida comiendo lo que se presenta en mi casa o lo que compro, que no le importa y no tiene ese cuidado y no está realizando ningún ejercicio físico que le haga mejorar su, yo lo llamo salud, cuidar el cuerpo es como salud. [...] tal vez esas personas que se dejan es porque dejan de hacer algo que quizá llevaban haciendo algún tiempo.

Gabriela establece que alguien que “se deja” abandona el régimen que llevaba, sea ejercicio o una alimentación específica. Para ella, dejarse está relacionado con comer lo que

sea y no cuidarse. En el caso de Mónica, ella misma se pone como ejemplo para explicar lo que significa esa expresión:

Por ejemplo, de mí puedes decir que en el rato que te conté que subí de peso yo te puedo decir que sí, realmente me dejé. Si yo veo mis fotos de noviembre a mediados de febrero yo... Mi cuerpo es totalmente diferente. Y sí, realmente me dejé porque dejé de tener ganas, de comer bien, de hacer ejercicio, de preocuparme por mí.

Sucede que Mónica asume que el dejarse está relacionado con prácticas físicas como ejercitarse y comer bien junto con un alejamiento con el autocuidado, es decir, si alguien se deja es porque cambia sus hábitos de autocuidado físico. Por ello, se le cuestiona sobre las actuaciones que tiene una persona que “se dejó”, ante esto responde:

Descuidarse, dejarse de preocupar por ella. Yo creo que todos vemos los cambios más rápido en las personas que en uno mismo, le puede cambiar el semblante, el ánimo, lo más notorio: su cuerpo cambió, o bajó de peso o subió de peso; si salía ahora ya no la ves tanto, ya no te manda mensajes

Mónica identifica el descuido como el resultado de dejar de hacer ciertas cosas que antes se hacían, pero resalta lo más notorio cuando una persona “se deja” y es que el cuerpo cambia. Sin embargo, Mónica es la única que menciona la parte emocional que describe a alguien que “se dejó”, enalteciendo el ánimo y el semblante de quien ha cambiado sus hábitos. A Debi se le interroga, también, por las prácticas que tiene alguien que “se dejó” y ella responde:

Una cosa es comer todo frito, muchos refrescos, consumir mucha mayonesa, muchas frituras o ya ves que vas al cine y te compras una charola inmensa del combo cuates, y otra cosa es dormir poco, comer dos veces al día mal, salir cada ocho días de antro, descuidar tu alimentación, porque hay personas que se descuidan hacia un lado, ¿no? Hay algunas que comen de más y otras comen de menos y ambas mal.

Entonces, las prácticas de alguien que “se dejó” son resultado de opiniones y miradas de terceros. Por ello se asumen cosas ligeras respecto a la persona. Es decir, argumentar que una persona “se dejó” está relacionado, según las entrevistadas, con prácticas de descuido, por ejemplo: comer cosas fritas, refrescos, mayonesa, frituras, comer mucho cuando asisten

al cine, comer solo dos veces al día, salir los fines de semana al antro o de fiesta, dormir poco y descuidar la alimentación... Ante ello surge la pregunta ¿quién no ha hecho eso en algún momento de su vida? ¿Será que todos “nos hemos dejado”? ¿Quién se ha sentido mal después de hacer eso? ¿Por qué comer cosas fritas, mayonesa, refrescos o frituras se identifica con un descuido si muchas veces son gustos y antojos que, las mismas entrevistadas han relatado?

O más bien, se trata de ideas inscritas en el estilo de vida *fitness* donde la otredad se hace presente y, la construcción de este estilo de vida se edifica sobre la base de la diferencia. Es decir, se reconocen las prácticas del estilo de vida *fitness* y, ante estas, se asume que todo lo que no empata con ello es negativo, no saludable o son prácticas y comportamientos de alguien que “se deja”. Para ahondar en la temática se le cuestiona a Debi cómo se ve alguien que se dejó y responde:

A nivel físico alguien que se dejó es una persona con obesidad porque digo, no siempre vas a tener un cuerpo completamente a tu gusto porque tendrías que tener una vida demasiado dedicada a tu cuerpo, pero hay un punto límite entre verte bien y atentar contra tu salud. Para mí una persona que se dejó está atentando contra su salud, ¿cómo? Ya hablando de un sobrepeso

El testimonio de Debi resalta un sobredimensionamiento por tener sobrepeso u obesidad, es decir, se utiliza como sinónimo de atentar contra la salud. Los medios impresos, televisivos, radiofónicos y, ahora, las plataformas sociodigitales han reproducido un discurso alrededor de la salud, donde quien no hace ejercicio con regularidad y lleva cierto régimen alimenticio está atentando contra su salud... Cuando realmente es más profundo que esto. Zihu coincide con las otras mujeres entrevistadas, hablar de alguien que “se dejó” declara, casi inmediatamente, que se ha desatendido o se ha descuidado. Ella lo describe:

Desde mi percepción es alguien que ya se descuidó muchísimo en todos los aspectos, por ejemplo, he escuchado que muchas mujeres lo utilizan cuando era una mujer súper arreglada y cuidadosa y de repente sube de peso, ya no se arregla ni se pone ropa bonita. Como que toda su imagen cambió.

Las mujeres entrevistadas centran la atención del descuido en la imagen de las mujeres. Si bien, existen prácticas específicas asociadas con un abandono. Para las cuatro el

descuido se hace evidente en los cuerpos: en la subida de peso, según Debi, Gabriela, Zihu y Mónica; en la falta de arreglo personal o de usar ropa bonita, según Zihu; en comer grasas como mayonesa, comida frita, frituras, en ir al cine y comer la comida que venden allí, en ir al antro cada ocho días. Para Debi esto se refleja en el ánimo y el semblante, en dejar de tener ganas de hacer ejercicio y de comer bien, según Mónica; en dejar de comer sano y comer lo que esté disponible y en dejar de hacer ejercicio físico, según Gabriela.

Todas coinciden en la subida de peso como sinónimo de una mujer que “se dejó”. Pero esto merece un análisis más cauto. Hay diversos factores detrás de una dieta que pueden enfermar a alguien, es decir, dietas extremas o sin llevar acompañamiento de profesionales; tener una vida llena de ansiedad y estrés, son solo algunos de los factores. La obesidad es estudiada, medida y definida según los estudios que realizan las farmacéuticas que venden los mismos productos para evitarla y que innovan en aparatos y alimentos para adelgazar. Asimismo, hay que recordar que los cuerpos son medidos, analizados y definidos según patrones occidentales y heterosexuales, es decir, no puede dejar de mirarse que, en las declaraciones de Debi, Gabriela, Mónica y Zihu se escenifican los discursos arraigados sobre lo que se considera normal, natural y normativo.

Asimismo, las cuatro mujeres, durante las entrevistas, mencionan algunas generalizaciones de las mujeres. La Tabla 24 las enlista.

Tabla 24. Frases que describen y generalizan a las mujeres según Zihu, Gabriela, Debi y Mónica

Frases que describen a las mujeres	Mujer que la menciona
Yo sé que muchas mujeres reciben <i>hate</i> , hay muchas mujeres que se acaban a las otras por las fotos que suben o que les escriben cosas muy feas, y a mí nunca me ha pasado eso.	Zihu
El típico cuerpo que siempre han vendido: delgadas, marcadas y así, ese es el cuerpo que, yo creo, toda mujer busca	Zihu
Hay muchas mujeres que buscan glúteo, entonces se vuelven obsesivas por el tiempo que les puede ocupar al día.	Zihu

Es parte normal que nosotras las mujeres pasamos porque hay lapsos o días en los que te sientes insuficiente de acuerdo con los rangos o las personas que tengas en tus redes, pero eso te hace sentir insuficiente porque tú solita te provocas esa insuficiencia	Zihu
Tú debes de saber que como cualquier mujer le tenemos un miedo tremendo a los carbohidratos porque pues al ser mujeres no los digerimos ni los asimilamos de la misma forma que un hombre ni tampoco nos deshacemos tan fáciles de ellos.	Debi
Como cualquier mujer o como cualquier ser humano yo siento que en alguna parte de nuestra vida llegamos a compararnos con muchas personas a veces con nuestros ideales o a veces con personas que te ven a ti como el ideal	Debi
Las mujeres somos horribles, honestamente somos muy malas. Y bien dicen, ¿no? Que la peor enemiga de una mujer es otra mujer y sí, porque pareciera que siempre estamos compitiendo entre nosotras cuando no nos conocemos.	Debi
Digo hablando del tema en cuanto a mujeres, preferimos criticar, humillar, sobajar, no sé si vaya por el mismo camino o si me exprese de manera correcta, que aceptar, asimilar y trabajar en nosotras porque siento que todo lo que queramos se puede, pero primero acéptalo y luego trabaja en ello	Debi

Fuente: Elaboración propia

Resalta que Zihu y Debi de las cuatro entrevistadas sean quienes enuncian generalizaciones sobre las mujeres y lo que son (somos). Estos lugares comunes forman parte de la crianza y la historia de vida de cada quien. Sin embargo, la lucha constante del feminismo por visibilizar las contradicciones que como mujeres tienen al, por un lado, estar inmersas en un sistema heteropatriarcal y por otro, por el deseo de pertenecer a él y aún más: por el rechazo a las formas para pertenecer a éste. Por ello, cuando Debi dice que las mujeres les tienen miedo a los carbohidratos está hablando de sí misma, de su familia, de sus amigas y de otras mujeres, aunado a lo que los hombres le han hecho creer. Sea con intención o sin ella, es en la interacción, en el ser con otras y otros que se van construyendo esos lugares comunes y cotidianos.

Las mujeres, dice Debi, somos las peores enemigas de otras mujeres. En su testimonio se entreven las anécdotas y lugares comunes con los cuales han sido criadas las mujeres. Pareciera que esa es la mejor manera de no aliarse y dividirse en causas distintas. Esto va

deshaciéndose cada día más quizá son las marchas prueba de ello, así como los movimientos que enlazan las situaciones y vivencias de todas las mujeres frente al acoso callejero, la violencia machista o la violación. Quizá sea optimista pensar en una sororidad que le hace frente a la frase que Debi enuncia, quizá resulte muy lejano, aún, pensar que las mujeres no somos las peores enemigas unas de las otras y que esto está deconstruyéndose.

La visibilización de esas frases que resultan hasta, en algunos casos, violentas, es para poner a discusión y debate las contradicciones que tenemos las mujeres, para bien y para mal. Además, para mostrar las suposiciones y generalizaciones que hacemos de nosotras mismas y, así, solo así, romper con eso.

El volverse obsesivas con cambiar algo del cuerpo, el quitarse el miedo a los carbohidratos y a engordar, el dejar de criticar a otras por cómo se ven, la eliminación de compararse con otras, el odio o *hate* en plataformas sociodigitales, el deseo de un cuerpo específico e inalcanzable y la sensación de insatisfacción deben acabar y están acabándose. Por ello, sólo dos mujeres de las cuatro entrevistadas hacen esas generalizaciones.

La fenomenología feminista resalta la importancia en las anécdotas y en lo cotidiano para conocer cómo están introyectándose los contextos histórico, político, económico, cultural, social y digital, y, sobre todo, cómo están haciéndose cuerpos. Cuerpos diferentes. Así, la fenomenología feminista permite comprender el papel de las construcciones socioculturales e históricas como trasfondo de las narrativas sobre las mujeres que tiene y reproduce Debi.

Asimismo, el último indicador surge de la etnografía para el internet (Hine, 2015) tras la sistematización de 312 fotografías con los *#fitness*, *#gym*, *#fitnessmotivation* (104 por etiqueta). En la Tabla 25 se muestra la frecuencia del sexo de las personas que salen en las fotografías identificadas bajo los *#fitness*, *#gym*, y *#fitnessmotivation*:

Tabla 25. Frecuencia, según el sexo, de las personas que salen en las fotografías identificadas con los *#fitness*, *#gym* y *#fitnessmotivation*

<i>#FITNESS</i>			<i>#GYM</i>			<i>#FITNESSMOTIVATION</i>		
Sexo	%	F	Sexo	%	F	Sexo	%	F



Hombre	24%	25	Hombre	39.5%	41	Hombre	28%	29
Mujer	74%	77	Mujer	59.5%	62	Mujer	72%	75
Comida	0.96%	1	Comida	0.96%	1	Comida		
Infografía	0.96%	1	Infografía			Infografía		
Total	100%	104	Total	100%	104	Total	100%	104

Fuente: Elaboración propia.

Gracias a lo anterior se visibiliza la presencia, mayormente, de mujeres que suben sus fotografías y buscan posicionar su contenido a través del uso de etiquetas *fitness*. De las 312 fotos categorizadas y analizadas son 217 en las que salen mujeres y en 95 salen hombres. Esto muestra que la decisión teórica de considerar la fenomenología feminista como perspectiva para comprender el estilo de vida *fitness* y la diferencia que existe entre hombres y mujeres para interactuar con la tecnología y fotografiarse se evidencia en estas tres etiquetas.

Además, tanto con el *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation* existen categorías de fotos sin playera, cuatro veces con las primeras dos etiquetas y cinco veces en la última, ya sea en la calle, frente al espejo y/o en el gimnasio. En estas categorías, evidentemente, quienes aparecen son hombres ya que si fuesen mujeres la plataforma *Instagram* eliminaría esas publicaciones. Esto lleva a preguntarse ¿por qué ellos sí pueden enseñar? ¿las mujeres no enseñan porque está “mal visto”? ¿O se debe a que la posibilidad de enseñar el cuerpo en calzones o en ropa interior, en traje de baño o sin playera pertenece a un sexo específico? En las 312 fotografías analizadas solo hay una foto donde sale una mujer en ropa interior posando y mostrando sus músculos (en anexos existe la evidencia de ello). A continuación, ejemplos de esto:

Imagen 14. Ejemplo de fotografías bajo la categoría sin playera, encontradas el 21 de octubre del 2020 en *Instagram*, con el *#Fitnessmotivation*



Fuente: Captura de pantalla de la plataforma sociodigital *Instagram*.

Imagen 15. Ejemplo de fotografías bajo la categoría sin playera, encontradas el 21 de octubre del 2020 en *Instagram*, con el #gym



Fuente: Captura de pantalla de la plataforma sociodigital *Instagram*.

Imagen 16. Ejemplo de fotografías bajo la categoría sin playera, encontradas el 21 de octubre del 2020 en *Instagram*, con el #Fitness.



Fuente: Captura de pantalla de la plataforma sociodigital *Instagram*.

Las visualidades hegemónicas, o bien, más presentes, en las mujeres, al menos en las 312 fotografías categorizadas, son aquellas donde se muestran con ropa deportiva mostrando el cuerpo completo y, en algunos casos, se encuentran posando de espaldas —esto para resaltar sus glúteos, como en la Imagen 16 la foto 9 del lado derecho—. Así, también, destacan las selfies como figura fotográfica en la cual existe un control de cómo verse y cómo posar. Por último, la Tabla 26 que condensa el apartado anterior:

Tabla 26. Ser mujer en el ámbito del *fitness*: las prácticas y sus especificidades.

Prácticas	Especificidades
Publicar fotos en <i>Instagram</i> con los # <i>gym</i> , # <i>fitness</i> y # <i>fitnessmotivation</i>	-El 59.9%, 74% y 72% son mujeres.
Publicar fotografías mostrando el cuerpo completo con ropa deportiva.	-Frente al espejo. -De espaldas para resaltar sus glúteos. -La selfie para controlar cómo se ven.
Publicar fotos sin playera	-Solo hombres las pueden publicar. -Si fueran mujeres quienes publican <i>Instagram</i> borraría las imágenes.
Fotos en traje de baño	-Hombres y mujeres las publican.

Fotos en ropa interior	-Son hombres.
“Dejarse”	-Subir de peso. -Falta de arreglo personal. -Dejar de usar ropa bonita. -Comer grasas como mayonesa, comida frita. -Ir al cine y comer la comida que venden allí. -Ir al antro cada ocho días. -Cambio en el ánimo y semblante. -Dejar de tener ganas de ejercitarse. -Dejar de comer sano. -Comer lo que sea que esté disponible. -Dejar de ejercitarse.
Tener obesidad o sobrepeso	-No te quieres. -Falta de amor propio. -Atentar contra la salud.
Ser mujeres en el ámbito del <i>fitness</i>	-Priorizar el crecimiento de los glúteos sobre la parte superior del cuerpo. -Los músculos deben marcarse. -La coexistencia con la rivalidad entre mujeres, pero con miras a hacer amigas en el gimnasio. -La fortaleza recae en cargar peso y en tener un autoestima alta y sólida

Fuente: Elaboración propia

### **Cambios por la Covid 19**

Dado que esta investigación, como muchas otras, se vio atravesada por la pandemia del coronavirus, se abre un espacio durante las entrevistas narrativas que resulta en un momento para que las mujeres se descarguen y platicuen los cambios que han replanteado sus vidas a partir del encierro. Inclusive sin considerar los cambios por la Covid 19 como una temática dentro de las entrevistas ésta hubiese estado presente dado que las mujeres lo mencionaron como el evento del 2020 que cambió sus rutinas deportivas. Por ello tiene tres subdimensiones: *fitness*, consumo y corporalidad.

#### ***Fitness***

La primera tiene como indicadores los cambios en la alimentación, en el ejercicio, en el horario de sueño, en el disciplinamiento, en las ganas y en el espacio para ejercitarse. La segunda se refiere a la compra de herramientas o alimentos diferentes durante la cuarentena.

Y, por último, la tercera tiene como observables los cambios que tuvo el cuerpo de cada una de las entrevistadas y el bajar/subir de peso.

La cuarentena por la Covid19 ha modificado las rutinas de todas las personas, desde tener que usar cubrebocas para realizar labores cotidianas hasta la alteración de los hábitos alimenticios, rutinas y ocupaciones, incluso, las formas en las que se descansaba o realizaban actividades de ocio. Los testimonios de Zihu, Gabriela, Mónica y Debi concuerdan con esto.

Zihu narra que antes de la cuarentena se encontraba en su peso ideal y solía asistir al gimnasio todos los días y descansar uno o dos días. Gabriela estaba en su mejor momento corporal, tras tener a su hija comenzó a entrenar y llevar un plan de alimentación alto en carbohidratos y proteínas y esto la llevó a subir el peso que no había podido subir en mucho tiempo. Estaba con siete kilos arriba de su peso normal y ella: Feliz. Su rutina consistía en hacerse sus comidas, cuidar a su hija, trabajar en el spa, entrenar en el gimnasio una o dos horas al día. Mónica y Debi estaban en etapa de preparación para competir en fisicoculturismo. La primera, llevaba un plan estructurado: a las 6 am estaba ya en el gimnasio entrenando, de 9 a 17 horas tomaba clases, de 17 a 21 trabajaba y a las 21 horas llegaba a su casa, preparaba sus comidas para el otro día, se bañaba y dormía. Debi, entrenaba de lunes a sábado de 2 a 4 horas diarias y llevaba una dieta estricta para competir para la categoría bikini *wellness*.

Las rutinas estructuradas que llevaba cada mujer dependían del objetivo corporal que deseaban alcanzar, desde bajar de grasa hasta subir músculo. Empero, el mundo, la *covid*, el encierro, la pandemia y la cuarentena las obligó a replantearse todo ello y modificar sus rutinas. Esto marca la alimentación de las cuatro: Zihu, Mónica y Debi subieron los kilos que habían bajado previo a la cuarentena, en cambio Gabriela bajó el peso que había subido.

Zihu enlista los alimentos que comía a inicios de la cuarentena, cuando no se sabía que el encierro duraría casi un año, de manera intermitente: hamburguesas y alitas para cenar, y debido a su metabolismo subió de peso. Debi coincide en que los primeros meses de la cuarentena la incertidumbre y el cambio radical de una rutina activa a una sedentaria y encerrada la llevaron a subir cinco kilos en un mes. El exceso de comida y la falta de ejercicio resultó en eso. Mónica concuerda con Zihu y Debi, ella también subió de peso durante la

cuarentena pues comenzó a comer con su familia y su alimentación sufrió cambios drásticos, es decir, de comer pollo con verduras casi todos los días a alimentarse de arroz, tortillas y guisos mexicanos para convivir con su familia. Gabriela también tuvo que modificar su alimentación pues sus actividades deportivas ya no requerían que comiera tanto, esto la llevó a bajar los siete kilos que había logrado subir.

Sobre la modificación del ejercicio durante la cuarentena, las cuatro mujeres concuerdan: los primeros dos meses existía motivación, posibilidad de ejercitarse y ganas de hacerlo, aunque fuese esporádico y no se ejercitaran tan rutinariamente como antes, lograban hacerlo. Zihu narra que los primeros meses de la cuarentena se ejercitaba sin problemas... Hasta que, haciendo peso muerto en casa, se lastimó la cadera y tuvo que mantenerse en cama y sin movilidad durante algunas semanas. Gabriela continuó ejercitándose, aunque los pesos que cargaba en el gimnasio eran distintos a los que tenía en casa. Además, empezó a hacer más ejercicio aeróbico como correr con el perro que adoptó, hacer bicicleta y tomar un diplomado para ser maestra de spinning. Debi “se abandonó”, según sus palabras, pues al no tener pesas en casa optó por salir a correr y los pesos que tenía en casa, al igual que en el caso de Gabriela, no podían compararse con los que cargaba en el gimnasio. Mónica, a pesar de tener ciertas herramientas para ejercitarse en casa, experimentó un decaimiento emocional, mental y físico. Esto se reflejó en la capacidad de despertarse temprano para tomar clases en línea, en las ganas de ejercitarse y, sobre todo, en poder hacerlo seguido.

### **Consumo**

Sobre los alimentos que consumían las cuatro mujeres durante los primeros meses de la cuarentena que las llevaron a subir de peso, o bien, bajar de peso, no se ahonda debido a que, en la investigación, se enfatiza en las prácticas y no en el exceso de consumir ciertos alimentos que, generaron alzas en el peso de las entrevistadas. Sin embargo, se admite que la curiosidad por esta temática está presente y habría estado bien indagar en ello.

Todas narran un cambio en la motivación, en las ganas, en la posibilidad de ejercitarse todos los días por los espacios, la falta de aparatos para hacerlo en casa y la carencia de los pesos que cargaban en el gimnasio. El encierro, el estrés y la incertidumbre han remediado las prácticas alrededor del *fitness*: el horario de sueño, el poder despertarse temprano, la

disciplina de no comer de más o evitar ciertos alimentos, la constancia y el esfuerzo se vieron disminuidos.

Asimismo, los espacios para estar, ejercitarse, descansar, alimentarse, alejarse de todo, se vieron modificados. Esto se ve reflejado en la sistematización de las fotografías de la etnografía para el internet (Hine, 2015), donde el espacio en el que aparecen los usuarios y, que más se repite, dentro de las categorías y con mayor frecuencia, son aquellas tomadas en la calle. Resalta, también, la foto frente espejo con ropa deportiva EN CASA, dado que esto responde a la pandemia Covid 19 y a que las fotografías que se muestran son las más recientes y aquellas cuyos usuarios tienen más seguidores, *likes* o comentarios. Los espacios en los cuales se fotografían o auto fotografían las personas que publican sus fotos bajo los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*, son, en su mayoría:

1. En la calle: 27 fotografías con el *#fitness*; 13 fotografías con el *#gym* y 8 fotografías con el *#fitnessmotivation*.
2. En casa: 21 veces con el *#fitness*; 16 fotografías con el *#gym* y 5 con el *#fitnessmotivation*.
3. En el gimnasio: con el *#fitness* son 24 fotografías; con el *#gym* hay 37 fotografías y con el *#fitnessmotivation* son 28 fotos.
4. En el baño: 5 con el *#fitness*, 8 con el *#gym* y 5 con el *#fitnessmotivation*.

\*En las categorías que no se especifica el lugar es porque no queda claro, de manera visual, dónde están las personas a la hora de fotografiarse o ser fotografiadas\*.

No dejan de existir las fotografías en el gimnasio, en el baño o en el vestidor de los gimnasios, pero resalta que la calle y la casa se vuelvan espacios presentes en las fotografías identificadas con los *#gym*, *#fitness* y *#fitnessmotivation*. La aparición de estos nuevos espacios, mediante las imágenes sistematizadas, registran modificaciones en el estilo de vida *fitness*. Es decir, los espacios más reconocidos, previos a la covid 19, eran el gimnasio y los vestidores o el baño de éste, pero con el encierro y la obligación de estar encerrados en casa, los lugares para fotografiarse debieron cambiar también.

Respecto al consumo y la compra de herramientas para ejercitarse en casa, las cuatro mujeres mencionan ya tener algunas en casa, sin embargo, fueron ampliadas durante el encierro. Zihu dice: “Tengo pesas de 6, 8, 12 kilos, un tapete, bancos, tengo bici de spinning, caminadora y polainas”. Por su parte, Gabriela expresa:

Me regalaron una barra que está empotrada en mi pared y la barra tiene peso, entonces, la barra que tengo la puedo voltear y aparte puedo hacer dominadas. [...] Aparte también unas ligas que son largas con tres intensidades y las empecé a utilizar como apoyo y ocupo garrafrones: dos... porque uno no es suficiente.

En el caso de Mónica, dice tener “bicicleta en casa, algunas ligas, unas mancuernitas” mientras que Debi describe poseer lo siguiente:

Tapete para pilates, unas mancuernas de cinco kilos de esas que son como de plástico. Una escalera de velocidad de reacción, una cuerda, una bicicleta estática. [...] He llegado a cargar a mi novio para poder hacer sentadillas, que es lo más pesado que tengo en casa. Garrafrones de agua, las bolsas de suavitel, las bolsas del jabón, cubetas llenas de agua, palos de escoba.

En estos testimonios se deja ver la necesidad de tener ciertos aparatos para poder realizar ejercicio en casa, además la adaptabilidad obligada de usar ciertos productos comunes en casa para ejercitarse, como los garrafrones, las bolsas de suavitel, bolsas de jabón, cubetas llenas de agua, palos de escoba.

### **Corporalidad**

Por último, los cambios en la corporalidad de las cuatro mujeres durante la cuarentena, es narrado por ellas de la siguiente manera. En el caso de Zihu:

Cuando subo de peso yo me empiezo a sentir de malas, irritada, frustrada y cansada, muy cansada, porque mi cuerpo se siente súper súper súper pesado, o sea quiero hacer ejercicio y de plano no puedo ni saltar porque me pesan las piernas. Entonces ahí es cuando me doy cuenta de que ya exageré en mis comidas y debo hacer un cambio para poder estar otra vez como estaba.

Una constante en las cuatro mujeres es la mención de comer de más en los inicios de la cuarentena, pues al estar encerradas y tener que lidiar con la ansiedad y la incertidumbre de la covid 19, más el miedo y la inseguridad de contagiarse, aunado al cambio radical de



hábitos y rutinas, comenzaron a lidiar con todo ello a través de la comida, es decir, darse “sus gustitos”. Esto lo comenta Zihu con comidas específicas como hamburguesas y alitas. Gabriela, al contrario, no pudo seguir comiendo lo que comía, ya que eran demasiados carbohidratos y proteínas y solo teniendo mucha actividad física podía hacerlo. Los cambios que ella vivió durante la cuarentena son diferentes a los de las otras mujeres entrevistadas, ella bajó de peso por no comer ni ejercitarse como antes lo hacía, dice:

Aunque esté bajita de peso, que no me gusta, eh, la verdad para mí, decir que estoy tan delgada siento que se me parte el corazón. Pero pues, me sigo manteniendo: tengo que salir a correr con el perro, más o menos corro como una hora, más venir al estudio [de spinning] que son 45 minutos de clase, aparte hago lo que puedo con mis ligas, mis mancuernas, mis pesas y con todo lo que tengo.

Gabriela cuenta que ella nunca paró de trabajar, pues tenía que ir al consultorio a aplicar tratamientos con ozono para reforzar el sistema inmunológico. Además, menciona que justo durante la cuarentena comenzó un curso para dar clases de spinning, más la adopción de su perro. Ella no disminuyó el ritmo que llevaba, pues continuó haciendo cosas, sin embargo, sí se modificó la práctica de asistir seis días a la semana al gimnasio y entrenar con pesas, también hubo alteración en su alimentación, pues no podía seguir comiendo tanto como antes.

En los casos de Debi y Mónica existe una añoranza por cómo se encontraban físicamente antes de iniciar la cuarentena. Es decir, quisieran bajar los kilos que subieron durante los primeros meses de encierro. La primera dice:

Lo único que podría cambiar de mi cuerpo serían esos kilos de más o esa grasita de más que adquirí en estos meses en los cuales simplemente me abandoné.

Debi enunció frases, durante las dos entrevistas, como: “me dejé” y “me abandoné”. Esto deja ver que, ella entiende la subida de peso como una falta de amor propio o de prácticas de autocuidado. También Mónica desea bajar los kilos que subió durante la cuarentena, explica:

Si algo quisiera yo hacer sería bajar algunos kilos que se subieron esta cuarentena [...] Ahorita en cuarentena, yo creo que fácil subí unos cinco kilos, yo creo. Fácil. No quería meterme tanto en el rollo de estar me pesando...

El aumento de peso es reflejo de consumir más calorías de las que tu cuerpo oxida, o dicho de otro modo, comer más y ser más sedentaria. Esto iba a suceder al estar encerradas en casa, sin posibilidad de salir más que al supermercado o a actividades esenciales. Además, la característica particular de que muchas personas solían asistir al gimnasio para ejercitarse y, por lo tanto, no tenían aparatos en casa para hacerlo. Más las restricciones económicas y los factores mentales y emocionales que significó sobrevivir a una pandemia global.

Sin embargo, tanto para Mónica como para Zihu, la pandemia ha significado un espacio de introspección y transformación personal. “Han caído muchos veintes” podría decirse. Mónica se dio cuenta de que:

Yo creo que la cuarentena no ha sido tan mala para mí porque aprendes a ver que no necesitas ir cada fin de semana a tal lugar o un lugar en específico, como el gimnasio, para sentirte bien, puedes hacer otras actividades. Creo que he cambiado mi mentalidad totalmente a lo que yo pensaba antes.

A continuación, la Tabla 27 visibiliza la remediación de las prácticas antes del encierro, los primeros dos meses del encierro y los meses posteriores a ello. Cabe resaltar que no hubo una tercera fase de entrevistas después del encierro, pues esto continúa... Diferente, pero continúa.

Tabla 27. Demostración de la vida antes del encierro por la covid 19, los cambios durante los primeros dos meses de encierro, los cambios en las prácticas y sentimientos de los 3 a los 6 meses de encierro y los testimonios al respecto.

Antes del encierro por la covid19	Inicios del encierro por la covid19 (primeros tres meses. Del 20 de marzo a junio del 2020)	Durante el encierro por la covid 19
-----------------------------------	---	-------------------------------------

<p><b>Zihu</b> estaba en su peso ideal, asistía al gimnasio.</p>	<p>-Un mes o dos estuve súper bien, pero después estaba súper decaída, cansada, triste y no sé por qué.</p>	<p>-Me descuidé un poco y empecé a comer alitas, hamburguesas solo para cenar y eso hizo que yo subiera de peso. -La fractura de cadera al hacer peso muerto en casa limita su movimiento.</p>
<p><b>Gabriela</b> había subido de peso (músculo) al llevar una rutina de alimentación alta en carbohidratos y una rutina de ejercicio en el gimnasio.</p>	<p>-Empieza súper motivada. -Con todas las precauciones siguió trabajando. -Adopción de su perro.</p>	<p>-Lo que más le pegó fue no poder acceder al gimnasio. -No tiene las herramientas en su casa y eso generó que bajara el peso que había subido.</p>
<p><b>Mónica</b> llevaba un plan estructurado para competir en fisicoculturismo. A las 6 am estaba ya en el gimnasio entrenando, de 9 a 17 horas tomaba clases, de 17 a 21 trabajaba y preparaba sus comidas para el otro día, se bañaba y dormía.</p>	<p>-Ejercicio durante los primeros dos meses.</p>	<p>-Comer arroz, tortillas, los guisos que prepara su mamá. -El semestre en línea le costaba trabajo despertar para la clase de las 9 am. -Falta de ganas para hacer ejercicio.</p>

<p>Debi entrenaba de lunes a sábado de 2 a 4 horas diarias y llevaba una dieta estricta para competir para la categoría bikini <i>wellness</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Al no tener pesas en casa optó por salir a correr.</li> <li>-Utilizó bolsas de Suavitel y Ace para ejercitarse.</li> <li>-Subió cinco kilos en los primeros dos meses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Varía su energía para ejercitarse: Ya no hace ejercicio diario.</li> <li>-Ha desarrollado microdepresión.</li> <li>-Se está dedicando a bajar los ocho kilos que subió durante el encierro.</li> </ul>
---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

## Capítulo VI. Conclusiones

Esta investigación ha intentado mostrar, por un lado, los cambios y las resignificaciones que tienen las mujeres frente a su propio cuerpo al interactuar en y con *Instagram*. Y, por el otro, describir las representaciones visuales de la cultura corporal hegemónica en el *fitness* a través de *Instagram*, específicamente, en las fotografías que se toman y publican, así como por los *hashtags* con los que identifican sus publicaciones.

Asimismo, se advierte al lector o lectora que en algunos párrafos la redacción se ve modificada, es decir, se pasa de redactar en tercera persona del singular a hacerlo en primera persona del plural. Esto se debe a que quien investiga, escribe e interpreta es mujer e, inevitablemente, la atraviesan ciertos planteamientos.

En primer lugar, se corrobora la existencia de un estilo de vida *fitness*, tanto en lo digital como en lo presencial, es decir, en el mundo *online* y el *offline*. En la primera, lo digital, se confirma por el uso de las etiquetas o *hashtags* y los racimos que se producen con ellos para identificar el contenido *fitness* o saludable en *Instagram*. Además, permea una estética particular que reconoce a quienes son *fitness* de quienes no lo son, en el centro está el cuerpo, empero lo acompaña la ropa deportiva, las poses para mostrar los músculos, la fotografía frente al espejo en el gimnasio, las fotos del antes y después de ejercitarse y llevar una dieta específica. Asimismo, resalta la demostración, en plataformas sociodigitales, de las prácticas que una lleva, es decir, mediante historias y publicaciones en *Instagram* se destacan contenidos relacionados con lo *fitness*, pues se busca evidenciar el estilo de vida que se lleva fuera de las plataformas sociodigitales.

En la segunda, lo *offline* o presencial, se asocia con: a) Rutinas de ejercicio diarias para modificar la parte del cuerpo con la que no se está satisfecha y para vencer a la genética no privilegiada; b) Verificar los cambios en el cuerpo mediante el ejercicio a través de fotografías; c) Estar a dieta o régimen alimenticio, es decir, planificar lo que se come, no abusar de la ingesta de algunos alimentos, comer determinado número de veces al día, revalorar lo que se come y por qué, permitirse ciertos gustos o *cheat meal*; d) Seguir cuentas en *Instagram* que las motivan, identificarse con éstas; e) Fotografiarse en el gimnasio,

haciendo ejercicio o posando, y subir dichas fotografías en historias y publicaciones de *Instagram*.

El estilo de vida *fitness* es, entonces, un conjunto de prácticas, digitales y presenciales, que realiza un gran número de personas en una situación similar, donde se prioriza la estética. Es decir, está por encima verse bien, sin embargo, se respalda y busca justificar mediante discursos de salud. Por tanto, se confirma la presencia de la propuesta propia de la existencia de una salud estética. En ésta se considera que la salud se otorga mediante belleza y la belleza es una materialización de la salud, así como de “buenos” hábitos.

A inicios de esta investigación se plantea la presencia de un oculoctrismo que enmarca las representaciones y las prácticas del estilo de vida *fitness*. Este sobreentiende el privilegio de la visión sobre los otros sentidos. En las fotografías que se observan en *Instagram* se involucra el sentido del tacto para deslizar el dedo sobre la pantalla del celular y para darle “me gusta”, sin embargo, la primacía de la visión resulta avasalladora. Cuando se interactúa con vídeos que tienen subtítulos se repite lo anterior. Por tanto, puede concluirse que en el fenómeno estudiado sí existe un oculoctrismo que pone en el centro para conocer las realidades a la visión.

Asimismo, en el planteamiento del problema se menciona el cuidado de sí y las tecnologías del yo (Foucault, 2008) para enmarcar el cuerpo en el estilo de vida *fitness* dado que permite comprender las formas de cuidarlo y las maneras de medirlo, así como la noción de cuidado. En esta investigación se visibiliza que las tecnologías del yo y del cuidado de sí forjan los cuerpos. Y, a su vez, el cuerpo está moldeado por estas mismas tecnologías que se presentan y representan en la vida cotidiana de los jóvenes. El cuerpo se plantea como territorio construido subjetivamente por las personas en interacción con los objetos. Por ello, las prácticas, los consumos y los estilos de vida conforman las subjetividades de las jóvenes. El ejercicio, la alimentación y el binomio salud-belleza son elementos que configuran el estilo de vida *fitness*. También, la fotografía digital, las inscripciones o datos generados en los dispositivos, aplicaciones y plataformas sociodigitales, en concreto *Instagram*, conforman, modifican y constituyen los cuerpos.

En el cuerpo, como objeto sujetado, confluyen cuatro ejes: el género, los discursos biomédicos (desde la comunicación), el consumo y la cultura digital (datos, algoritmos, plataformas y tecnologías sociodigitales). Esta confluencia interviene en las experiencias de las mujeres y sus cuerpos, así como el entendimiento que tienen sobre ellos, lo que les gusta, lo que no, lo que desearían poder cambiar y lo que, según los discursos biomédicos, sí podrían cambiar. Estos cuatro ejes abrazan al estilo de vida *fitness* y determinan las narrativas que lo justifican, como el amor propio, la salud, la belleza, por mencionar algunos.

Los discursos de las cuatro mujeres entrevistadas han dejado ver que, en el estilo de vida *fitness*, existe una presencia del amor propio como narrativa impulsora de prácticas específicas como: autocuidado, ejercicio, seguir dieta o régimen alimenticio, despertar temprano, controlar qué se come y ser más amable consigo mismas. El amor propio se condensa, según el discurso de las mujeres entrevistadas y los discursos en sus publicaciones en *Instagram*, en un cambio corporal, es decir, cambiar lo que no les gusta o no las hace sentir cómodas. Sin embargo, la transformación corporal no resulta sinónimo de amor propio cuando se hace por medio de cirugías estéticas o intervenciones no quirúrgicas como *botox*, *baby botox*, ácido hialurónico. Sobre todo, cuando las cirugías son para modificar el cuerpo, si se utilizan para cambiar algo de la cara resultan aceptables pues es lo único que no puede alterarse mediante ejercicio y dieta.

Asimismo, se esboza la posibilidad de una sororidad digital en la que las mujeres se sienten más apoyadas, amadas y festejadas cuando otra mujer les comenta, da “me gusta” a la publicación o les habla en persona para celebrar y reconocer lo que hacen en plataformas sociodigitales. Sin embargo, existe una comparación constante con otras mujeres para determinar qué tan normal es el cuerpo de una, pues la intervención de los medios tradicionales en la crianza de las mujeres ha hecho creer que por tener estrías, celulitis y lonjas se es anormal o está mal. *Instagram* ha permitido que las mujeres visualicen otros cuerpos, otras maneras de estar y ser frente a la cámara, es decir, sin posar, posando, encorvadas, sin meter la panza y metiéndola. Además, esto ha permitido que se comience a reflexionar en torno a la funcionalidad del cuerpo sobre la estética del mismo. Hasta cierto punto y con sus muchos matices.

En tercer lugar, existe una visualidad específica del estilo de vida *fitness* que prioriza la transformación y la superación corporales mediante: a) Imágenes del antes y después y los discursos que las acompañan; b) Fotografías que enaltecen la exposición del cuerpo completo con ropa deportiva y posando; c) Fotografías tomadas frente al espejo en el gimnasio y en casa. Tal visualidad, intervenida por y en *Instagram*, está sujeta y sujeta a la mirada de otras y otros, a los “me gusta” y comentarios positivos o negativos de otros y otras. Así, los cuerpos fotografiados están sujetos, sujetados y son vigilados y auto vigilados. Además, aparece la funcionalidad del espejo como agente en la fotografía y el conocimiento del cuerpo propio.

Lo anterior exalta la ya mencionada hiperconciencia corporal en las mujeres. Este es un término propio que surge de la interacción de la investigadora que escribe esta tesis con las mujeres entrevistadas, donde la primera se da cuenta de que ella ha vivido lo que estas cuatro mujeres narran. Es decir, un vaivén de reflexividad en torno a la corporalidad y el estar en el mundo. La hiperconciencia o hiperreflexividad es un concepto utilizado en las neurociencias y la psiquiatría, y se trata de un exceso de existencia en el mundo, es decir, es prestar demasiada atención a lo que sucede en el cuerpo al interactuar con el exterior. Sin embargo, en esta investigación no se cae o pretende caer en cuestiones sicologistas, sino adecuarlo según la sociología, la antropología, la comunicación y el estudio de la cultura digital.

Por lo anterior, esta investigación consiste en un primer esbozo de lo que podría denominarse hiperconciencia corporal que se refiere al conjunto de prácticas sociales y físicas que van haciéndose cuerpo, y, además se añaden:

- 1) Aquellas actuaciones que identifican a los cuerpos como dependientes del sexo al cual pertenecen o al género con el cual se identifican las personas;
- 2) Las prácticas establecidas y descritas por los medios tradicionales, como la televisión, la radio y los medios impresos, que dictaminan cómo deben verse los cuerpos, lo normal, lo anormal, lo enfermo, lo que se ve mal, lo feo y lo hermoso;



- 3) La remediación de la cámara que permite tomar fotografías cuando sea y donde sea, siempre y cuando uno tenga celular, y que, además, facilita la visualización constante de los defectos corporales, los faltantes y excesos hechos cuerpo en comparación con otros cuerpos;
- 4) La remediación de una mirada a miles de miradas que juzgan, dictaminan y toman acción mediante “me gusta” o comentan de forma positiva o negativa sobre cuerpos que no son el propio.

En tercer lugar, existe una visualidad hegemónica del estilo de vida *fitness* que prioriza la transformación y la superación corporales. La construcción de la otredad en el estilo de vida *fitness* se edifica sobre ideales de ayuda, es decir, hay que ayudar a los obesos, gordos o personas con sobrepeso. Ante esto se piensa que la ayuda es enseñarles a cuidarse, a quererse, a tener amor propio, pues la obesidad trae consigo más enfermedades y padecimientos, además, cuando los obesos se operan es por un descuido que se sustenta sobre la falta de amor propio y cuidado personal. Otra forma de ayudar a los obesos es no regañarlos por no seguir la dieta y abstenerse de opinar sobre ellos y sobre las razones por las cuales tienen sobrepeso. Es decir, el estilo de vida *fitness* se construye sobre la base de la diferencia con el gordo, obeso que se descuida y no se quiere, por tanto, quienes hacen ejercicio y llevan una dieta o régimen alimenticio como lo hacen quienes pertenecen al estilo de vida *fitness*, sí se quieren y se cuidan.

Así, la hegemonía del cuerpo musculoso en el estilo de vida *fitness* mostrado y mostrándose en fotografías y vídeos en *Instagram* se contrapone con las imágenes de cuerpos gordos, cada día más aceptados en estas plataformas, pero que siguen recibiendo comentarios de desagrado o de festejo por la valentía de mostrar su cuerpo teniendo esas características físicas. La hegemonía no podría existir si no se considerara la otra cara de la moneda que, en este caso, son los cuerpos gordos.

Asimismo, existen remediaciones en las prácticas o actuaciones específicas del estilo de vida *fitness* en el cruce con *Instagram*. Primero, la transformación del apoyo que, ahora, se traduce en “me gusta”, comentarios positivos y emoticones amorosos o positivos. Segundo, los conflictos con amigos o familia sufren modificaciones cuando existe la posibilidad de opinar sobre lo que la mujer publica en su cuenta de *Instagram*, como criticar

aquel contenido que los hace ver mal como familia o que no empata con los ideales. Tercero, se remedia la relación con la pareja cuando se publican imágenes en las cuales se muestra el cuerpo, pues sobresalen los celos y las ideas de pertenencia, es decir, eres mía y nadie debería poder verte, así como yo te veo. Cuarto, el acoso en *Instagram* se da a partir de la creación de cuentas falsas para escribir comentarios negativos, o bien, cuentas particulares de hombres que utilizan para escribir comentarios o piropos desagradables y crudos. Quinto, suele publicarse contenido *fitness* a la plataforma *Instagram* como: recetas saludables, rutinas de ejercicio, fotografías en historias antes de entrenar, entrenando o después de entrenar, se utilizan racimos de hashtags o etiquetas para identificar el contenido. Sexto, se documenta la cotidianidad resaltando lo *fitness* en el día a día, esto mediante historias de sus alimentos y de su asistencia al gimnasio. Séptimo, disminuye la actividad de publicar historias o fotografías en los perfiles cuando hay inseguridad corporal causada por subir de peso o porque la pareja opina negativamente de la fotografía que iba a publicarse.

Así, la hiperconciencia corporal en las mujeres, se traduce en muchos supuestos generalistas relacionados con el cuerpo. Por ejemplo, las mujeres les tienen miedo a los carbohidratos, odian engordar, la comparación con una misma y con otras. Así como con supuestos de género que enfrenten a una mujer con otra, por ejemplo, las mujeres somos horribles con otras mujeres, una mujer es la peor enemiga de una mujer. Asimismo, la hiperconciencia corporal en las mujeres se ha diversificado y se ha visto remediada por las plataformas sociodigitales, en concreto, en *Instagram*. Es decir, la posibilidad de subir una fotografía que será vista por muchas personas lleva a ser muy exhaustiva a la hora de editarla, encuadrarla y de seleccionar cuál se publica, cuál se borra y cuál se sube a historias. Dicho de otro modo, el exceso de minuciosidad ante qué fotografía subir es una materialización de la hiperconciencia corporal. Otra concreción de la hiperconciencia corporal en *Instagram* es la pose, el ángulo y la luz para fotografiarse y verse de cierto modo. Además, se está continuamente remediando por la visibilización de otros cuerpos, otros pesos y otras formas de mostrarse.

Se resaltan prácticas con y por *Instagram* como: 1) La constante renovación del perfil, es decir, las fotografías viejas que ya no representan lo que Gabriela y Mónica quieren ahora

mostrar de sí mismas son borradas. 2) El estar constantemente publicando en *Instagram* alimenta el algoritmo de la plataforma y aumenta las posibilidades de que las publicaciones aparezcan en el *feed* de diferentes personas, además de la diversificación del contenido publicado en *reels*, *IGVT*, historias, publicaciones, destacados, por mencionar algunos. Esto demuestra que las imágenes reafirman las subjetividades de estas mujeres con base en determinadas prácticas. Lo que las fotografías otorgan a las mujeres es una reafirmación de sus hábitos saludables: ejercicio y régimen alimenticio, además la interacción en *Instagram* expone la preocupación por sustentar el cuerpo que tienen y por qué otras deberían hacer lo que ellas hacen.

Ante la pregunta de investigación que se recuerda es:

¿Cómo se construye la imagen del cuerpo “saludable” que las mujeres tienen y desarrollan, atravesado por las prácticas del estilo de vida *fitness*, a partir de y, en interrelación, con *Instagram*?

La respuesta pareciera sencilla: En y por la interacción con otros y otras. Sin embargo, existe un conjunto enmarañado de factores que intervienen en esto: la mirada de los otros, los ideales de la familia, las inseguridades de la pareja, la mirada de otras mujeres, la comparación con otras, la propia historia personal, la mamá que opina por primera vez de las prácticas y el cuerpo de las mujeres, las experiencias personales en la adolescencia cuando las llaman gordas o cuando reciben cumplidos por bajar de peso; las adulaciones al subir fotografías donde su cuerpo empata con el hegemónico, los festejos al seguir una dieta y hacer ejercicio, el aumento de “me gusta” al publicar cierto contenido, el incremento de comentarios cuando se muestran ciertas partes del cuerpo; el halago de quienes no pueden seguir con ese estilo de vida *fitness* y aplauden a quienes sí. Por mencionar algunos de los escenificados según los testimonios de las mujeres.

La invisibilización de los cuerpos diferentes en los medios de comunicación tradicionales ha intervenido en la generación de estereotipos confirmados por las mujeres entrevistadas y resultado en una hegemonía visual. Estos referidos a la atribución corporal y alimenticia según el género al que se pertenece o con el cual una se identifica. Asimismo,

han permeado en las subjetividades de las mujeres donde la distinción con “los otros” o “las otras” se construye a partir de patrones y modelos normativos producidos y reproducidos en el cuerpo. Por lo tanto, el cuerpo se ha convertido, a través de un proceso histórico complejo, en una fuente de valor económico y social (Calderón, 2018). Los medios de comunicación se han encargado de llegar a muchas más personas, pero también, de producir y reproducir sistemas simbólicos sobre los modelos normativos corporales que demuestran belleza y salud. Asimismo, los medios digitales, las plataformas y las aplicaciones tratan de viralizar dicho contenido a partir de la horizontalidad que plantean, aunque quizá en la práctica no suceda así.

A inicios de la investigación se recalca la relevancia que se concreta en la problematización del estilo de vida *fitness* como respuesta a la, mal llamada, “epidemia de la obesidad” sin dejar de consumir. Es decir, la construcción del *fitness* como estilo de vida que, identifica a la salud con prácticas de consumo específicas en las que no se busca que la obesidad de la población disminuya, sino diferenciarse de éstos a través de prácticas específicas.

El estilo de vida *fitness* tiene una retórica de la mejora corporal continua a través de esfuerzo, disciplina y constancia, y esto no empata con lo que las cirugías estéticas o intervenciones no quirúrgicas representan. Es decir, para quienes pertenecen o quieren pertenecer al estilo de vida *fitness* las operaciones de senos, inyección de ácido hialurónico, operación de nariz y bichectomía únicamente se consideran válidas y necesarias si se realizan en la cara dado que es lo único que no puede modificarse con ejercicio y dieta. Por tanto, las cirugías o intervenciones quirúrgicas para modificar alguna parte del cuerpo se identifican con falta de decisión, poca fuerza de voluntad, desidia o flojera, es decir, irse por el camino fácil.

En el estilo de vida *fitness* representado en *Instagram* también permean las nociones identificadas en soportes materiales como las revistas (Calderón, 2018), éstas giran alrededor del esfuerzo personal por lograr un cambio corporal. La motivación es de una de ellas, ésta se consigue al mirar fotografías de otras personas que llevan un estilo de vida *fitness* y se observa en el físico de su cuerpo. La constancia es otro fundamento que recae en la validez

que tiene la rutina para alcanzar el cuerpo ideal, es decir, es gracias a la rutinización del ejercicio, de los alimentos ingeridos a cierta hora y en cierta cantidad y del dormir al menos 8 horas, que se evidencia la constancia de quien desea transformar su cuerpo. La constancia va de la mano con la idea de evitar el camino fácil que otorgan las cirugías o intervenciones no quirúrgicas. En el estilo de vida *fitness* se le da prioridad al camino de “superación corporal” que requiere esfuerzo, constancia, fuerza de voluntad, disciplina, amor propio y felicidad. La felicidad resalta dado que se considera que el sobrepeso trae consigo tristeza y enfermedades. Otro principio que caracteriza al estilo de vida *fitness* es el amor propio derivado de un sobreesfuerzo planeado que es físico y emocional, asimismo, la autoaceptación de las características corporales no deseadas o incómodas, por ejemplo, tener celulitis, tener brazos o piernas gruesas, por mencionar algunos, a partir de la transformación de los cuerpos. Es decir, existe una autoaceptación de lo que no gusta de una misma porque existe una forma de cambiarlo y, sobre todo, ya se está haciendo todo para modificar esa parte del cuerpo.

El estilo de vida *fitness* se sostiene sobre un paradigma que prioriza la pérdida de peso como promoción de la salud. La salud en el estilo de vida *fitness*, evidencia esta investigación, se vuelve una responsabilidad personal y exclusiva de aquellos que pueden acceder a gimnasios, adquirir ciertos bienes y ciertas herramientas y que, aparte pueden darse el tiempo y planean sus actividades alrededor del ejercitarse. Los patrones de consumo son diferentes según los grupos sociales, estilos de vida, y el género con el cual se identifiquen las personas y esto resultará, a su vez, en diferentes formas de pensar sobre el cuerpo.

La relevancia de la vida cotidiana, es decir, de los hábitos y la transformación de éstos a rutinas, resulta imprescindible desde la fenomenología feminista, pues da luz sobre la constitución de la normalidad que, en tiempos de la cuarentena, se ha visto restituida y denominada como nueva normalidad. Ante ello, se observa que las prácticas que las cinco mujeres consideran como saludables están cada día más hechas cuerpo. Dicho de otro modo, la incrustación de que una debe cumplir logros a corto plazo como: despertarse a cierta hora, hacer ejercicio, estirar, alimentarse de cierto modo, suplementar y complementar esa alimentación; y a mediano plazo: bajar/subir de peso, no romper la dieta o el régimen

alimenticio, descansar un día del ejercicio, pero los otros seis no fallar y conseguir el cuerpo deseado están alojados, cada día más, en los cuerpos. El ser saludable se construye en hábitos y prácticas que determinan y resultan en cuerpos específicos y hegemónicos impuestos por diversos agentes a los cuales se les añaden las plataformas sociodigitales y las fotografías.

La fenomenología feminista interviene en la teoría del actor-red y, la resignifica recordando que, la interacción y la experiencia de los agentes o actores es diferenciada según el género con el cual se identifiquen las personas. Así, ofrece una mirada innovadora de la vida cotidiana, la experiencia y la incorporación de las prácticas en las mujeres, además evidencia la integración de las nociones de salud, belleza, esfuerzo, constancia y disciplina en prácticas en lo *offline* y en lo *online*. Además, la fenomenología feminista invita a cuestionar cómo lo normal, normativo y natural se reproducen en el estilo de vida *fitness* en nociones, prácticas y características corporales específicas y hegemónicas.

Además, permite comprender que la belleza, al construirse y reconstruirse según el contexto sociocultural, es una herramienta de la dominación patriarcal. Y, el estilo de vida *fitness*, se evidencia que, ahora la salud también lo es. Es decir, las nociones que coexisten en el estilo de vida *fitness* podrían resumirse en el deseo de tener un cuerpo que empate que los modelos normativos de salud y belleza, pero también ser vista como una mujer empoderada que rompe esquemas. Al existir una reivindicación del esfuerzo y la disciplina, así como el mérito que obtiene quien las alcanza se evita caer en la cosificación del cuerpo por cuestiones estéticas y elevarlo a una práctica de salud con base en la modificación corporal.

### **Anotaciones sobre la Covid 19**

A manera de cierre y consolación con la tesis y el proceso investigativo envuelto por una pandemia global y una cuarentena de, al menos, seis meses, me permito redactar en primera persona y reflexionar en torno a esto.

Investigar atravesándose el encierro y la incertidumbre por la covid 19, aunado al miedo de enfermarse y todo ello contenido en el compromiso de estudiar la maestría tiempo completo resultó duro, avasallador, extenuante y abrumador en ciertos momentos. Se presentaron problemas familiares que ojalá no hubiesen sucedido, pero qué bueno que

sucedieron porque aprendí de ello. Además, enfermedades relacionadas con el estrés, la preocupación, el agotamiento mental y la modificación de la realidad. Y, lo que más atañe a esta tesis: situaciones metodológicas a resolver: modificar el diseño metodológico por el cierre de gimnasios, problemas de conexión, dificultades para acordar las citas con las mujeres para las entrevistas narrativas, replantear la manera de observar el fenómeno dado que todo se trasladó a las casas de las personas y lo privado parece disolverse cada día más. Cierro el apartado con la narración en primera persona.

La importancia de los hábitos y las rutinas en el estilo de vida *fitness* se hace evidente y palpable con la cuarentena a partir de la Covid 19. Es decir, el cambio en la rutina que antes llevaban las mujeres entrevistadas modificó sus cuerpos, los subió o bajó de peso, las deprimió, las cansó. Pasaron de una rutina estricta donde controlaban lo que comían, la hora a la que lo debían hacer, el tiempo de ejercicio, la intensidad del movimiento y el equilibrio con sus otras ocupaciones, a una situación de sedentarismo, ansiedad, estrés e incertidumbre que les movió todo. Nadie estábamos preparados para tener que modificar nuestras rutinas y ocupaciones y centrarnos en nosotros mismos y en nuestra casa, sin embargo, algunas lidiaron con ello de otras formas. En el caso de las entrevistadas que pertenecen al estilo de vida *fitness* lidiaron con ello comiendo de más, ejercitándose los primeros dos meses y luego, ante la falta de claridad sobre cuándo volveríamos a la normalidad, dejaron de ejercitarse.

Durante la cuarentena por la Covid 19 muchas personas han utilizado ese tiempo extra en casa para bajar de peso y mostrar sus logros a través de fotos del antes y después, *reels* en *Instagram* o vídeos en *Tiktok* donde muestran el proceso de bajar de peso. Es decir, las metas a corto y largo plazo, alrededor de los hábitos saludables y cambiar el cuerpo, se han incorporado en todos los rincones de las casas. Dicho de otro modo, lo que antes se encontraba fuera y se debía ir al gimnasio o al parque para ejercitarse, ahora se encuentra en la sala de tele, en el cuarto, en la sala o bien, se encuentra a un celular y una aplicación de distancia y, por tanto, hay cada vez menos excusas para no hacerlo.

“Las crisis son reveladoras” (p. 3), dicen Hijós y Blanco (2020) y esta evidenció, por un lado, los más grandes miedos y neurosis de las personas, el quedarse quietos y encerrados sin posibilidad de distraerse en fiestas, antros, restaurantes, citas con desconocidos, pareja,

amigos, familia. Y, por el otro, el ajetreo y la rigidez que impregnaba las rutinas y el ser para otros. También, dejó asomarse a la “exigencia vinculada a la productividad y a la superación de esta ‘adversidad’ que parece resolverse en términos individuales” (Hijos y Blanco, 2020, p. 6). Asimismo, permitió que explotara la interacción cotidiana con las plataformas sociodigitales. Se volvieron un vehículo para demostrar que se estaba cumpliendo con la normativa de quedarse en casa, usar el cubrebocas. Además, permeó en quienes no utilizaban alguna plataforma sociodigital por falta de tiempo, es decir, quien no tenía *TikTok* antes de la pandemia, ahora, cuando se esboza la posibilidad de que termine, ya lo tienen descargado y, casi seguramente, han publicado un vídeo.

La salud mental y la física se traslapaban en videollamadas por *zoom* con el psicólogo o terapeuta, el entrenador o entrenadora del gym para que revisara los ejercicios de la rutina en casa. “La narrativa neoliberal siguió vigente tomando nuevas modalidades, con su propuesta de tener flexibilidad y, al mismo tiempo, reinventarnos para sobrevivir” (Hijos y Blanco, 2020, p. 7). La cuarentena por la covid 19 se transformó en adquisición de plantas; en proyectos artísticos de cerámica, con cemento o con resina; en vídeos en *TikTok*; en creación de contenido para algunas plataformas sociodigitales; en películas y series vistas vía alguna plataforma de *streaming*. Y se corporalizó en subidas de peso, en bajadas de peso, en depresión corporal, en cansancio aun cuando previo a ésta la hora para despertar era mucho antes, en consumo de comida chatarra, en consumo de alcohol. Y, en casos lamentables, en encierro de las mujeres con su violentador.

En las plataformas sociodigitales no dejan de verse vídeos o fotografías que documentan el antes y después de la cuarentena, dado que muchas personas decidieron usar el tiempo en casa para ejercitarse y bajar los kilos que, quizá, no habían podido por su ajetreado horario. Sin embargo, las mujeres que iban al gimnasio previo a la cuarentena tuvieron una decaída emocional, física y mental al no poder entrenar en el gimnasio. Es decir, quienes pudieron convertirse al ejercicio en casa, quizá, fueron personas que no se entrenaban habitualmente en el gimnasio y, por tanto, no sentían que lo necesitaban para hacer ejercicio. Durante la covid 19 la rutina debió estrecharse y hacerse más estricta



El estilo de vida *fitness* desarrollado en el gimnasio tiene ciertas particularidades que no se trasladaron al que surgió al hacer la cuarentena. Queda por investigar, retratar y analizar ¿En qué se parecen el que se desarrolla en el gimnasio al que se da en casa? ¿Qué permanece? ¿Qué se lleva a la nueva normalidad? Así, se inicia la mención de las líneas de investigación futuras.

En segundo lugar, el desarrollo del término resultante de la investigación: la hiperconciencia corporal. En este sentido, averiguar si existe ésta en otros estilos de vida, si está más presente en mujeres que en hombres, y qué otros ejemplos podrían hacerla evidente. Asimismo, si la hiperconciencia corporal deriva de la interacción cotidiana con otras tecnologías digitales como los dispositivos de autoseguimiento o con ciertas aplicaciones, así como si se da en quienes interactúan con alguna otra plataforma sociodigital. Así, la propuesta procedería en boga de la salud mental según las prácticas casi inconscientes. Con los matices necesarios que permiten preguntarse por qué en algunas mujeres se desarrolla en menor o mayor medida, cuál es el elemento que interviene y, si es exclusivo del *fitness* o no.

Otra línea de investigación recae en revisar, analizar, comparar otro tipo de fotografía digital en otra plataforma sociodigital, así como otras problemáticas asociadas a la salud que permitan cuestionar el marco teórico del estilo de vida cercano y reproductor del modelo médico hegemónico. Por ejemplo, la empresarización de la vida o la medicina del estilo de vida (Landa y Córdoba, 2020).

En cuarto lugar, interrogarse sobre la cuestión del amor propio y la definición que las personas tienen del mismo. A raíz del uso indistinto de este término en el lenguaje común y en las publicaciones de salud mental en ciertas plataformas sociodigitales, así como por la exclusividad del término en estudios sobre filosofía, existe un vacío teórico en ciencias de la comunicación, sociología y antropología. Además, se parte de la fenomenología feminista para considerar y pensar que las experiencias en torno al amor propio, así como las prácticas y discursos, son diferentes según el género con el cual se identifiquen las personas.

Otra línea de investigación recaería en modificar a las participantes, no por hombres, sino por mujeres que, en este caso, quedaron fuera de la investigación. Es decir, aquellas que

no son blancas, ni heterosexuales, o que no viven en provincia y que nacieron siendo mujeres, y conocer si existen coincidencias y cuáles con las cuatro entrevistadas. Otras mujeres que podrían entrevistarse son aquellas que se han realizado alguna cirugía estética.

Por último, probar la metodología para las otras prácticas que están contenidas en el binomio salud-belleza, así como la posible reproducción de las categorías de las imágenes para algún otro estilo de vida o práctica de la cual se desee conocer la representación visual.

Lo inesperado a lo largo de la investigación fue, evidentemente, la pandemia de la covid 19. Así como la aparición del término “hiperconciencia corporal” y el papel resaltante de la fotografía digital en la salud mental y física de las mujeres.

En esta investigación se evidencia una falta de problematizar lo que la adicción al gimnasio, al ejercicio, a cierta alimentación y a verse de cierto modo le hace a las personas que se dedican o consideran *fitness*, sin embargo, existe una normalización, naturalización y normatividad de la adicción al *fitness* mediante concursos, competencias, gimnasios, suplementos y complementos alimenticios, discursos sobre la salud y la importancia de ejercitarse de manera regular que se transforman en excesos como hacer ejercicio de dos a cuatro horas al día.

Cabe mencionarse que esta investigación tiene limitantes y, la principal, es no considerar otro tipo de mujeres. Es decir, las mujeres que quedan fuera son aquellas que no se ejercitan y que no se identifican como *fitness*, por las razones que sean, económicas, culturales o sociales. Además, las mujeres entrevistadas son blancas, heterosexuales y viven en provincia, allí ya hay otras tres variables que intervienen, modifican y encaminan la investigación.

Una limitación y, también, fortaleza, es el intercambio epistémico entre la investigadora, la temática y las participantes. También se considera que estudiar lo digital tiene como limitante la volatilidad, inestabilidad y mutabilidad de los datos al ser tan inmediato, rápido y estar en constante alimentación de información. Otra variable que circunscribe la investigación es la no consideración de los hombres, sus prácticas y

representaciones visuales del estilo de vida *fitness*. Entre otros que serán más visibles para quien lea esta tesis.

Respecto a las preguntas que quedan... Todas.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

## Referencias

- Aguiluz, M.; Villa, J y López, R. (2014). *Cuerpos*. México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Abondano Araoz, I., & Hernández Huertas, D. (2018). *Los instagramers, configuradores de identidad en la virtualidad*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Altamirano, E. H., & Grau, B. E. (2019). Cuerpos que corren : devenires y continuums urbanos desde un enfoque etnográfico feminista. *Revista Latinoamericana de Estudios Sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, (30), 22–34.
- Antelo Gutiérrez, M., & Cruz -Bolivia, S. (2017). Expresión de la subcultura de la belleza física alternativa en Instagram: El papel de los influencers. *Aportes*, 23, 9–22. Retrieved from [http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/racc/n23/n23\\_a02.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/racc/n23/n23_a02.pdf)
- Aparici, R., & Osuna Acedo, S. (2013). La cultura de la participación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/10.14198/medcom2013.4.2.07>
- Archer, C. (2019). Social media influencers, post-feminism and neoliberalism: How mum bloggers' 'playbour' is reshaping public relations. *Public Relations Inquiry*, 8(2), 149–166. <https://doi.org/10.1177/2046147X19846530>
- Ardévol, E., & Gómez-Cruz, E. (2012). Cuerpo privado, imagen pública: El autorretrato en la práctica de la fotografía digital. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 67(1), 181–208. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2012.07>
- Ardévol, E., & Muntañola, N. (2012). Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea. *Redalyc*, 19(3), 193–215. <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.2.9>
- Bahra, R. A. (2018). “You can only be happy if you’re thin!” Normalcy, happiness, and the lacking body. *Fat Studies*, 7(2), 193–202. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1374696>
- Barbero, J. (2001). Cultura corporal: ¿tenemos algo que decir desde la Educación Física? *Agora Para La Educación Física y El Deporte*, (1), 18–36.
- Barned, C., & O’Doherty, K. (2019). Understanding fatness: Jamaican women’s constructions of health. *Fat Studies*, 8(1), 25–43. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1532231>
- Barry, C. T., McDougall, K. H., Anderson, A. C., Perkins, M. D., Lee-Rowland, L. M.,

- Bender, I., & Charles, N. E. (2019). 'Check Your Selfie before You Wreck Your Selfie': Personality ratings of Instagram users as a function of self-image posts. *Journal of Research in Personality*, 82, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.07.001>
- Bell, D. (1988). *The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*. Londres: Harvard University Press.
- Berger, J. (1972). Ensayos 1 al 3. En *Modos de Ver*, (13–74). Barcelona: Gustavo Gili.
- Bertaux, D. (1997). *Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica*. Barcelona: Bellaterra
- Bohjalian, E. (2017). The Self-Presentation of Popular Fittsiration Experts on Instagram. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8 (1), 23–34. Retrieved from [http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol8no1/03\\_Ellie\\_Bohjalian.pdf](http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol8no1/03_Ellie_Bohjalian.pdf)
- Bolter, J., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media* (Vol. 50). [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-4571\(1999\)50:8<730::aid-asi14>3.0.co;2-d](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-4571(1999)50:8<730::aid-asi14>3.0.co;2-d)
- Bourdieu, P. P. (1998). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Madrid: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1990). La “juventud” no es más que una palabra. In *Sociología y Cultura* (pp. 163–173). México: Grijalbo.
- Bourdieu, Pierre. (1993). *Sociology in Question*. <https://doi.org/10.2307/3317467>
- Burgueño, E. (3 noviembre 2020). México: número de usuarios con teléfonos celulares inteligentes 2015-2025. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1077622/usuarios-de-smartphone-en-mexico/>
- Burgueño, E. (29 marzo 2021). América Latina: países con más usuarios de Instagram 2021. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1076225/paises-mayor-numero-usuarios-instagram-america-latina/>
- Cain, P., Donaghue, N., & Ditchburn, G. (2017). Concerns, culprits, counsel, and conflict: A thematic analysis of “obesity” and fat discourse in digital news media. *Fat Studies*, 6(2), 170–188. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1244418>
- Calderón M., I. (2018). Lo saludable como estereotipo de belleza: un análisis semiótico, de contenido y de imagen de la revista Women’s Health (noviembre y diciembre 2016 y enero 2017) (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México. Recuperada de [http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/8V8BFAFDS1Y LX5P6IDQLBMMEDFAP2TGQM N6H8XE1166EQ929UE-44152?func=full-set-set&set\\_number=011946&set\\_entry=000004&format=999](http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/8V8BFAFDS1Y LX5P6IDQLBMMEDFAP2TGQM N6H8XE1166EQ929UE-44152?func=full-set-set&set_number=011946&set_entry=000004&format=999)

- Calderón M., I. (2020). La civilización de la imagen saludable: usos de los #*exgordos* y #*fitspiration* en Instagram. Ponencia en el CLEPSO edición 2020.
- Calderón M., I. (2021). Capitalismo cognitivo: mujeres, cuerpo y visualidad en Instagram. En *La Tecnología, la cultura y los mercados* (coord. Mariluz Fernández). Querétaro: CONCYTEQ
- Calderón, L. C., Londoño, O. L., & Maldonado, L. F. (2016). Guía para construir estados del arte. In *International Corporation of Networks of Knowledge*. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2012/1\).107.10](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2012/1).107.10)
- Cameron, E., & Watkins, P. Lou. (2018). Fat pedagogy: Improving teaching and learning for everyBODY. *Fat Studies*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1363573>
- Canales, N. (15 abril 2021) El turismo médico en México. Potencia a nivel mundial. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/2021/04/15/norma-canales-el-turismo-medico-en-mexico/>
- Clemente-Ricolfe, J.-S., & Atienza-Sancho, P. (2019). consumidores respecto al peso que ejercen en ellos los influencers para la compra de productos. *Comunicación y Sociedad*, 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7296>
- Clínicas Zurich (28 febrero 2020) PAÍSES EN LOS QUE MÁS CIRUGÍAS ESTÉTICAS SE REALIZAN. Recuperado de: <https://www.clinicaszurich.com/donde-se-realizanas-intervenciones-esteticas/>
- Cohen, S., & Landry, C. (2018). *Rethinking Feminist Phenomenology. Theoretical and Applied Perspectives*. Londres: Rowman & Littlefield.
- Contreras, P. (26 marzo 2021). Qué ha pasado en la industria del fitness a un año de la pandemia. Recuperado de: <https://notipress.mx/negocios/que-ha-pasado-en-la-industria-del-fitness-a-un-ano-de-la-pandemia-6912>
- Corona, S., & Kaltmeier, O. (2012). *En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales*. Barcelona: Gedisa.
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media and Society*, 21(4), 895–913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Davenport, K., Solomons, W., Puchalska, S., & McDowell, J. (2018). Size acceptance: A discursive analysis of online blogs. *Fat Studies*, 7(3), 278–293. <https://doi.org/10.1080/21604851.2018.1473704>
- Díaz Rojo, J. A., & Morant Marco, R. (2008). Persuasión lingüística, salud y belleza.

*Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, 38, 1–13.

- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). 'Instafamous'—credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information Communication and Society*, 22(10), 1432–1446. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1438491>
- Ebbeck, V., & Austin, S. (2018). Burning off the fat oppression: Self-compassion exercises for personal trainers. *Fat Studies*, 7(1), 81–92. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1360670>
- Estalella, A., & Ardévol, E. (2011). E-research: Desafíos y oportunidades para las ciencias sociales. *Convergencia*, 18(55), 87–111.
- Esteban, M. L. (2004). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Barcelona: Bellaterra.
- Fallon, K. (2014). Streams of the Self: the Instagram Feed As Narrative Autobiography. *Proceedings Fothe Internactive Narratives, New Media & Social Engagement International Conference*, 45.
- Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo. Y otros textos afines*. Buenos Aires: Paidós.
- Galak, E. (2018). Por Una Epistemología De La Imagen-Movimiento Del Cuerpo. Homogeneización, Universalización, Estética Y Política De Lo Corporal. *Revista Tempos e Espaços Em Educação*, 12(28), 33–48. <https://doi.org/10.20952/revtee.v12i28.10162>
- Galindo Cáceres, J. (2015). Ingeniería en comunicación social del cuerpo y de la cultura física. La comunicación construyendo una nueva era. *Razón y Palabra*, 19(90), 2–16.
- García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Durán-Muñoz, J., & Vélez-Colón, L. (2015). La actividad en las redes sociales: Un estudio de caso en la industria del fitness. *Retos*, (28), 44. Retrieved from [www.retos.org](http://www.retos.org)
- Georgakopoulou, A. (2016). From narrating the self to posting self(ies): A small stories approach to selfies. *Open Linguistics*, 2(1), 300–316. <https://doi.org/10.1515/opli-2016-0014>
- Gitelman, Lisa. (2006). *Always Already New. Media, History, and the Data of Culture*.

Londres: MIT Press

- Gómez-Cruz, E. (2003). *Cibersexo, ¿La última frontera del Eros? : un estudio etnográfico*. Colima: Universidad de Colima (UCOL).
- González-Palomares, A., Táboas-Pais, M. I., & Rey-Cao, A. (2017). La cultura corporal en función del género: análisis de los libros de texto de educación física de secundaria publicados durante la ley orgánica de educación. *Educación XXI*, 1(20), 141–162. <https://doi.org/10.5944/educXX1.1>
- Goodyear, V. A., Armour, K. M., & Wood, H. (2018). Young people and their engagement with health-related social media: new perspectives. *Sport, Education and Society*, 7(24), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13573322.2017.1423464>
- Greenleaf, C., Klos, L., Hauff, C., Hennum, A., Pozoliniski, B., & Serafin, G. (2019). “Unless you puke, faint, or die, keep going!” Exploring weight stigma in the gym on The Biggest Loser. *Fat Studies*, 8(2), 110–126. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1547572>
- Harjunen, H. (2019). Exercising exclusions: Space, visibility, and monitoring of the exercising fat female body. *Fat Studies*, 8(2), 173–186. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1561101>
- Hakim, J. (2019). Work that body. Male bodies in digital culture. In *Statistical Field Theor* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Han, B.-C. (2015). *La salvación de lo bello*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i149.5676>
- Harman, A., & Burrows, L. (2019). Leaning in while sticking out: Fat, exercise, and guilt. *Fat Studies*, 8(2), 187–202. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1562838>
- Hermida, C. (13 de noviembre del 2020). México ocupa sexto lugar mundial en casos de diabetes. Recuperado de: <https://www.uv.mx/prensa/general/mexico-ocupa-sexto-lugar-mundial-en-casos-de-diabetes/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Herrera-Torres, L., Fernando, P.-T., Valcarce Torrente, M., & García-Fernández, J. (2019). Análisis De Las Redes Sociales En El Sector Del Fitness Español: Un Estudio Longitudinal. *Materiales Para La Historia Del Deporte*, (18), 122–128.
- Hijós, N. (2017). “Fitters”, “paleo” y “veggies”: nuevas formas de clasificar lo comestible. *Educación Física y Ciencia*, 19(2), 1–13. <https://doi.org/10.24215/23142561e034>



- Hijos, N., & Blanco, M. F. (2020). La adaptación a la supervivencia: cuerpos y casas durante el aislamiento. Reflexiones sobre la vida cotidiana en los sectores medios del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Revista Científica Arbitrada de La Fundación MenteClara*, 5, 1–17. <https://doi.org/10.32351/rca.v5.167>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*. Londres: Bloomsbury.
- Hunt, A. N., & Rhodes, T. (2018). Fat pedagogy and microaggressions: Experiences of professionals working in higher education settings. *Fat Studies*, 7(1), 21–32. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1360671>
- Hutson, D. J. (2013). “Your body is your business card”: Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science and Medicine*, 90, 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.05.003>
- IEDGE. (mayo 2020). Instagram en Latinoamérica & España 2020. Recuperado de: <https://www.iedge.eu/instagram-2020-en-latinoamerica-y-espana>
- Innovación. (7 abril 2020). Aumentan 260% apps de salud y fitness en México. Recuperado de: <https://lideresmexicanos.com/innovacion/aumentan-260-apps-de-salud-y-fitness-en-mexico/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Retrieved from [www.paidos.com](http://www.paidos.com)
- José Blanes, M. (2017). “Las curvy como modelo de ‘celebritización’ y empoderamiento en Instagram. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 22(0), 203–221. <https://doi.org/10.5209/ciyc.55975>
- Kim, J. H., & Kim, Y. (2019). Instagram user characteristics and the color of their photos: Colorfulness, color diversity, and color harmony. *Information Processing and Management*, 56(4), 1494–1505. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.018>
- Kinney, T. (2017). Cinch for instacurves: The discursive assemblage of waist trainers in new media. *Fat Studies*, 6(2), 152–169. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1244423>
- Krieger, K., Watkins, P. Lou, Gerber, M. R., Pham, H., & Bauman, L. (2018). Weigh your words: An exploration of natural word use in a fat studies course. *Fat Studies*, 7(1), 56–68. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1361280>
- Landa, María Inés. (2011). *Las tramas culturales del Fitness en Argentina: los cuerpos activos del ethos empresarial emergente*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Landa, María Inés, & Calafell, N. (2019). El cuerpo materno en la red: entre el orden de lo

- ‘deseable’ y el de lo real. *Arxius*, (41), 135–156.
- Landa, María Ines, & Córdoba, M. (2020). Cuerpos Moldeables Y Vidas Modulables : La Invención Del Estado Holísticamente Saludable Como Bienestar ( Integral ). *Arxius*, (42), 59–74.
- Lara-Navarra, P., López-Borrull, A., Sánchez-Navarro, J., & Yànez, P. (2018). Measuring the influence of users on social networks: SocialEngagement proposal | Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: Propuesta socialengagement. *Profesional de La Informacion*, 27(4), 899–908. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.18>
- Larraín, Jorge. (1986). *The concept of ideology*. Gran Bretaña: Hutchinson.
- Lasén, A. (2009). Tecnologías afectivas: de cómo los teléfonos móviles participan en la constitución de subjetividades e identidades. In *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento* (pp. 215–248). <https://doi.org/10.5209/POSO.25559>
- Lasén, A. (2012). Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales. In *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música* (pp. 243–262). Madrid: Ariel.
- Lasén, A. (2014). Remediaciones móviles de subjetividades y sujecciones en relaciones de pareja. *Mediaciones Tecnológicas. Cuerpos, Afectos y Subjetividades*, 1–13.
- Lasén, A. (2017). Reconfiguraciones digitales de los espacios públicos: problematizando distinciones entre lo público, lo privado, lo doméstico, lo íntimo. In *Parlamentos* (pp. 1–13).
- Lasén, A. (2019a). *Lo ordinario digital : algunos aspectos de la digitalización de la vida cotidiana , los cuerpos y las subjetividades*. (May).
- Lasén, A. (2019b). OCIO DIGITAL JUVENIL: EN CUALQUIER MOMENTO , EN CUALQUIER LUGAR. In *Ocio y Juventud*. UNED.
- Lasén, A., & Casado, E. (2014). *Mediaciones tecnológicas: Cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: CIS.
- Lasén, A., & Puente, H. (2016). *La cultura digital*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Lauretis, T. (1993). Sujetos excéntricos: la teoría feminista y la conciencia histórica. En Cangiano, M y DuBois, L. (comp) *De mujer a género, teoría, interpretación y práctica feministas en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina (pp. 73-113)

- Latour, B. (2008). *Reensamblando los social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Le Breton, D. (2002a). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2002b). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lewallen, J., & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media. *Social Media and Society*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.1177/2056305116640559>
- Little, J. (2013). Pampering, Well-Being And Women's Bodies In The Therapeutic Spaces Of The Spa. *Social and Cultural Geography*, 14(1), 1–36.
- Little, J. (2017). Running, health and the disciplining of women's bodies: The influence of technology and nature. *Health and Place*, 46(April 2016), 322–327. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2016.11.011>
- López Sáenz, M. C. (2014). Fenomenología y feminismo. *Daimon*, (63), 45–63. <https://doi.org/10.6018/daimon/197001>
- Lupton, D. (1996). *Food, the body and the Self*. London: SAGE Publications.
- Lupton, D. (2015). Digital Sociology. In *Digital Sociology*. <https://doi.org/10.4324/9781315776880>
- Lupton, D. (2016). Towards critical digital health studies: Reflections on two decades of research in health and the way forward. *Health (United Kingdom)*, 20(1), 49–61. <https://doi.org/10.1177/1363459315611940>
- Lupton, D. (2017a). Digital health now and in the future: Findings from a participatory design stakeholder workshop. *Digital Health*, 3, 205520761774001. <https://doi.org/10.1177/2055207617740018>
- Lupton, D. (2017b). Self-tracking, health and medicine. *Health Sociology Review*, 26(1), 1–5. <https://doi.org/10.1080/14461242.2016.1228149>
- Lupton, D., & Michael, M. (2017). “For me, the biggest benefit is being ahead of the game”: The use of social media in health work. *Social Media and Society*, 3(2). <https://doi.org/10.1177/2056305117702541>
- Marcus Banks. (2008). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Londres: SAGE Publications.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

- Marsh, D., & Stoker, G. (1997). *Teoría y métodos de la ciencia política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín, Juan-Francisco. (2005). Los factores definitorios de los grandes grupos de edad de la población: tipos, subgrupos y umbrales. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 9(190). Recuperada de: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-190.htm>
- Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Papers. Revista de Sociologia*, 73, 127. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v73n0.1111>
- Martínez-Sanz, R., & Fernández, C. G. (2018). Brand communication on instagram, a gender issue? The role the fashion influencer. *Masculinities and Social Change*, 7(3), 230–254. <https://doi.org/10.17583/MCS.2018.3693>
- Maturana, H. (1996). *El sentido de lo humano*. <https://doi.org/10.5377/ccs.v5i1.8194>
- Maymone, M. B. C., Laughter, M., Dover, J., & Vashi, N. A. (2019). The malleability of beauty: Perceptual adaptation. *Clinics in Dermatology*, (xxxx), 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2019.05.002>
- Mendoza, J. (10 julio 2020). Frecuencia de consumo de comida saludable en México en 2019 y 2020. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1130195/frecuencia-consumo-alimento-saludable-en-mexico/>
- Mieli, C. (2007). El cuerpo como construcción cultural. *Aisthesis*, 42, 47–69.
- Millán, K. (2017). Pluridiscursividad de la noción de vida cotidiana en las ciencias sociales. *Katharsis*, 23, 203-217.
- Millington, B. (2016). Fit for prosumption: interactivity and the second fitness boom. *Media, Culture and Society*, 38(8), 1184–1200. <https://doi.org/10.1177/0163443716643150>
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. <https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>
- Nieto, B. G. (2018). El influencer : herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa The influencer: a key tool in the digital context of false advertising. *Methados.Revista de Ciencias Sociales*, 6(1), 149–156. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.212> Begoña
- Nigam, A., Johnson, R. A., Wang, D., & Chawla, N. V. (2019). Characterizing online health and wellness information consumption: A study. *Information Fusion*, 46(November 2017), 33–43. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2018.04.005>

- OCDE. (8 enero 2020). Presentación del estudio: "la pesada carga de la obesidad: La economía de la prevención". Recuperado de: <https://www.oecd.org/about/secretary-general/heavy-burden-of-obesity-mexico-january-2020-es.htm>
- Orozco Gómez, G., & González Reyes, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Ciudad de México: Productora de Contenidos Culturales.
- Padilla Castillo, G. y Oliver González, A. . (2018). El escaparate de la moda que eligen los jóvenes menores españoles Instagramers and The showcase of fashion that young Spanish minors Choose. *ADResearch ESIC*, 18(18), 42–59.
- Peng, C. T., Wu, T. Y., Chen, Y., & Atkin, D. J. (2019). Comparing and modeling via social media: The social influences of fitspiration on male instagram users' work out intention. *Computers in Human Behavior*, 99(May), 156–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.011>
- Pérez Curiel, C., & Luque Ortiz, S. (2018). El marketing de influencia en moda. Estudio del nuevo modelo de consumo en Instagram de los millennials universitarios Fashion influence marketing. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación En Comunicación*, (15), 255–281. Retrieved from <https://www.raco.cat/index.php/adComunica/article/view/343032>
- Pink, S., & Fors, V. (2017). Self-tracking and mobile media: New digital materialities. *Mobile Media and Communication*, 5(3), 219–238. <https://doi.org/10.1177/2050157917695578>
- Pink, S.; Sumartojo, S.; Lupton, D. & Heyes. C. (2017). Empathetic technologies: digital materiality and video ethnography. *Visual Studies*, 32(4) (371-381) <https://doi.org/10.1080/1472586X.2017.1396192>
- Powers, D., & Greenwell, D. M. (2017). Branded fitness: Exercise and promotional culture. *Journal of Consumer Culture*, 17(3), 523–541. <https://doi.org/10.1177/1469540515623606>
- PR Newswire. (09 diciembre 2020). La encuesta global de ISAPS informa un crecimiento continuo de la cirugía estética a nivel mundial. <https://www.prnewswire.com/news-releases/la-encuesta-global-de-isaps-informa-un-crecimiento-continuo-de-la-cirugia-estetica-a-nivel-mundial-886627453.html>
- Prohaska, A., & Gailey, J. A. (2019). Theorizing fat oppression: Intersectional approaches and methodological innovations. *Fat Studies*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1534469>

- Ragnedda, M. (2008). El consumismo inducido: reflexiones sobre el consumo postmoderno. *Pensar La Publicidad*, 2(1), 123–140.
- Rahbari, L. (2019). Pushing gender to its limits: Iranian women bodybuilders on instagram. *Journal of Gender Studies*, 28(5), 591–602.
- Rail, G. (2012). The Birth of the obesity clinic: Confessions of the flesh, biopedagogies and physical culture. *Sociology of Sport Journal*, 29(2), 227–253. <https://doi.org/10.1123/ssj.29.2.227>
- Ramos Escandón, C. (2008). CUERPOS CONSTRUIDOS, CUERPOS LEGISLADOS. LEY Y CUERPO EN EL MÉXICO DE “FIN DE SIÈCLE.” In *Enjaular los cuerpos: normativas decimonónicas y feminidad en México* (pp. 67–106). Ciudad de México: El colegio de México.
- Rizo García, M. (2018). Cuerpo y comunicación. Reflexiones teóricas y breve estado de la cuestión en México. *Question*, 1(60), 1–15. <https://doi.org/10.24215/16696581e097>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22(November), 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Rodríguez Vergara, H. M. (2010). La conciencia de lo corporal: Una visión fenomenológica-cognitiva. *Ideas y Valores*, 59(142), 25–47.
- San Cornelio Esquerdo, G. (2018). Imágenes post-matern en instagram: el selfie como narrativa personal. *Congreso Internacional Sobre Fotografía*, (April), 436–447. <https://doi.org/10.4995/cifo17.2017.6883>
- Segato, R. (2014). Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres. *Revista Sociedad e Estado*, 29(2), 341–371.
- Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, J. (2002). Body Lessons. Fitness Publishing and the Cultural Production of the Fitness Consumer. *International Review for the Sociology of Sport*, 3–4(37), 449–464. <https://doi.org/10.1177/1012690202037004896>
- Stolarski, G., Franklin Rodrigues Lucena, T., Grossi Milani, R., & Pestillo De Oliveira, L. (2018). Blogueiros fitness no Instagram: o corpo e o merchandising editorial de suplementos alimentares. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação Em Saúde*, 12(4), 375–395. <https://doi.org/10.29397/reciis.v12i4.1468>

- Taramona, R. (2018). Influencers digitales: disrupción de la fama, la publicidad y el entretenimiento en las redes sociales. *Revista De Estudios De Juventud*, (119), 75–92. Retrieved from [http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/5.-\\_influencers\\_digitales\\_disrupcion\\_de\\_la\\_fama\\_la\\_publicidd\\_y\\_el\\_entretenimiento\\_en\\_las\\_redes\\_sociales.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/5.-_influencers_digitales_disrupcion_de_la_fama_la_publicidd_y_el_entretenimiento_en_las_redes_sociales.pdf)
- Thompson John B. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Retrieved from <http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>
- Tiggemann, M., Churches, O., Mitchell, L., & Brown, Z. (2018). Tweeting weight loss: A comparison of #thinspiration and #fitspiration communities on Twitter. *Body Image*, 25, 133–138. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.03.002>
- Tirado Serrano, F., & Domènech i Argemí, M. (2005). Asociaciones heterogeneas y actantes: el giro post social de la Teoría del Actor-Red. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, (Núm Especial. Noviembre-Diciembre), 1–26. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62309905>
- Uhlmann, L. R., Donovan, C. L., Zimmer-Gembeck, M. J., Bell, H. S., & Ramme, R. A. (2018). The fit beauty ideal: A healthy alternative to thinness or a wolf in sheep's clothing? *Body Image*, 25, 23–30. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.01.005>
- Valenzuela Gutiérrez, M. E., & Meléndez Torres, J. M. (2019). Normalización del cuerpo femenino. Modelos y prácticas corporales de mujeres jóvenes del noroeste de México. *Región Y Sociedad*, 31, e1067. <https://doi.org/10.22198/rys2019/31/1067>
- Van Dijk, Teun A. (1999). *Ideología. Una aproximación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Veron, E. (1993). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vigarello, G. (2005). *Historia del cuerpo. Del Renacimiento a la Ilustración*. España: Taurus.
- Villchur, M. (2017). Public policy and promoting the Health At Every Size Philosophy. *Fat Studies*, 6(2), 223–231. <https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1255839>
- Vilodre Goellner, S. (2008). Deporte Y Cultura Fitness : La Generización De Los Cuerpos Contemporáneos. *Revista Digital Universitaria*, 9.
- Vite, O. (2018). El cuerpo como capital social en Instagram: el caso de @adri\_vainilla. *Contratexto*, (29), 201–225.

- Wallach S., J. (2010). *Género e historia*. España: Fondo de Cultura Económica.
- We Are Social y Hootsuite. (9 febrero 2021). Digital 2021: México. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-mexico>
- Webb, J. B., Thomas, E. V., Rogers, C. B., Clark, V. N., Hartsell, E. N., & Putz, D. Y. (2019). Fitspo at Every Size? A comparative content analysis of #curvyfit versus #curvyoga Instagram images. *Fat Studies*, 8(2), 154–172. <https://doi.org/10.1080/21604851.2019.1548860>
- Weiss, G. (2014). Uncosmetic Surgeries in an Age of Normativity (101-119). En Zeiler, K., & Folkmarson, L. (eds) (2014). *Feminist Phenomenology and Medicine*. Nueva York: Suny Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Wilson, B., Knobloch-Westerwick, S., & Robinson, M. J. (2019). Picture Yourself Healthy—How Users Select Mediated Images to Shape Health Intentions and Behaviors. *Health Communication*, 34(8), 838–847. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1437527>
- Wong, D., Amon, K. L., & Keep, M. (2019). Desire to Belong Affects Instagram Behavior and Perceived Social Support. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(7), 465–471. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0533>
- Zeiler, K., & Folkmarson, L. (2014). *Feminist Phenomenology and Medicine*. Nueva York: Suny Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Zunino, E. (2018). AGENDA SETTING: CINCUENTA AÑOS DE INVESTIGACIÓN. *Intersecciones En Comunicación*, 12, 187–210.



## Anexos

### Cartas de consentimiento

Imagen 27. Carta de consentimiento: Zihu

XALAPA, VERACRUZ A 11 DE JUNIO DEL 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo Karen Zihunely Aguirre Bravo acepto voluntariamente participar en la tesis de maestría de la alumna Irene Calderón Mazzotti que lleva por título es: "El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital" desarrollada en la Universidad Autónoma de Querétaro con expediente 287962. Con mi firma suscribo que he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las implicaciones de participar en el proyecto, con que se utilice mi nombre y capturas de pantalla de mi perfil en la plataforma sociodigital *Instagram*, también entiendo que puedo decidir participar anónimamente y que en las capturas de pantalla puede omitirse mi usuario de *Instagram*.

Así, especifico a continuación lo que permito y lo que no permito que se muestre de manera pública:

D) No tengo problema con que se utilice mi nombre y las capturas de pantalla de mi perfil con usuario de Instagram.

Karen Zihunely Aguirre Bravo Zihu

Firma y nombre de la participante

Fuente: Elaboración propia

Imagen 28. Carta de consentimiento: Gabriela


XALAPA, VERACRUZ A 11 DE JUNIO DEL 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo Gabriela Reyes Alvarez, acepto voluntariamente participar en la tesis de maestría de la alumna Irene Calderón Mazzotti que lleva por título es: "El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital", desarrollada en la Universidad Autónoma de Querétaro con expediente 287962. Con mi firma suscribo que he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las implicaciones de participar en el proyecto, con que se utilice mi nombre y capturas de pantalla de mi perfil en la plataforma sociodigital *Instagram*, también entiendo que puedo decidir participar anónimamente y que en las capturas de pantalla puede omitirse mi usuario de *Instagram*.

Así, especifico a continuación lo que permito y lo que no permito que se muestre de manera pública:

No tengo ningún problema con que ocupe mi nombre y las capturas de pantalla de mi perfil en Instagram.

  
Gabriela Reyes A.

Fuente: Elaboración propia

Imagen 29. Carta de consentimiento: Mónica

XALAPA, VERACRUZ A 11 DE JUNIO DEL 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo MÓNICA GARCÍA MURRIETA, acepto voluntariamente participar en la tesis de maestría de la alumna Irene Calderón Mazzotti que lleva por título es: "El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital", desarrollada en la Universidad Autónoma de Querétaro con expediente 287962. Con mi firma suscribo que he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las implicaciones de participar en el proyecto, con que se utilice mi nombre y capturas de pantalla de mi perfil en la plataforma sociodigital *Instagram*, también entiendo que puedo decidir participar anónimamente y que en las capturas de pantalla puede omitirse mi usuario de *Instagram*.

Así, especifico a continuación lo que permito y lo que no permito que se muestre de manera pública: "No tengo ningún problema con que se utilice mi nombre y las capturas de pantalla de mi perfil con mi usuario de *Instagram*".



---

Firma y nombre de la participante

Fuente: Elaboración propia


Imagen 30. Carta de consentimiento Debi

XALAPA, VERACRUZ A 30 DE AGOSTO DEL 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo ELIA DEBERNARDI MELGAREJO, acepto voluntariamente participar en la tesis de maestría de la alumna Irene Calderón Mazzotti que lleva por título es: "El estereotipo de lo saludable: la práctica del *fitness* digital", desarrollada en la Universidad Autónoma de Querétaro con expediente 287962. Con mi firma suscribo que he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las implicaciones de participar en el proyecto, con que se utilice mi nombre y capturas de pantalla de mi perfil en la plataforma sociodigital *Instagram*, también entiendo que puedo decidir participar anónimamente y que en las capturas de pantalla puede omitirse mi usuario de *Instagram*.

Así, especifico a continuación lo que permito y lo que no permito que se muestre de manera pública: Puede mostrarse públicamente mi nombre y capturas de pantalla de mi perfil con mi usuario de *instagram*.

  
Elia Debernardi Melgarejo

Firma y nombre de la participante

Fuente: Elaboración propia

## Etnografía para el Internet

### Paso 2

Tabla 28. Categorías de las 135 fotografías por perfil de *Instagram*

CATEGORÍAS MÓNICA	F	CATEGORÍAS DEBI	F	CATEGORÍAS GABRIELA	F	CATEGORÍAS ZIHU	F
Antes/después de sí misma	1	Antes/después fotos en el gym.	2	<i>Boomerang</i> con ropa casual	1	Foto con pijama cuerpo completo mostrando su abdomen en casa	3
Antes/después de un paciente	3	<i>Boomerang</i> con ropa casual	1	Con amigas	1	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	5
<i>Boomerang</i> con ropa casual	1	Competencia deportiva	1	Con amigas en el gimnasio	1	Foto con ropa casual cuerpo completo en casa	24
Foto con comida: pastel	1	Con amigos	11	Con familia	2	Foto con ropa casual cuerpo completo en casa mostrando su abdomen en casa	13
Comida: info nutricional	2	Con pareja	4	Foto con comida: churros	1	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo mostrando su escote en casa	5
Comida: receta	3	Foto con producto con ropa deportiva: proteína	2	Foto con comida: dona	1	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo sacando la lengua en casa	1
Con amigos	33	Foto con ropa casual cuerpo completo	19	Foto con comida: pastel	1	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	1
Con pareja	2	Foto con ropa casual cuerpo completo en la playa	1	Foto con ropa casual	12	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	1
Foto con postre	1	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	1	Foto con ropa casual cuerpo completo	9	Foto con ropa casual cuerpo completo	3
Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle	2	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	1	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	7	Foto frente espejo con ropa casual en la calle	6
Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	2	Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	2	Foto con su hija	5	Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	1
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	1	Foto de su cara	1	Foto con su hija y su perro (5)	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	1
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	1	Foto de su pareja	1	Foto con traje de baño	4	Frase motivacional	46
Foto de Hogwarts Express	1	Foto en el metro	1	Foto de su hija	2	Selfie con ropa casual	5
Foto de su cara	2	Foto frente espejo con filtro con ropa deportiva parte superior del cuerpo	2	Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	3	Selfie con ropa casual mostrando su escote	4
Foto de su perro	7	Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	4	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	7	Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	12

Foto en traje de baño cuerpo completo en la playa	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	1	Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio (4)	1	Selfie con ropa casual sacando la lengua	2
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	4	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	11	Foto modelaje	12	Selfie con ropa casual sonriendo	1
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en el baño	2	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	13	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: espalda.	1	Vídeo a sus padres	1
Foto frente espejo con ropa casual parte superior del cuerpo en casa	1	Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	4	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: espalda/Vídeo haciendo ejercicio (2)	1	<b>Total</b>	<b>135</b>
Foto frente espejo con ropa casual parte superior del cuerpo en el baño	2	Foto modelaje	1	Ilustración	1		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en el gimnasio	3	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: abdomen	3	Paisaje	2		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	2	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: bíceps	1	Selfie con producto	1		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	1	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: espalda.	1	Selfie con ropa casual	10		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	5	Foto posando con ropa deportiva en el gimnasio	4	Selfie con ropa deportiva	11		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo perfil en el baño	1	Frase motivacional	2	Selfie con su hija	6		
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo perfil en el gimnasio	1	Ilustración de sí misma con ropa deportiva	1	Selfie con su perro	2		
Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio	7	Montando a caballo	1	Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en casa con su hija (2)	2		
Foto modelaje	4	Selfie con producto	2	Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en casa	14		
Foto tatuándose	1	Selfie con ropa casual	10	Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	13		
Frase motivacional	2	Selfie con ropa casual y filtro	8	<b>Total</b>	<b>135</b>		
Infografía: alimentación	2	Selfie con ropa casual y perro	1				
Infografía: fitness	2	Selfie con ropa deportiva	9				
Paisaje	1	Vídeo bailando con su pareja	1				
Posando con ropa casual con	5	Vídeo con ropa deportiva haciendo	2				

competidor de fisicoculturismo		rutina de ejercicio en casa					
Selfie (vídeo bailando)	1	Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	5				
Selfie con ropa casual	6	<b>Total</b>	<b>135</b>				
Vídeo con amigos	2						
Vídeo de comida	2						
Vídeo de su perro	2						
Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en casa	1						
Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	9						
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en la playa	1						
Vídeo mostrando traje de baño	1						
<b>Total</b>	<b>135</b>						

Fuente: Elaboración propia.

### Paso 3

Tabla 29. Categorías de las imágenes identificadas con los #fitness, #gym y #fitnessmotivation

#FITNESS		#GYM		#FITNESSMOTIVATION	
Categorización	F	Categorización	F	Categorización	F
Antes/Después	2	Antes/Después	1	Antes/Después	2
Comida	1	Foto con ropa casual cuerpo completo en casa	7	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	7
Foto con concursante en fisicoculturismo	1	Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle	2	Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle	6
Foto con lencería cuerpo completo	1	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	2	Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	5
Foto con ropa casual cuerpo completo de espaldas en la calle	1	Foto con ropa deportiva	1	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	13
Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle	8	Foto con ropa deportiva cuerpo completo	2	Foto con ropa deportiva cuerpo completo con producto: proteína	1
Foto con ropa casual parte superior del cuerpo en casa	2	Foto con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en la calle	1	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	2
Foto con ropa casual parte superior del cuerpo en la calle	1	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	2	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	2
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	5	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	7	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en la calle	1
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	5	Foto con ropa deportiva cuerpo completo en la calle	8	Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio en el gimnasio	14
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en la calle	13	Foto con ropa deportiva de espaldas	1	Foto con ropa deportiva mostrando sus músculos: brazos	1
Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio en la calle	1	Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio cuerpo completo en el gimnasio	6	Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	3
Foto con ropa deportiva haciendo ejercicio en el gimnasio	1	Foto con ropa deportiva mostrando su músculo: piernas	1	Foto con traje de baño	1
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	1	Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	1	Foto de la cara	1
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo de espaldas	1	Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo en la calle	1	Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	1
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el gimnasio	1	Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo mostrando su músculo: brazo	3	Foto frente espejo con ropa casual en casa	1
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo en la calle	2	Foto de cara	1	Foto frente espejo con ropa casual en el baño	2
Foto con ropa deportiva parte superior mostrando su músculo: brazo	1	Foto en calzones cuerpo completo mostrando sus músculos	1	Foto frente espejo con ropa deportiva	3
Foto con traje de baño parte superior del cuerpo en casa	1	Foto en traje de baño en el mar	1	Foto frente espejo con ropa deportiva en casa	2
Foto de su cara	2	Foto frente espejo con ropa casual	1	Foto frente espejo con ropa deportiva en el baño	2
Foto en calzones cuerpo completo mostrando sus músculos	4	Foto frente espejo con ropa deportiva	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	17
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	4	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo	2	Foto frente espejo sin playera en el baño	1
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en el baño	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	2	Foto modelaje	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en casa	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	2	Foto sin playera	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en el gimnasio	1	Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	16	Selfie con ropa casual	5
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en baño	1	Foto frente espejo con ropa deportiva en casa	2	Selfie con ropa deportiva	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	6	Foto frente espejo con ropa deportiva en el baño	3	Vídeo haciendo rutina ejercicio en el gimnasio	2



Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	3	Foto frente espejo con ropa deportiva en el gimnasio	3	Total	104
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	12	Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	1		
Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el gimnasio	1	Foto frente espejo sin playera en el baño	2		
Foto frente espejo en calzones cuerpo completo en el gimnasio	1	Foto haciendo ejercicio sin playera en el gimnasio	3		
Foto frente espejo sin playera en el gimnasio	1	Foto sin playera cuerpo completo	2		
Foto sin playera en casa	2	Foto sin playera en el gimnasio	1		
Foto sin playera en la calle	1	Foto sin playera en la calle	1		
Infografía con ilustración que dice: "Jejum intermitente"	1	Receta: Hot cakes	1		
Selfie con ropa casual	10	Selfie con ropa casual	6		
Vídeo con ropa deportiva haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	3	Selfie con ropa casual mostrando el abdomen	1		
Total	104	Selfie con ropa deportiva	2		
		Selfie sin playera	2		
		Vídeo haciendo rutina de ejercicio sin playera en el gimnasio	1		
		Total	104		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30. Frecuencia de los *hashtags* utilizados por Debi, Mónica, Gabriela, Zihu.

Debi		Mónica		Gabriela		Zihu	
Hashtags	F	Hashtags	F	Hashtags	F	Hashtags	F
#gym	35	#nutricion	8	#love	110	#xalapaenriquez	87
#gymmotivation	34	#salud	6	#instagood	56	#xalapa	84
#gymlife	30	#healthtips	5	#happy	44	#amorpropio	81
#warriorlady	29	#nutricionista	5	#goodvibes	43	#veracruz	3
#gymgirl	24	#estilodevida	4	#fitness	36	#loveme	2
#gymtime	24	#easyrecipe	3	#fitspo	35	#makeup	2
#bodibilding	22	#healthyfood	3	#girl	35	#xalapaveracruz	2
#wellness	20	#fitness	3	#fitnessmotivation	32	#love	2
#wellnessfitness	15	#healthy	3	#instamoment	26	#loveit	1
#motivacion	12	#fit	2	#freedom	23	#cuarentena	1
#fitness	12	#snacks	2	#picoftheday	23	#veracruzana	1
#fitnessmotivation	12	#tips	2	#healthylifestyle	22	#gym	1
#ladywarrior	11	#embarazada	2	#fitnessmodel	21	#live	1
#wellness2020	10	#bienestar	2	#like	20	#beach	1
#tbt	9	#happy	1	#strong	20	#mexico	1
#bodybuilding	8	#loveyourself	1	#life	19	#alamierda	1
#2020wellness	7	#training	1	#loveit	19	#veracruzmxico	1
#bikiniwellness	6	#gym	1	#fitfam	18	#gymtime	1

#fitnessmodel	6	#healthylifestyle	1	#fitmom	17	#gymmotivation	1
#fitnessgirl	6	#talycomolomarcaelreglamento	1	#smile	17	#bff	1
#bikiniwellness2020	4	#fitnessmodel	1	#instafit	16		
#fitnesslife	4	#fitnessmotivation	1	#instaphoto	16		
#gymlove	2	#changeyourthoughts	1	#cycling	15		
#indereq	2	#dontquit	1	#fit	15		
#ohana	2	#onmymind	1	#gym	15		
#atleta	2	#CHHTEAM	1	#instacool	15		
#queretaro	2	#gymmotivation	1	#fitnessaddict	14		
#wrestling	2	#weightlossjourney	1	#workout	13		
#gimnasio	1	#girlswhofit	1	#fitnessgirl	11		
#gymhouse	1	#recetassaludables	1	#positivevibes	11		
#consumelocalmx	1	#recetasfaciles	1	#streetstyle	11		
#consumelocal	1	#snackhits	1	#instapic	10		
#suplementos	1	#preworkout	1	#fun	9		
#warriorladyteam	1	#healthyfoodshare	1	#mylife	9		
#warrior	1	#workout	1	#nature	9		
#elmejorequipo	1	#comesano	1	#daughter	8		
#motivation	1	#cocinasaludable	1	#photooftheday	8		
#motivacionfitness	1	#ejercicioencasa	1	#cyclinglife	7		
#brother	1	#dieta	1	#lifestyle	7		
#odioso	1	#saludable	1	#loveyourself	7		
#familia	1	#healthylifestyle	1	#moment	7		
#amarillo	1	#lifestyle	1	#pictureoftheday	7		
#bikini	1	#proteinas	1	#staysafe	7		
#beautiful	1	#musculos	1	#streetphotography	7		
#bikiniwellnessatlete	1	#alimentacionsaludable	1	#tb	7		
#tirandopolilla	1	#masamuscular	1	#workoutmotivation	7		
#solounratito	1	#constancia	1	#bike	6		
#esadictivo	1	#wellness	1	#happiness	6		
#poderosa	1	#vidasana	1	#home	6		
#indereqteam	1	#dietasaludable	1	#makeup	6		
#indereqsportteam	1	#plandealimentacion	1	#mylove	6		
#sanjoaquin	1	#tipdevida	1	#photography	6		
#bicicleta	1			#training	6		
#bicicletademontaña	1			#workoutathome	6		
#voluntad	1			#blackandwhite	5		
#cuestaarriba	1			#dog	5		
#queretarotravel	1			#instamakeup	5		
#lasfridas	1			#makeupartist	5		
#peñadebernal	1			#beautiful	4		

#paisajesnaturales	1		#bikini	4	
#brigadabalón	1		#cool	4	
#bodibildingmotivation	1		#doglover	4	
#volveremosaluchar	1		#fitnesslifestyle	4	
#amoeldeporte	1		#gymlife	4	
#memories	1		#gymmotivation	4	
#antesdelatragedia	1		#naturelover	4	
#xalapeñisima	1		#naturephotography	4	
#100%xalapeña	1		#peace	4	
#mexicana	1		#Sunday	4	
#happy	1		#tbt	4	
#xalapeña	1		#together	4	
#cuellarsuplementos	1		#blessed	3	
#melyalany	1		#ecofriendly	3	
#wellnessqueretaro	1		#eyes	3	
#suplementoscuelar	1		#fitgirl	3	
#motivaciongym	1		#fitnesslife	3	
#mexwrestling	1		#green	3	
#mexrestiling	1		#instalife	3	
#wrestlinglife	1		#instalove	3	
#wrestlinglife	1		#instastyle	3	
#wrestlingmexico	1		#levelup	3	
#wrestlingmex	1		#loveofmylife	3	
#strong	1		#model	3	
#strongwomen	1		#mom	3	
#stronggirls	1		#my	3	
#orgullosamentemujer	1		#myself	3	
#mujerdificil	1		#outfitinspiration	3	
#soymujer.	1		#outfit	3	
#felizdiadelamujer	1		#place	3	
#FridaKahlo	1		#positivemind	3	
#lagentenoentiende	1		#sport	3	
#HAIRSHA	1		#stayhome	3	
#hairshabeauty	1		#staystrong	3	
#cabellosano	1		#sweat	3	
#cabelloperfecto	1		#tattoo	3	
#coffe	1		#trekking	3	
#coffeetime	1		#truelove	3	
#coffeelover	1		#walking	3	
#juanvaldez	1		#water	3	
#cafecolombiano	1		#woman	3	

#tradicion	1			#addicted	2		
#pig	1			#abs	2		
#taza	1			#alley	2		
#tazatejida	1			#bala	2		
#tazascrochet	1			#be	2		
#iracallencemejor	1			#beauty	2		
				#bettertogether	2		
				#bestoftheday	2		
				#bikelife	2		
				#bikergirl	2		
				#birthday	2		
				#body	2		
				#chocolate	2		
				#coffee	2		
				#color	2		
				#crochet	2		
				#dogsofInstagram	2		
				#dream	2		
				#drinkJUST	2		
				#energy	2		
				#enjoy	2		
				#faith	2		
				#fitspiration	2		
				#fitnesslifestyle	2		
				#getfit	2		
				#goals	2		
				#happymoments	2		
				#indoor	2		
				#instabeauty	2		
				#instafitness	2		
				#instahome	2		
				#instamood	2		
				#instatravel	2		
				#legday	2		
				#leggings	2		
				#lifeisgood	2		
				#living	2		
				#lovedogs	2		
				#makeupaddict	2		
				#missyou	2		
				#momlife	2		

			#mountain	2		
			#mygirl	2		
			#mylittlegirl	2		
			#outdoors	2		
			#quarantine	2		
			#selflove	2		
			#soul	2		
			#spinning	2		
			#spirit	2		
			#studio	2		
			#urbanphotography	2		
			#vibes	2		
			#waterfall	2		
			#workinprogress	2		
			#workoutroutine	2		
			#yoga	2		
			#yogalife	2		
			#air	1		
			#and	1		
			#athlete	1		
			#back	1		
			#bekind	1		
			#bepositive	1		
			#besafe	1		
			#bestrong	1		
			#better	1		
			#big	1		
			#bikinifitness	1		
			#birthdaygirl	1		
			#blackhair	1		
			#black	1		
			#breathedeep	1		
			#blackouttuesday	1		
			#boxing	1		
			#calm	1		
			#calvinklein	1		
			#challengeaccepted	1		
			#chocolatelover	1		
			#churros	1		
			#coatepec	1		
			#cold	1		

			#colorful	1		
			#consumeloval	1		
			#cosmetology	1		
			#covid_19	1		
			#cowgirl	1		
			#clean	1		
			#crochetbeachwear	1		
			#crossyourmind	1		
			#crochetbikini	1		
			#darkness	1		
			#day	1		
			#dogoftheday	1		
			#dress	1		
			#everyday	1		
			#exercise	1		
			#ecofriendlyproducts	1		
			#enjoylife	1		
			#fabulous	1		
			#family	1		
			#familyfirst	1		
			#familytime	1		
			#fathersday	1		
			#feelinggood	1		
			#find	1		
			#fitmotivation	1		
			#forever	1		
			#focused	1		
			#fresh	1		
			#friends	1		
			#fullbodyworkout	1		
			#good	1		
			#goodplace	1		
			#goldenhour	1		
			#gorgeous	1		
			#grandma	1		
			#gymtime	1		
			#gymaddict	1		
			#handmade	1		
			#handmaDebikinis	1		
			#healthylife	1		
			#healthy	1		

			#hiit	1		
			#hiitworkout	1		
			#hiking	1		
			#help	1		
			#hope	1		
			#indoorcycling	1		
			#inside	1		
			#inspiration	1		
			#instaart	1		
			#instadog	1		
			#instago	1		
			#inspo	1		
			#justwater	1		
			#lifegoals	1		
			#light	1		
			#likeit	1		
			#littleprincess	1		
			#lipstick	1		
			#looking	1		
			#lovemakeup	1		
			#makeuplover	1		
			#meditation	1		
			#me	1		
			#memories	1		
			#mequedoencasa	1		
			#mentalhealth	1		
			#mind	1		
			#mindfulness	1		
			#mirrorselfie	1		
			#motivation	1		
			#momanddaughter	1		
			#montana	1		
			#myback	1		
			#myboy	1		
			#myshoulders	1		
			#myworld	1		
			#naturalmakeup	1		
			#nofilter	1		
			#needed	1		
			#neon	1		
			#ok	1		

			#passion	1		
			#perfect	1		
			#picture	1		
			#pic	1		
			#pink	1		
			#planetearth	1		
			#power	1		
			#proud	1		
			#practice	1		
			#pride	1		
			#pretty	1		
			#redlips	1		
			#revolution	1		
			#rideordie	1		
			#running	1		
			#roadtrip	1		
			#routine	1		
			#rock	1		
			#selfie	1		
			#self	1		
			#sisters	1		
			#skincare	1		
			#so	1		
			#spirituality	1		
			#stairs	1		
			#street	1		
			#style	1		
			#sunglasses	1		
			#sunset	1		
			#sweatshirt	1		
			#video	1		
			#workfromhome	1		
			#working	1		
			#your	1		
			#youvsyou	1		
			#yummy	1		

Fuente: Elaboración propia



## Imágenes de los #fitness, #gym y #fitnessmotivation:

Imagen 31. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 32. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 33. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 34. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



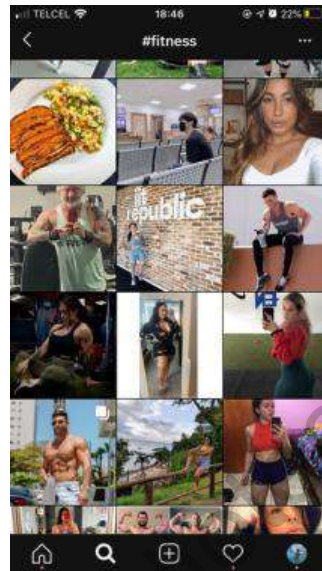
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 35. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 37. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 36. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 38. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



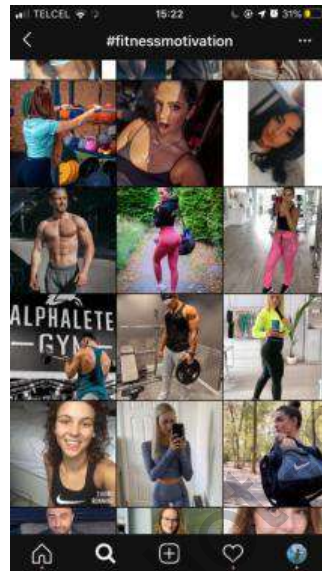
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 39. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitness



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 41. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 40. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



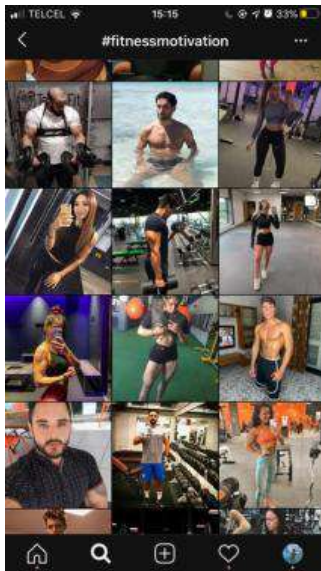
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 42. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



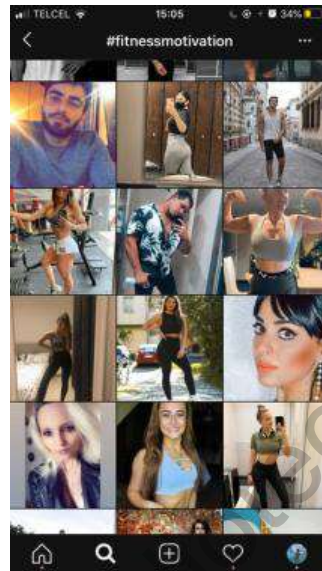
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 43. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 45. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



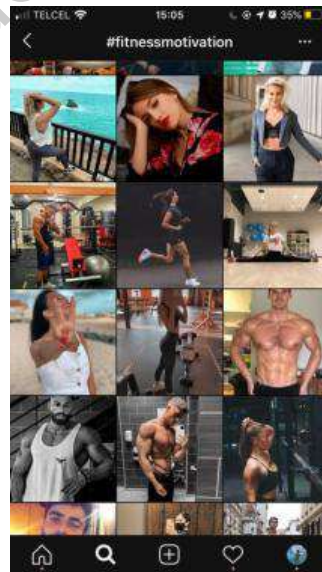
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 44. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



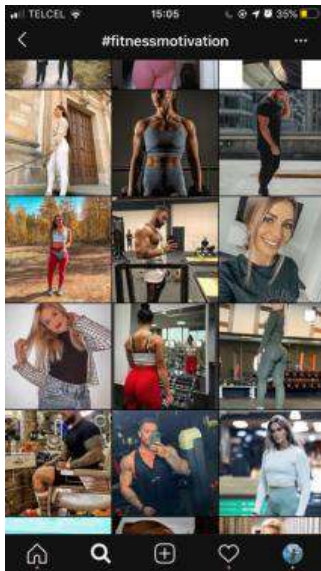
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 46. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 47. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 49. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 48. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #fitnessmotivation



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 50. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 51. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 53. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



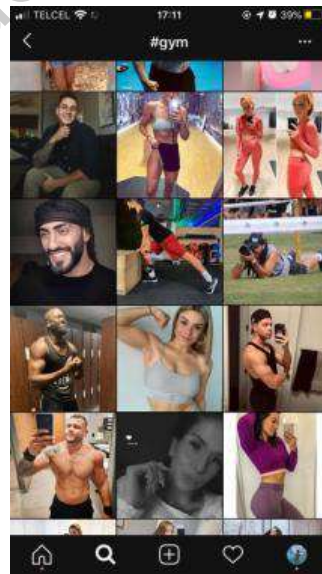
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 52. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



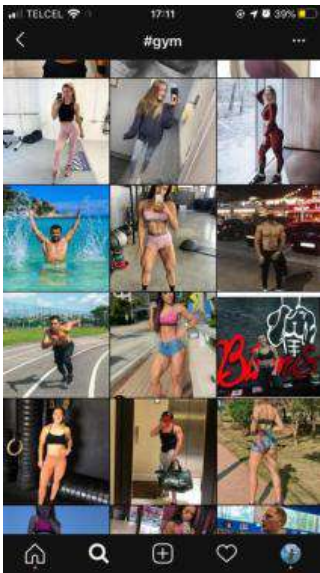
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 54. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 55. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 56. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 57. Captura de pantalla de la plataforma sociodigital Instagram del #gym

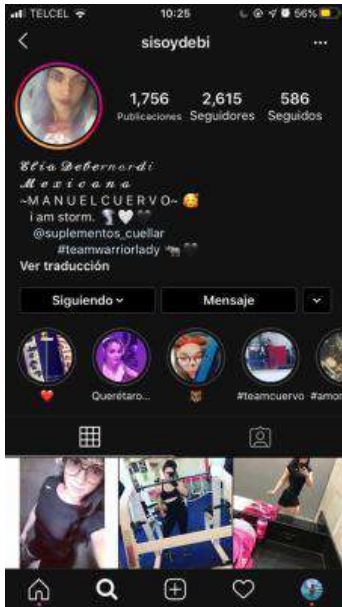


Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

## Capturas de pantalla de los perfiles de las cuatro mujeres entrevistadas:

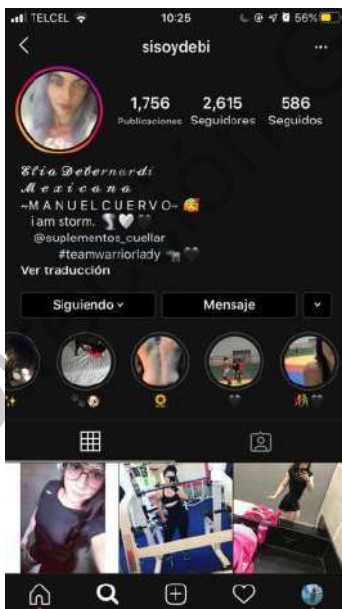
Debi

Imagen 58. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 59. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 60. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram



Imagen 61. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 62. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 63. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



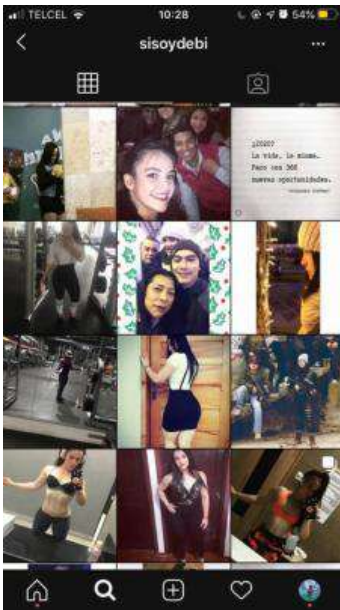
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 64. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 65. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 66. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 67. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



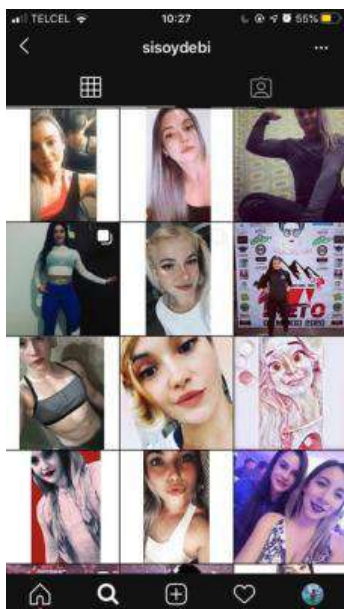
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 68. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 69. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 70. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Debi



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Tabla 31. Sistematización de las 135 fotografías del perfil en Instagram de Debi

USUARIA: SISOYDEBI					
Categorización	Fecha	Descripción de la foto	Hashtags	Likes	Comentarios
Antes/después fotos en el gym.	14/03/2020	Me encanta cuando la gente me pregunta por qué como lo mismo todos los días, de sobra he escuchado wey que te va a dar entrenar diario, por qué lo haces?, que te motiva? YO!!!! Yo me motivo, amo mi proceso y no me da pena mostrar mi camino, he cambiado por qué he querido, todo lo que la gente admira hoy es mucho trabajo, la foto del lado derecho tiene casi cinco meses que fue antes de venir a vivir a Queretaro, la foto de la izquierda fue tomada esta semana, sigo y seguiré cambiando, sigo y seguiré trabajando. Por qué la vida es un interminable proceso en todos los aspectos y yo aún no llego a mi meta. .	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #warriorlady. #ladywarrior. #wellness. #wellness2020. #wellnessfitness. #motivacion. #bodibilding. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel	122	2
Antes/después fotos en el gym.	18/04/2020	Solo es una pausa, no es el fin. . . Me a costado mucho trabajo aceptar esta crisis, sobre todo por el trabajo y la dedicación que le he puesto a mis sueños, pero a pesar de todo he logrado comprender que no es el fin, al contrario, era necesario parar para después continuar con la meta. . . Todos extrañamos nuestra vida normal, pero la salud es primero 💚💚 #warriorlady #ladywarrior #gym #gymmotivation #motivacion #gymtime		122	3

		#gymlife #gymgirl #bodybuilding #wellness #wellnessfitness			
Boomerang con ropa casual	25/11/2019	Piensa un momento de tu vida en el que fuiste realmente feliz. Uno en el que no parabas de reír, que llegaste a llorar de la risa, que te llegó a entrar dolor de barriga. En uno que te sintieras como en casa solo con las personas que tienes a tu alrededor. En el que te sintieras realmente afortunado. Un momento en el que cumplieras un sueño y sintieras que tocabas las nubes por un instante. En el que los detalles brillaron por si solos y donde te diste cuenta que eras capaz de lo que te propusieses. Un momento en el que te durmieras sabiendo que eres feliz de verdad. En el que sintieras que amas y eres amado. En el que creíste en el amor de verdad. Un momento en el que hiciste lo que de verdad querías y con quien querías. Donde te pusiste lo que te apetecía y te olvidaste del resto. Un momento en el que dejaste los miedos y saliste a comerte el mundo. Piensa en un momento, al fin y al cabo, que te hiciera sentir vivo.  Y quédate con eso para todo el día		377	
Competencia deportiva	15/09/2020	Sabran de que estoy hecho, que lo que tengo en el pecho me trajo a donde estoy 🏠 (foto del 2018) Fotógrafa: @lluvia_dp la mejor petirroja de la vida ❤️	#volveremosaluchar . #amoeldeporte. #memories.	160	1
Con amigos	18/11/2019	Se encuentra gente bonita en el camino, consérvala #indereq	#gym. #gymmotivation. #motivacion. #bodibilding	39	
Con amigos	29/11/2019	Queeee equipooooo!!! Con la mente en el juego 🎮🎮		346	
Con amigos	05/12/2019	💜		106	
Con amigos	22/12/2019	Eres muy insoportable, y aún así te amo como a nadie en este mundo alimaña ponzoñosa ❤️	#brother. #brothers. #odioso. #familia. #ohana. #ohana.	105	5
Con amigos	08/01/2020	Hay personas bellas en este mundo 😊		53	1
Con amigos	25/01/2020	Hola. . . Te amo hoy y siempre 🧑❤️		58	1
Con amigos	02/02/2020	No eran extraños. . . Solo AMIGOS por conocer ❤️ I N D E R E Q 🏆🏆		52	
Con amigos	25/04/2020	Mi more'h ❤️ Travesura realizada ⚡		64	3
Con amigos	17/05/2020	#lagentenoentiede	#lagentenoentiede	113	9
Con amigos	31/07/2020	Amiga mía que orgullosa me siento ❤️😘 Te dije que lograrías todo lo que te propusieras y sobre todo por qué te he visto trabajar mucho en ello, eres grande amiga muy muy grande a veces me pregunto cómo cabe tu enorme corazón en el pecho ❤️🧡. . .  Agradezco mucho a diosito que te cruzara		116	2

		<p>en mi camino y me permitiera vivir tantísimas aventuras a tu lado, y que sean muchas muchas más</p> <p>❤️❤️❤️❤️❤️😄😄😄 te amo guerrera</p> <p>muchas felicidades 🍷🍷🍷🍷</p>		
Con amigos	31/07/2020	<p>Existen personas que, simplemente, te hacen un poco más feliz. Son las mismas que buscan un hueco por pequeño que sea para estar contigo. Las que tienen detalles y te alegran el día. Aquellas que saben ser, y no solo estar. Y marcan la diferencia. Las que consiguen que no importe el lugar, porque la compañía siempre fue más importante. Personas que te hacen sentir totalmente una afortunada y a las que necesitas conservar para toda la vida. Esas que te abrazan y parece que todo lo malo se va por un momento. Y te ayudan a saber que desde otra parte, o a cientos de kilómetros, también se puede estar allí. Personas que jamás se van. Pase lo que pase.</p> <p>Y parece suerte, pero yo lo llamaría magia. Gracias dios por tu vida, gracias también por un año más de vida y el rayito de sol que nos viene a iluminar próximamente, gracias por tanto y sobre todo Feliz Cumple Años 🍷🍷🍷🍷!!</p>	85	3
Con pareja	10/12/2019	EQUIPO ❤️ & AMOR DEL AMANO	52	
Con pareja	27/12/2019	No puedes escoger en qué familia nacer, Pero si puedes escoger la familia con la que compartes tu vida ❤️ me los quedo ❤️	33	
Con pareja	11/03/2020	<p>Deja que tu corazón se rompa a diario Con conversaciones o escuchando canciones. En los minutos antes del amanecer, mientras tomas tu café o cuando miras profundo a los ojos de alguien que amas.</p> <p>Es cuando nos quebramos un poco que cobramos vida, este es el espacio en el que nos expandimos y nuestra vulnerabilidad y apertura lo que nos permite entrar en nuestra grandeza. . . (Crece vida mía, crece y aprende que estaré de tu mano el tiempo que lo permitas yo cuido de ti)</p> <p>A F O R T U N A D A es la palabra que me define por tenerte.</p>	51	2

Con pareja	12/09/2020	<p>No es un día como cualquier otro 🌟</p> <p>Es un día en el que celebro tu paso por este mundo terrenal ❤️</p> <p>Es cuando agradezco que la vida me permita toparme con una personas como tú, (aunque seas como un bebé qué hay que cuidar), y que a pesar de todo agradezco tus defectos y virtudes por qué se que pese a eso me amas de verdad. . .</p> <p>Yo deseo para ti en este y todos los días de tu vida serenidad para aceptar las cosas que no puedes cambiar, coraje, para cambiar las cosas que puedes cambiar, sabiduría para saber la diferencia entre una y otra, deseo salud, amor, realización de metas personales, deseo verte brillar con la intensidad que yo te veo, y si bien me toca ser tu compañera en el camino que dicha por qué creo que sabes de sobra que siempre seré ese hombro en el que te puedas apoyar, la persona que por más duro que esté todo caminara contigo sin dudar.</p> <p>Te amo mucho meme ❤️ se que no estamos en donde nos gustaría estar, pero te lo he dicho mucho para mi lo más importante es que estamos luchando juntos, así que disfrutemos y celebremos este día tan especial en donde la vida me regalo un ser como tú 😊</p> <p>FELIZ CUMPLEAÑOS MEME 🎉🥳🍷🍷🍷</p>		131	1
Foto con producto: proteína	04/11/2019	Cosas que ma hacen muy muy feliz		115	11
Foto con producto: proteína	24/01/2020	Jamás me voy a bajar de este barco, y si se hunde lo convierto en submarino por qué yo puedo con todo 🏋️ con el apoyo indicado más . . . @manuelcuervo @melyalany - - - > preparador físico . .	#bikiniwellness. #bikiniwellness2020. #competition. #atleta. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #bodybuilding. #beautiful. #warriorlady	137	3
Foto con ropa casual cuerpo completo	11/12/2019	Lo mejor de mis momentos mágicos son a las personas que conozco en el camino, es el caso de esta foto, en una sesión con @rosydelgado_boutique con excelentes seres humanos, tienen la mejor atención y se preocupan por encontrarte los vestuarios de tus sueños, gracias por tan bella oportunidad, y que este 2020 les de mas 🍷		282	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	13/12/2019	A lo largo de mi vida he descubierto que puedo ser capaz de todo lo que me proponga. Un día decidí dejar los miedos a un lado y lanzarme a lo que venga. Empecé a no pensar tanto en lo que dijeran los demás, a afrontar mis inseguridades y a entender que podría ser capaz de muchas cosas. Decidí soñar bien grande y no dejar nunca de perseguir cada sueño hasta que se acabara cumpliendo. Y desde entonces soy un poco más feliz. Al día de hoy no me olvido nunca de ser yo		128	7

		misma, de demostrar lo que valgo y de alcanzar cada meta que me propongo. Y entonces he descubierto que la vida es más maravillosa y que merece la pena el esfuerzo si ahí fuera la recompensa es sentirse orgullosa de una misma. ❤️			
Foto con ropa casual cuerpo completo	18/12/2019	Supercalifragilisticoespialidoso . . . Creo que sí, que estás completamente loca, pero te cuento un secreto, entre nosotros 🗨️ Las mejores personas lo están 💙💛💚		170	5
Foto con ropa casual cuerpo completo	20/12/2019	🌸		231	9
Foto con ropa casual cuerpo completo	22/12/2019	Me he dado cuenta que a veces no somos conscientes de que la vida pasa rápido y que el hoy ya no lo volveremos a vivir nunca más. Por eso hoy quiero decirte a ti que estás leyendo estas letras, que vivas. Que disfrutes de quien quieres y de quien tienes a tu lado. Que hagas todo lo que quieres hacer y que no dejes nada para luego, porque quién sabe. Que seas feliz y que sonrías mucho. Que seas tú y que no malgastes el tiempo. En definitiva, que hagas de esta vida, algo inolvidable.		257	3
Foto con ropa casual cuerpo completo	12/01/2020	La vida debería ser amarilla 🌻 Amar y ya 💛	#tbt. #amarillo	137	3
Foto con ropa casual cuerpo completo	23/01/2020	#tbt 💙	#tbt.	359	8
Foto con ropa casual cuerpo completo	27/02/2020	La oportunidad que tengo hoy en día de poner un granito de arena en el deporte de mi país (ahora del otro lado de la moneda) no la cambio por nada, me hace muy feliz ver la cara de un niño al entregarle un balón, una medalla, su reconocimiento etc.. . Me recuerda la ilusión que me hacía y me hace aún lograr una meta. Gracias por tanto #indereq estoy muy agradecida 🙏 .	#indereq. #indereqteam. #indereqsportteam. #queretaro. #peñadebernal. #paisajesnaturales. #brigadabalón.	735	3
Foto con ropa casual cuerpo completo	05/03/2020	M A R Z O 🌸 Nunca te canses de lo que eres . . . De lo qué haces . . . De lo que transmites . . . . . . ( haz magia con tu sonrisa a donde quiera que vayas) 🌸		185	6

Foto con ropa casual cuerpo completo	08/03/2020	<p>Las mujeres difíciles son como el agua limpia de una cascada, son fuertes, brillantes, sinceras.</p> <p>Las mujeres difíciles no se conforman, pueden ser tan crueles como el diablo y adorables como el más bello de los ángeles. Huyen a menudo, se enfadan y a veces gritan sin control pero siempre te miran a los ojos... siempre.</p> <p>Son difíciles porque son inteligentes, muy inteligentes, incontrolables .</p> <p>Tienen los ojos casi siempre tristes, casi siempre felices, casi siempre las dos cosas. Saben amar, pero amar duro, amar fuerte, sin límites ! no puedes detenerlas cuando aman, como no puedes detener una tormenta cuando llega.</p> <p>Estar al lado de este tipo de mujer es vender tu alma al diablo, significa abrazar la locura, porque estar loco es lo que te hacen sentir.</p> <p>Luego miras atrás y piensas que tal vez sin ella habrías estado mejor, más tranquilo, mas sereno, quizás si , quizás no ... Pero con ella sentirás la vida y después de eso sin ella querrás morir !</p> <p>Hay quien abandona a este tipo de mujeres, quién se va.... pero puedo asegurarles que nadie las olvida... porque son terriblemente hermosas, complicadas e irremplazables. Yo diría que son edición limitada , así se les nombra a ellas.....</p>	#orgullosamentemujer. #mujerdificil. #tbt. #felizdiadelamujer. #soymujer.	107	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	08/03/2020	<p>Creo que la vida muchas veces nos pone obstáculos en el camino solo para enseñarnos a ser más fuertes. Para saber de qué estamos hechos y qué somos capaces de hacer y conseguir.</p> <p>Por eso no te hundas, no te vengas abajo. Sé que a veces es difícil, incluso más de lo esperado. Sé que a veces parece que todo está yendo mal, que todo se está juntando, y no sabes muy bien por dónde seguir. Sé que a veces miras arriba y simplemente te gustaría tener una señal o un empujón que te ayude a no rendirte.</p> <p>Pero desde aquí te digo que no lo hagas: no te rindas.</p> <p>Lucha, sé fuerte. Si todos los sueños se quedaran en el aire cuando la cosa se pone complicada, no llegaríamos a cumplir ninguno. Si el camino fuera fácil cualquiera podría hacerlo. Al final, solo quedan aquellos que son capaces de aguantar la tormenta y alcanzar aquello que tanto quieren. Así que si es lo que deseas, vamos, sigue, no te pares. Pase lo que pase, haya los baches que haya, y llueva lo que llueva.</p> <p>Continúa. Cuando llegues a la meta, cuando veas todo lo que has conseguido, todo lo que lograste a pesar de los impedimentos, de las cosas difíciles, te sentirás orgulloso y sacarás una sonrisa. Y creo que simplemente por eso, merece la pena seguir.</p>		43	




Foto con ropa casual cuerpo completo	23/03/2020	<p>No sé muy bien qué decir, pero en este instante quiero decirte que ánimo. Ánimo a ti, estés en la situación que estés. Ánimo y fuerza, pero en grandes cantidades. No te agobies, no pienses demasiado. Resiste.</p> <p>Te mando desde aquí un beso, de esos que ahora no se pueden dar pero que desde el aire se pueden mandar. Te mando también un abrazo, aunque no te pueda tocar, espero que al menos lo puedas notar. Te mando una sonrisa, bien grande, de oreja a oreja, y espero que te llegue y me devuelvas una de las tuyas. Te mando un "Todo saldrá bien", aunque no tenga ni idea de cuándo ni cómo. Te mando un mensaje, simplemente para que hoy te sientas un poquito mejor y recuerdes que no estás solo ante todo esto.</p> <p>#tbt ❤️ Espero que te llegue. ❤️</p>		324	19
Foto con ropa casual cuerpo completo	31/03/2020	❤️		342	12
Foto con ropa casual cuerpo completo	24/09/2020	<p>"Quizá mi vida no haya sido tan caótica, pero el mundo lo es, y la trampa es encariñarse de una parte de él. La ruina es un regalo, es el camino a la transformación".</p> <p>.</p> <p>Definitivamente hoy estoy en ruinas, pero voy por la transformación 🤔 por qué pude, puedo y podré 🙌</p>		207	9
Foto con ropa casual cuerpo completo	29/02/2020	Las personas más hermosas que conoceremos son aquellas que han conocido la derrota, el sufrimiento, la batalla, la pérdida, y han encontrado su salida de esas profundidades. Estas personas tienen una apreciación, una sensibilidad, y una comprensión por la vida que los llena con compasión, dulzura, y una profunda preocupación amorosa. Las personas hermosas no sólo ocurren.		86	4
Foto con ropa casual cuerpo completo	02/03/2020	<p>"Es fácil reconocer a las mujeres fuertes: son las que se construyen unas a otras en lugar de destruirse entre ellas. Soy mujer. Y un entrañable calor me abriga cuando el mundo me golpea. Es el calor de las otras mujeres, de aquellas que hicieron de la vida este rincón sensible, luchador, de piel suave y tierno corazón guerrero."</p>	#mexwrestling #mexrestling #wrestling	91	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	11/03/2020	<p>Yo la vi, y fue como las jacarandas en marzo y en abril. . . Le sembraron miedo . . . Pero floreció y se volvió jardín ❤️🌸</p>		209	
Foto con ropa casual cuerpo completo	15/07/2020	Si la naturaleza no quisiera curvas la tierra sería plana 🌸		140	
Foto con ropa casual cuerpo completo	05/04/2020	Todos los descubrimientos tienen muchas ganas de encontrarte Hasta las estrellas usan telescopios pa' buscarte 🌟		53	
Foto con ropa casual cuerpo completo en la playa	23/03/2020	#tbt ❤️	#tbt	62	

Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	01/02/2020	Me Inspira tú garra !! Tus ganas de crecer. . . Amo que nunca te estés quieta, tú constante movimiento, tus ganas de explorar. Tú curiosidad y tú inteligencia. Has aprendido por qué has vivido, no por qué te han dicho lo que la vida es o no es, te has lanzado a descubrirlo por ti misma. Amo tu adicción a las historias, tú talento y tú ambición. Amo tu astucia, y todos esos miedos con los que has aprendido a coexistir, y que en vez de detenerte, te han mostrado el camino. . . Amo tu valentía HUMANADEALASGIGANTES !!		107	
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	17/08/2020	La imperfección es belleza, la locura es genialidad, y es mejor ser absolutamente ridículo que absolutamente aburrido ❤️	#gymmotivation. #gym. #gymlife. #gymtime. #bodibilding. #wellness. #wellnessfitness. #warriorlady.	186	3
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	16/08/2020	Las cosas van mal para apreciarlas cuando van bien.	#sanjoaquin. #queretaro. #queretarotravel. #lasfridas. #bicicleta. #bicicletademontaña. #tbt. #tbt.	88	
Foto con ropa deportiva parte superior del cuerpo	04/09/2020	Ella se ha cansado de tirar la toalla Se va quitando poco a poco telarañas No ha dormido esta noche pero no esta cansada No mira ningún espejo pero se siente to' guapa. 🙌		225	8
Foto de su cara	25/12/2019	6 días para acabar el año como se merece. 6 días para terminar de cumplir sueños. 6 días para abrazar, querer y reír. 6 días para hacer que el 2019 sí merezca la pena. 6 días para planear nuevas promesas. 6 días para terminar de cumplir las de este año. 6 días para seguir siendo lo que queremos ser. 6 días para acumular recuerdos, momentos y experiencias. 6 días para ser feliz. 6 días para tomar decisiones. 6 días para seguir regalando sonrisas. 6 días para seguir soñando. 6 días para, al fin y al cabo, seguir viviendo. 6 días para repasar el año, saber lo que queremos dejar atrás y lo que queremos conservar. 6 días antes de un nuevo comienzo. ¡Adiós diciembre!		48	
Foto de su pareja	13/03/2020	FELICIDADES!! 🎉 🍰🍷🍷 Al hombre que me enseña día a día que los sueños son posibles si se trabaja constantemente, con esfuerzo y todo tu corazón, felicidades coach gracias por dejarme ser parte de la familia. ❤️ páselo increíble, gracias por tanto 🙏		21	

Foto en el metro	03/09/2020	Si me miras los bolsillos, encontrarás que están llenos de recuerdos y de todo eso que no es material. ¿Sabes? Soy rica y en cambio no tengo ni un peso en los huecos de mis pantalones. . Soy rica porque tengo algo que ninguno de esos millonarios con todo el dinero del mundo podrían comprar. FORTALEZA, CARÁCTER, GANAS DE TRABAJAR Y SALIR ADELANTE, no rendirme siempre fue la mejor decisión que pude tomar, para al final acabar consiguiendo todo aquello que tanto costó.		57	4
Foto frente espejo con filtro con ropa deportiva parte superior del cuerpo	19/03/2020	❤️❤️ @melyalany @suplementos_cuellar .	#warriorlady. #ladywarrior. #wellness. #wellnessfitness. #wellness2020. #2020wellness.	172	2
Foto frente espejo con filtro con ropa deportiva parte superior del cuerpo	31/10/2019	No somos perfectos, tenemos millones de defectos. Quizá, incluso, no dejemos de tenerlos nunca. Y pueden decir lo que quieran, lo que les apetezca, pero escúchame bien: somos realmente increíbles. Con todo. 💎		70	
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	14/11/2019	Que no se te olvide ser tú, sin importar lo que digan o lo que puedan llegar a pensar. Que no se te olvide agarrar tus miedos con fuerza y plantarles cara siempre que se te pongan por delante. Que no se te olvide pintarte los labios de rojo cuando el día esté un poco gris o cuando no tengas muchas ganas de nada, porque en serio, funciona. Y mímate, cuídate y respétate, todos los días de tu vida. Que no se te olvide disfrutar de cada momento y vivirlo al máximo, porque puede que no vuelva, o sí, pero nada será igual. Y decir “Te quiero” cuando lo sientas, besar cuando te apetezca y abrazar cuando más lo necesites. Que no se te olvide gritar a los cuatro vientos que puedes con todo, que te has caído mil veces pero que las cicatrices acaban curándose. Y mirarte al espejo y decirte “Qué guapa, shingao”, y me dan igual tus defectos, no me importan ni un poco. Que no se te olvide soñar. Que no se te olvide celebrar cada una de las buenas noticias que te dan y afrontar cada una de las malas, y seguir adelante cuando te decepcionen o te hagan mucho daño. Que no se te olvide cuidar lo que tienes, valorarlo ahora y no cuando sea demasiado tarde. Que no se te olvide vivir, pero de verdad.  Y sobre todo, que no se te olvide quererte bien, y no sólo mucho.	#warriorlady	103	1
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	06/12/2019	No es la meta, pero ha sido un verdadero placer el camino recorrido ❤️ vamos por más warriorlady 🍷🍷		250	14
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	17/03/2020	No te descuides, eres lo mejor que te va a pasar en la vida. 🍷🍷		181	

Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	25/04/2020	🌸 La flor que florece en la adversidad es la más rara y hermosa de todas. ... La flor más bella es la que más adversidades y contratiempos ha sufrido, para llegar al lugar que le corresponde.		153	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	21/01/2020	Me excita pensar hasta donde llegaré ? 👊👊👊	#bikini. #bikiniwellness. #bikiniwellness2020. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymgirl. #bodibilding. #motivacion. #warriorlady.	314	10
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	29/10/2019	Coach: @melyalany #warriorlady #tbt	#warriorlady #tbt	162	5
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	20/11/2019	Tengo la firme decisión de lograrlo @melyalany	#indereq.	108	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	22/11/2019	Warrior lady trabajando 🐘 Preparador físico @melyalany . Estamos donde decidimos estar 🙌	#warriorlady. #gym. #gymmotivation. #bodibilding. #motivacion	168	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	09/12/2019	No es un proceso, es el proceso 🙌 Pasó a paso . Toda su paciencia a sido un gran impulso @melyalany y vamos por todo	#elmejorequipo. #gym. #warriorlady. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #motivation. #bodibilding	362	11
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	21/12/2019	Sabemos para donde vamos #warriorlady 🐘💛 @melyalany de la mano del mejor equipo 👊👊	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymgirl. #gymlife. #motivacion. #bodibilding. #wellness. #bikiniwellness.	448	15
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	15/03/2020	Es un verdadero placer poder trabajar un día más en el proceso de mis sueños ❤️ . . . . . @melyalany preparador físico @suplementos_cuellar atleta	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #warriorlady. #ladywarriors. #wellness. #wellness2020. #wellnessfitness. #motivacion. #bodibilding. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel.	336	11

Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	16/03/2020	No le hagas caso al lunes, al calendario, al día que es. Pasa de todo eso. Céntrate en ti. Me da igual qué día sea, ponle ganas igualmente. Actitud. Pero de la buena. Olvídate de lo negativo, de lo que dicen por ahí, de lo que sea. Quédate contigo. Cuidate, anímate, llénate de fuerza. Y ve a por todo. Por lo que sea. Por lo que tienes en mente y estás deseando conseguir. Y si el lunes se pone chulo, sácale la lengua. Y sigue. . . Siempre S I G U E !!! . De tu mano soy invencible: @manuelcuervo ❤️ . Preparador físico @melyalany Atleta: @suplementos_cuellar .	#wellness. #wellnessfitness. #wellness2020. #2020wellness. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #fitness. #fitnessmotivation. #bodibilding. #warriorlady.	187	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	12/04/2020	No por que el cielo este nublado las estrellas murieron 🌟		139	2
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	01/09/2020	Las estrellas no se estrellan por azar ✨	#warriorlady. #gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymtime. #gymgirl. #bodibilding. #cuestaarriba. #wellness. #wellnessfitness. #tbt #tbt	108	2
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	05/09/2020	Abril/2020 🌸🇪🇺🚫 No hay retrocesos hazte cargo del proceso 🤝	#gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymtime. #gymgirl. #motivacion. #bodibilding. #wellness. #wellnessfitness. #bodibildingmotivation. #warriorlady.	193	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	21/09/2020	Siempre debemos de estar preparados para interminables oleadas de transformación. ❤️		216	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	26/10/2019	Por hoy ✅ @43supplements.nacional @43supplements		76	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	08/11/2019	Al árbol que da fruto es al que le tiran más ❤️ @melyalany	#gym. #gymmotivation. #motivacion. #bodibilding. #gymgirl. #gymtime. #gymlife. #warriorlady	79	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo	12/11/2019	Es solo una pequeña probada de mis sueños ... @melyalany		146	2

completo en el gimnasio					
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	23/12/2019			66	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	28/12/2019	<p>Ánimo. No sé si ya te lo han dicho y quizá sientas ahora mismo que es imposible. Pero puedes. Lo vas a conseguir. Levántate, aunque creas que no puedes. Hazlo. Y mira hacia adelante.</p> <p>No pienses demasiado, no temas, no te frenes. Sigue, tú puedes. Sé que es difícil, sé que sientes que no puedes avanzar ahora mismo y que la cuesta es demasiado empinada. Pero no, hay que ser más fuerte. Y lo eres, y lo serás. Estoy segura. 🙌</p>		139	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	17/01/2020	La única forma que conozco de conseguir lo que quiero es trabajando 🙌 @melyalany	#wellness. #wellnessfitness. #bikiniwellness2020. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #bodibuilding.	153	6
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	24/01/2020	<p>Atleta por naturaleza, ganadora por formación . . . .</p> <p>Nací en la circunstancias correctas, ni más ni menos, mi madre siempre vio por mí, más nunca deo que me sintiera cómoda con lo que tenía, siempre me dijo si lo quieres ve por ello, trabaja, te costará pero valdrá la pena, tienes todo para conseguir lo que quieras. . . BRILLAAA ✨</p> <p>Y hoy por hoy me encargo de eso, soy disciplinada, constante, no acepto negatividades en mi vida, por qué quiero y puedo, la dedicación me ha llevado paso a paso a donde estoy, aunque no es la meta si es el camino . . . Y voy por más 🙌.</p>	#warriorlady. #bikiniwellness. #bikiniwellness2020. #bikiniwellnessatlete. #atleta. #bodybuilding. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl.	464	10
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	28/01/2020	👑 crearon un desierto. . . Lo llamaron paz		275	7
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	12/02/2020	<p>Quiero contarte que día a día estoy muy orgullosa de ti ❤️, de la persona que eres y sobre todo que trabajes en la persona que quieres ser, tenemos altas, bajas pero debo reconocerte que estás, que siempre estás y la disposición que siempre me muestras, lo que siento te lo hago saber día a día y espero me permitas hacerlo por mucho tiempo más, GRACIAS!! De verdad gracias por involucrarme en este deporte, por no dejarme vencer, gracias por ser mi equipo en mis días buenos y no darte por vencido en los días no tan buenos, gracias por que sin ti este camino sería pesado, pero contigo me siento capas de todo, gracias por permitirme ser tu compañera y por querer que así sea por mucho mucho más tiempo . . . Gracias se quedan cortas pero es lo que</p>		66	3

		puedo decir, y demostrar puedo más ❤️❤️❤️			
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	03/03/2020	Como si fueras encendida por dentro, debajo de tu piel se encuentra la luna 🌙 . . . . @melyalany preparador físico 🤝❤️ @suplementos_cuellar 🍷👉 atleta .	#strong. #strongwomen. #stronggirls. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnesslife. #warriorlady. #ladywarrior. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #bodibilding	208	11
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	18/03/2020	Era ese aroma en su piel a azufre revuelto con miel 🎵 . . . @manuelcuervo mi timón en alta mar ❤️ @suplementos_cuellar @melyalany .	#gym. #warriorlady. #ladywarrior. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #wellness. #gymgirls. #wellness2020. #2020wellness. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel. #bodibilding	146	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	10/04/2020	Ya que abran los gimnasios 🙏👉📺		100	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	21/09/2020	Lejos fué, tiempo atrás poco a poco se pierde, lo que ame de verdad más conservo en mi mente 💙🎵		143	2
Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	05/11/2019	Go go go!!! Que la vida no espera Coach: @melyalany	#gym. #gymmotivation. #gymgirl. #gymlife. #gimnasio. #consumelocalmx. #consumelocal. #suplementos	125	1
Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	17/11/2019	Somos lo que decidimos ser @melyalany		229	6
Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	17/12/2019	Santa para está navidad quiero un cuerpo wellness, prometo seguir trabajando por el 🌸		107	2

Foto frente espejo con ropa deportiva parte superior del cuerpo en el baño	19/12/2019	Estoy tan agradecida con mi equipo @melyalany , no he llegado a la meta, pero constantemente veo cambios, y no solo los cambios hacen seguir, disfruto sinceramente mi proceso y lo que hago para llegar a ella, me define, ellos confían en mí, yo confío tanto en ellos como en mí y voy por todo, si no, a qué voy		175	4
Foto modelaje	27/04/2020	¿Quién diría que las manchas viven y ayudan a vivir? Tinta, sangre, olor... ¿Qué haría yo sin lo absurdo y lo fugaz? . . . #FridaKahlo Este maquillaje lo hizo mi buena amiga @barberokaren hace algunos años, pero me encanto y guarde la foto, hoy se las comparto ❤️	#FridaKahlo	75	
Foto mostrando su músculo: abdomen	19/09/2020	“No te des el lujo de venirse abajo, porque se convertirá en una costumbre. En lugar de eso, debes procurar ser fuerte”.	#antesdelatragedia #gymmotivation. #gym. #gymlife. #gymtime. #wellness. #bodybuilding. #warriorlady	148	7
Foto mostrando su músculo: abdomen	26/02/2020	No es más quién más alto llega, sino aquel que influenciado por la belleza que le envuelve, más intensamente siente. . . . . Preparador @melyalany Atleta @suplementos_cuellar	#wellness. #wellness2020. #2020wellness. #warriorlady. #suplementoscuel lar. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #bodybuilding	392	26
Foto mostrando su músculo: abdomen.	30/03/2020	No me sirves gris, me gustas blanco o negro. De mi estatura aprendí que es lo único pequeño con lo cual debo conformarme. No nací “común y corriente” y no sirvo para ser sencilla. Pediré tanto como pueda dar, pero no exigiré nada. Y trabajaré por un todo 🍷👊.	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #wellness. #wellnessfitness. #wellness2020. #2020wellness. #warriorlady. #ladywarrior. #bodibilding. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl.	132	4
Foto mostrando su músculo: bíceps	21/08/2020	Como dice el coach . . . Hoy con amor y odio 🍷	#warrior. #warriorlady. #gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymgirl. #gymtime. #bodibilding. #wellness	153	
Foto mostrando su músculo: espalda.	25/06/2020	El cambio es inevitable El crecimiento es opcional 🍷		299	5
Foto posando con ropa deportiva en el gimnasio	28/02/2020	Sin prisa pero sin pausa de la mano de los mejores @melyalany 🍷 mi coach, mi familia 🍷❤️ . . . . Atleta de @suplementos_cuellar	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #wellness. #wellnessfitness.#2 020wellness. #wellness2020. #bodibilding. #xalapeña.	100	



			#xalapeñisima. #100%xalapeña. #mexicana. #warriorlady. #ladywarrior.		
Foto posando con ropa deportiva en el gimnasio	04/03/2020	Se les permite ser ambos: una obra maestra y un trabajo en progreso simultáneamente. . . . @melyalany preparador físico @suplementos_cuellar atleta .	#warriorlady. #ladywarrior. #fitness. #fit. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel. #gym.#gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #bodibilding. #motivacion	139	
Foto posando con ropa deportiva en el gimnasio	12/03/2020	No todas las mujeres están hechas de azúcar y dulce. Algunas están hechas de aventura, gym , cerebro y nada de miedo. . . . . @melyalany preparador fisico @suplementos_cuellar atleta @xpower.mexico top .	#gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymtime. #gymgirl. #motivacion. #bodibilding. #wellness. #wellnessfitness. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel. #warriorlady. #ladywarriors	211	7
Foto posando con ropa deportiva en el gimnasio	12/03/2020	Vales mucho, y no te imaginas cuánto. Por eso no permitas que te digan lo contrario. Porque los de ahí fuera no están dentro de ti, porque ellos no tienen ni idea de por dónde estás pasando, ni de lo que eres capaz. No saben de tus sueños o de cómo luchas para conseguirlos. De todo el sudor y lágrimas que dejas en cada uno de ellos. Por eso no olvides lo que eres, lo que quieres, lo que mereces. No te olvides de lo que vales y lo que tienes dentro. No te quedes con las ganas ni con las dudas. No temas. Estoy segura de que tienes mucho más por demostrar, que estás llena de, no sé, millones de cosas buenas. Cosas que aún te queda por enseñar. Créeme, créetelo, por favor. Vales más de lo que te puedes imaginar, más de lo que muchos se creen. Demuestra que tengo razón. Y no te falles. 👉👈 Manuel Cuervo Photo 📷📷 (@manuelcuervo)		144	1
Frase motivacional	01/01/2020	Y cómo cada año voy por más, la vida no se acaba, voy por más por que quiero, por que puedo, por que tengo la ilusión, el coraje y la fortaleza, este año que se queda me hizo aprender a mares muchas cosas, algunas de golpe por que al parecer es mi manera favorita de aprender y otras con la oportunidad de analizarlas, pero todo fue y es muy bienvenido, gracias vida por darme tanto y sobre todo nuevas amistades, nuevos retos y sueños por cumplir . . . Bienvenido 2 0 2 0 !!!		18	1

Frase motivacional	11/09/2020	🌟		20	
Ilustración de sí misma con ropa deportiva	22/06/2020	De calle pero Elegante 🌟	#warriorlady. #gym. #gymmotivation. #gymlife.	78	2
Montando a caballo	27/03/2020	📷 P L E A S E ❤️		71	
Selfie con producto	07/06/2020	#HAIRSHA #hairshabeauty #cabellosano #cabelloperfecto ❤️	#HAIRSHA. #hairshabeauty. #cabellosano. #cabelloperfecto.	64	5
Selfie con producto	11/07/2020	☕ 🏠 ❤️	#coffe. #coffeetime. #coffeelover. #juanvaldez. #cafecolombiano. #tradicion. #pig. #taza. #tazastejidas. #tazascrochet.	45	
Selfie con ropa casual	11/11/2019	Muchas veces me preguntan que qué se puede hacer para quererse o valorarse más, yo siempre digo que el secreto es la actitud.  Creo que todo está en nuestra cabecita y que lo primero que debemos hacer es meter bien ahí dentro que merecemos la pena. Debemos olvidarnos del resto, de todos aquellos que no nos hacen mejor, que nos meten el miedo en el cuerpo o que no confían en lo que somos capaces de hacer. Y así cada día podremos conseguirlo.  Cuando te sientas insegura, con miedo o te olvides de quererte, mírate, mímate, cuídate y recuerda que mereces la pena. Porque realmente es así, porque eres increíble con todo, porque puedes con lo que quieras, y porque nadie tiene ni idea de ti, solo tú. Así que no te falles ni te olvides de ti ningún día de tu vida.		118	1
Selfie con ropa casual	11/03/2020	Ella tiene el pelo largo y la cara de revista Ella es farandulera, ella lo baila pegao con su pelo alborotao.		118	6
Selfie con ropa casual	27/03/2020	○ ●		118	1
Selfie con ropa casual	09/04/2020	🌻 📷		78	1
Selfie con ropa casual	12/04/2020	Dicen que después de la tormenta siempre llega la calma. Y lo cierto es que tienen razón. Hay veces en nuestra vida en las que pasamos por momentos realmente difíciles, momentos que pensamos que no vamos a poder a seguir adelante. Donde llegamos a tocar el suelo. Pero de repente la vida vuelve a ponerse por delante para levantarte, para enseñarte un poco de luz y sacarte una sonrisa.  Y entonces descubres que la vida es eso: idas y venidas. Buenos y malos momentos. Y no podemos perder nunca la esperanza porque siempre, siempre, vuelve a salir el sol.		442	
Selfie con ropa casual	19/04/2020	I'm a Barbie girl in a Barbie world 🌸		423	
Selfie con ropa casual	26/04/2020	Tienes unos ojos que me invitan a probarte piel de duraznillo corazon de chocolate alma de manzana que me invita al paraíso 🌟		89	

Selfie con ropa casual	08/05/2020	A N T E S D E L D E S A S T R E 🧡		224	4
Selfie con ropa casual	15/06/2020	Está de "MODA" Hoy recordé cuando tenía trece años y le pedía a mi mamá que me peinara así, me hizo sentir una vez más como una niña consentida por mamá, que bello es recordar 🧡 lindo día para todos 🧡		143	3
Selfie con ropa casual	16/06/2020	No hay belleza perfecta que no tenga alguna rareza en sus proporciones 🧡 .	#wrestling. #wrestlinglife. #wrestlingmexico.. #wrestlingmex. #happy.	81	1
Selfie con ropa casual y filtro	22/07/2020	🧡 🧡 🧡		202	2
Selfie con ropa casual y filtro	05/08/2020	La grandeza no está en ser fuerte, sino en el buen uso de la fuerza. El más grande es aquel cuya fuerza conquista más corazones con la atracción del suyo 🧡		125	
Selfie con ropa casual y filtro	10/08/2020	La victoria o la derrota suceden primero en tu cabeza 🧡		60	
Selfie con ropa casual y filtro	12/08/2020	Ojalá que la vida te ilumine de mil maneras bellas. . . Ojalá que te permitas sonreír cada día, y que la sonrisa nazca de tu alma. . . Ojalá aprendas cada día algo nuevo. . . Ojalá tengas el valor de autoevaluarte y la fuerza de cambiar aquello que no suma al mundo . . . Ojalá no te canses de luchar en esta vida que cada vez se pone mas perra. . . Ojalá te ames de sobra 🧡  Mis mejores deseos para todos mis amigos y conocidos, también para aquellos que se auto proclaman mis enemigos, ya que en mi cabeza no existen, y les envío mis mejores vibras y toda mi luz 🧡		22	
Selfie con ropa casual y filtro	13/08/2020	No me importa vivir en un mundo de hombres, siempre que pueda ser una mujer en él. •Marilyn Monroe 🧡		95	1
Selfie con ropa casual y filtro	17/08/2020	Honestamente nunca me ha gustado el rubio P A R A M I !!!! (Digo aclaro), siempre sentí que no me quedaba, pero esta vez me gusto 😊, aunque no me lo deje Jajajaja por que no era el plan 🧡		155	3
Selfie con ropa casual y filtro	21/08/2020	🧡 🧡 🧡		132	3
Selfie con ropa casual y filtro	26/09/2020	🧡	#iracallencemejor	73	2
Selfie con ropa casual y perro	09/05/2020	Pedacito de mi 🧡 🧡 🧡		73	3
Selfie con ropa deportiva	20/02/2020	Una vez alguien dijo que la clave del éxito es la calma, que vendría sin aviso, sin bandera y sin alarma . . . Que no me desespere 🧡 paso a paso 🧡		160	5
Selfie con ropa deportiva	10/03/2020	Se humilde! Que estás hecho de tierra Se noble! Que estás hecho de estrellas 🧡 .	#gym. #warriorlady. #ladywarrior. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymgirl. #wellness. #wellnessfitness. #wellness2020. #2020wellness. #bodibilding.	94	

			#fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl. #fitnessmodel. #motivacion		
Selfie con ropa deportiva	21/04/2020	CONTEOREGRESIVO 🙌👏👏		165	1
Selfie con ropa deportiva	13/06/2020	Hay que sacrificarse y tener la entereza de asumir los costos de tus deseos 🦄 @suplementos_cuellar @melyalany .	#warriorlady. #warriorladyteam. #gym. #gymmotivation. #gymlife. #voluntad. #bodybuilding. #motivacion. #motivacionfitness. #fitness. #fitnessmotivation	143	6
Selfie con ropa deportiva	16/08/2020	Nunca me lo pusieron fácil, más bien difícil. Con obstáculos, baches complicados de saltar, incertidumbre, miedos... Y todas esas cosas que te crean un nudo terrible en el estómago.  Pero no rendirse siempre fue la mejor decisión para al final acabar consiguiendo todo aquello que tanto costó.	#tb. #gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymtime. #gymgirl. #bodibilding.	199	
Selfie con ropa deportiva	24/08/2020	Sólo porque hayas fracasado una vez no significa que vayas a fracasar en todo.	#gymmotivation. #gym. #gymlife. #gymtime. #bodibilding. #wellness. #motivacion. #warriorlady.	130	4
Selfie con ropa deportiva	02/09/2020	Hoy vamos a mirar para adelante que para atrás ya dolió bastante 🙌👏👏❤️❤️		109	2
Selfie con ropa deportiva	22/09/2020	Es una diosa que camina Sería pecado no adorarla Lleva en su lengua medicina Que suministra al besarla Usa un perfume que hipnotiza Y un polvo mágico que hechiza 🧙		115	1
Selfie con ropa deportiva	25/09/2020	Trabajo y más T R A B A J O !!! Así lo manda el coach @melyalany Por qué soy #warriorlady hasta el tuétano.	#gym. #gymmotivation. #gymlife. #gymtime. #gymgirl. #wellness. #wellnessfitness. #bodyilding. #motivacion. #fitness. #fitnessgirl. #fitnessmotivation	99	4

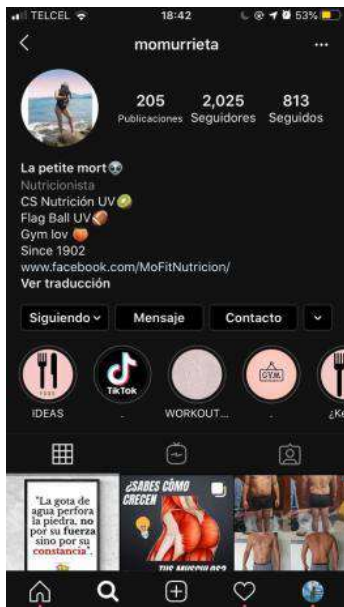
Vídeo bailando con su pareja	29/07/2020	<p>730 días a tu lado ❤️</p> <p>730 que sin duda alguna han tenido altas y bajas, han sido un constante aprendizaje y me han hecho mejor persona en varios aspectos de mi vida, sigo aprendiendo puesto que soy de las personas que tienen un montón de defectos, pero también tengo muchas ganas de mejorar, reconocerlos y arreglarlos, a pesar de nuestras altas y bajas yo me quedo contigo.</p> <p>A variadas personas les he escuchado hablar sobre el amor, y hoy en día me pregunto si realmente entienden el concepto de tan magnánima palabra, amigos yo les prometo que no he dejado de aprender ni un solo día de que se trata eso de amar a alguien, conlleva tantas cosas que día a día se me escapan y puedo olvidar una, pero después veo tu cara al despertar y me das un tierno beso al dormir y se que el día se a completado, que bien a valido la pena todo lo ocurrido en esas dieciséis horas. . .</p> <p>Mi vida . . . Gracias y que se agreguen muchos días más a nuestra historia llenos de ti y de mi, y gracias por los que dejamos detrás 🙏 gracias por tanto y feliz. A N I V E R S A R I O !!</p>		879	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa	03/04/2020	Se necesita caos en el alma para dar a luz una estrella danzante ✨		99	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa	02/04/2020	<p>Cuando comenzó la contingencia comencé a desesperarme, cada gimnasio que encontraba lo cerraban, créanme fue frustrante, decidí abandonar, me escondi varios días en mi, y después de todo 86 kilos de puro amor decidieron recordarme lo poderosa que soy, que lo que me propongo lo logro y esta vez no será lo excepción. . .</p> <p>Tengo el mejor apoyo del mundo @manuelcuervo @melyalany preparador físico @suplementos_cuellar atleta Y voy por todo 🙌</p>	#gym. #gymhouse. #gymmotivation. #gymgirl. #motivacion. #bodybuilding. #warriorlady. #ladywarrior. #fitness. #fitnessmotivation. #fitnessgirl.	1207	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	23/11/2019	<p>La suma de nuestras decisiones diarias es lo que forma la persona que somos y seremos, la disciplina y constancia forma parte importante de nuestros sueños y metas, así que tú que me estás leyendo y no sabes cómo empezar, mi mejor consejo es, solo empieza lo demás se va dando 🙌👊 y si quieres un consejo estoy por aquí 🙌 @melyalany</p>		1045	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	10/02/2020	<p>Solo quiero que sepan que no lo he logrado de la nada, detrás de mi trabajo y mi físico traigo mucho, personas maravillosas que me han sabido llevar de la mano y no soltarme, que han creído en mi como es mi coach @melyalany que no me ha dejado decaer jamás, mi compañero de vida @manuelcuervo el cual es un gran ejemplo y me enseño sin desesperarse lo maravilloso que es este deporte, mi patrocinador @mmtiendasuplementos que</p>	#gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymgirl. #gymlife. #motivacion. #bodibuilding. #wellness. #bikiniwellness. #poderosa. #motivaciongym. #warriorlady.	1149	10

		desde un inicio creyó que podíamos llegar lejos y no ha dejado de apoyarnos pese a todo, la marca de los campeones @43supplements y lo mejor de todo, orgullosa de decir que es una marca 100% mexicana... lo que ven el día de hoy, mi trabajo es un todo de lo que significa trabajar con el mejor equipo que pude encontrar, gracias totales, aún no es la meta pero me sentí poderosa para llegar a mi mejor versión 🙌	#wellness2020. #wellnessfitness		
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	26/02/2020	En mi vida me he encontrado con excelentes personas, una de ellas, hoy es mi preparador físico @melyalany, que nunca me dice vas bien o mal, su frase favorita es ... HAY QUE TRABAJAR !!! ... Trabajo y más trabajo, y la última y que me resuena en la cabeza es, tú tienes que hacer maravillas en tu cuerpo, quizás a todos ustedes esto les suene muy duro, pero a mi me reta a demostrarme primero que nada que yo puedo, segundo que fallarme y fallarle a quien creé en mi no es una opción, estoy de la mano de las mejores personas por que no puedo dejar de mencionar a quien me acompaña todos los días en este interminable viaje que es mi primer preparador físico, hoy en día mi principal apoyo, novio, equipo, mi todo @manuelcuervo, que también me ha enseñado a base de hechos personales que esto no es fácil y constantemente me dice ten paciencia y trabaja, de verdad que estos dos sujetos no dicen mucho, pero lo dicen todo con su apoyo, y sin dejar de lado a la persona que me formó como atleta, que se hizo cargo de que mi carácter fuera fuerte, decidido, constante, inquebrantable, y mucho más, es mi entrenador y familia de toda la vida Raúl Alexis Pérez Miranda, mi entrenador de lucha grecorromana que me hizo ser la persona que hoy en día muchos de ustedes conocen , solo pido que me alcance la vida para regresar un poco de todo lo que ellos hacen por mi, mil GRACIAS HOY Y SIEMPRE. . . . . . . . . . . Atleta @suplementos_cuellar Equipo @melyalany	#cuellarsuplementos. #melyalany. #warriorlady. #bodybuilding. #gym. #gymmotivation. #gymtime. #gymlife. #gymlove. #wellness. #wellnessfitness. #wellness2020. #2020wellness. #wellnessqueretaro.	1528	7
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	25/03/2020	<a href="#">Extrañando a la banda 🙌</a> <a href="#">hardtraininggymxalapa</a>		755	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	14/02/2020	Mi Valentín ❤️ #tirandopolilla #solounratito#esadictivo	#tirandopolilla. #solounratito. #esadictivo.	640	3

Fuente: Elaboración propia

## Mónica

Imagen 71. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 72. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 73. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 74. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 75. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



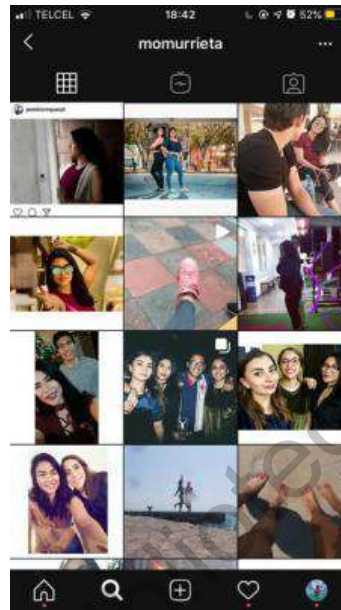
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 76. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 77. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 78. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram



Imagen 79. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 80. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 81. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 82. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Mónica



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Tabla 32. Sistematización de las 135 fotografías en *Instagram* del perfil de Mónica

USUARIA: MOMURRIETA					
Categorización	Fecha	Descripción de la foto	Hashtags	Likes	Comentarios
Con amigos	17/01/2016	😂😂😂 porque #Guaruras 🙄		26	2
Foto tatuándose	11/02/2016	Juro solemnemente que mis intenciones no son buenas 😞 #SorryMom		46	2
Foto de su perro	15/02/2016	Al menos cuando le digo siéntate se sienta 😞😞		36	2
Foto de su perro	24/02/2016	Cómo no quererla 😞 #Ruti #Pitbull		33	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	24/02/2016			367	4
Foto de Hogwarts Express	03/03/2016	🙄🙄 Cositas debió contratarme hace años		4	
Foto de su perro	13/03/2016	Ya le dije que YA NO cabe pero es necia 🙄😞		42	
Foto de su perro	25/03/2016	Por andar correteando a la abeja 😂😂😂		36	9
Foto de su perro	10/04/2016	Mi niña 😞		13	3
Frase motivacional	14/04/2016	We deserve that		10	
Con amigos	24/04/2016	🙄		35	2
Vídeo de su perro	24/04/2016	Me veía bien ruda		137	
Con amigos	01/05/2016	Cuando no te creen que vas a salir... "déjame tomo foto del recuerdo" 😂😂😂		19	
Con pareja	05/05/2016	😂😂😂		25	2
Vídeo de su perro	07/05/2016	🐶🐶🐶		138	
Foto haciendo ejercicio	13/05/2016	📺TB 😞		100	
Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	15/05/2016	👉		33	2
Con amigos	19/06/2016	Mi partner 🙄🙄		54	3
Foto con ropa casual parte superior del cuerpo	23/06/2016	👉👉		65	6
Con amigos	30/06/2016	Mi maestra favorita siempre, felicidades bebé. 🎓👉👉👉( Espera tu foto en lona 😂)		67	6
Con amigos	06/07/2016	Algo relax" nunca es algo relax 😞		46	1
Con amigos	14/08/2016	My team! 🙄😂		19	3
Foto haciendo ejercicio	23/08/2016	👉		36	1

Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	30/10/2016			119	3
Foto con postre	05/11/2016	🐱🐱🐱		73	4
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	08/11/2016	🐱		90	5
Boomerang con ropa casual	11/11/2016	Debería existir el emoji de la mancuerna 😞		322	3
Con amigos	22/11/2016	Con todo y panza/globo 🤗👉 #babyshower		18	2
Foto haciendo ejercicio	30/11/2016	Jijitl 📺📺		30	2
Posando con competidor de fisicoculturismo	04/12/2016	Copa invierno 🤝		30	
Foto de su perro	25/12/2016	Mi regalo de Navidad 🤗🤗🤗🤗		29	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	13/01/2017	👉🐱👉		579	10
Selfie con ropa casual	31/01/2017	Simba 🦁		74	3
Comida	01/02/2017	PORN...		24	4
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en la playa	01/02/2017	Muscle beach 😞😞		481	8
Foto con ropa casual cuerpo completo en la calle	02/02/2017			79	4
Antes/después de sí misma	05/02/2017	#TB 📺 (Si hubo un pequeño cambio ☺)		74	12
Vídeo con amigos	10/02/2017			343	5
Foto haciendo ejercicio	17/02/2017			74	8
Foto de su perro	21/02/2017	😞😞		32	
Con amigos	28/02/2017	👉📺👉 Felicidades a la mejor mamá!		80	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	10/03/2017	Yo solo fui a hacer cardio 😞 @greciamorasarabia		782	12
Con amigos	13/03/2017	La Doc ❤️		59	2

Foto haciendo ejercicio	28/03/2017			54	1
Con amigos	18/04/2017	👯		70	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en el gimnasio	20/04/2017	Vamo' vamo' 🍓		182	21
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	20/04/2017	😞		772	2
Posando con competidor de fisicoculturismo	23/04/2017	#VennonSisteme 🙌❤️		52	
Posando con competidor de fisicoculturismo	24/04/2017	Novato 2017 🙌		50	
Posando con competidor de fisicoculturismo	01/05/2017	👤		59	
Foto modelaje	04/05/2017	👯👯👯		72	
Vídeo mostrando traje de baño	04/05/2017	🍓🍓		1852	6
Con amigos	02/09/2017	Mami 😊		116	3
Con amigos	05/09/2017	Felicidades a mi doctora fav ❤️ Te amo flaca 😊👯		70	1
Con amigos	08/09/2017	❤️		54	
Con amigos	13/09/2017	👯👯		75	1
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en casa	14/09/2017	😊		102	1
Foto haciendo ejercicio	24/09/2017	👤		51	3
Foto de su cara	16/10/2017	👤		46	
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	05/11/2017	👤		124	4
Foto haciendo ejercicio	05/11/2017	👉👉		87	1
Con amigos	07/11/2017	❤️		86	1
Con amigos	20/11/2017	❤️ @dann lc		53	8
Con amigos	22/11/2017	❤️🍓		100	2
Con amigos	03/12/2017	👯❤️		98	2
Con amigos	25/12/2017	❤️👯		81	
Con amigos	28/12/2017	Cumple del mejor 👤		86	2

Con amigos	01/01/2018	❤️		57	4
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo perfil en el gimnasio	24/01/2018		Cuando tu padawan tiene más 🍌 que tu 😏	50	10
Vídeo con amigos	28/01/2018	🌸		560	2
Foto modelaje	25/02/2018	🌹	By: @araidlider	148	10
Con amigos	03/03/2018		Mamadopulus @brandondm	74	3
Foto modelaje	11/03/2018	👯		122	1
Foto modelaje	15/03/2018	❤️ 📷	@jessidominguezjd	104	4
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	21/03/2018	😓		1039	11
Con amigos	23/03/2018		Te amo ❤️	162	6
Selfie con ropa casual	28/03/2018	🌻		152	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	03/05/2018	❤️ 📷		174	9
Con amigos	11/05/2018	👉 📷		47	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en el gimnasio	12/07/2018	😊		235	7
Con amigos	07/08/2018		Te adoro gordo HBD @mikemurrieta.20 ❤️	60	4
Con amigos	29/08/2018		Cuando regresas de hacer alguna maldad 😏 📷	107	
Posando con competidor de fisicoculturismo	06/09/2018	❤️ 😓		137	5
Selfie con ropa casual	07/10/2018	👉 🙏		273	9
Con amigos	28/10/2018	.		92	5
Con amigos	29/10/2018	😓		56	2
Con amigos	31/10/2018	😏	miss u bae	92	
Con amigos	21/11/2018	😏 🙏		133	
Foto frente espejo con ropa casual parte superior del cuerpo en el baño	30/11/2018		Septumsempra	164	6

Foto frente espejo con ropa casual parte superior del cuerpo en casa	09/12/2018	🍌🍌		82	2
Con pareja	25/12/2018	❤️👩		147	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	27/12/2018	(Not found)		202	9
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en el baño	02/01/2019	...		171	7
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	23/01/2019	😎 Mi 📱: @feernaandaa.s		1185	10
Paisaje	28/01/2019	📖 "El tiempo que se disfruta es el verdadero tiempo vivido".		60	
Selfie (vídeo bailando)	16/03/2019	Basic af 🌟	#happy	1002	8
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	29/03/2019	Ten tanto amor para tí mismo que después tengas que regalarle a los demás, no al revés.	#loveyourself. #training	202	10
Foto con ropa casual cuerpo completo	30/03/2019	Que tus debilidades se vuelvan tus fortalezas.		170	5
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en el baño	31/03/2019	❤️👩@rosydelgado_boutique		241	8
Con amigos	02/04/2019	Cambiar a español  This woman is more than a pretty face, she's a person with a heart the size of the world, part colombian part american and now part mexicana, and I'm glad to be part of her family, I love you guapa.		105	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	07/04/2019		#fit #healthylifestyle #gym #talycomolomarcaelreglamento	546	

Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	15/04/2019	En este espejo no tenia foto 🙌		146	6
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	29/04/2019	Un día te vas a dar cuenta todo lo que has avanzado y ¿sabes que?... Vas a ir por más 🙌	#fit #fitnessmotivation #changeyourthoughts	178	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	01/05/2019	Con la partner que me faltaba 🙌 @maferspinoso		67	1
Con amigos	17/05/2019	Manaaaaaaaaaaaa! Muchas felicidades, gracias por estar cuando más te necesitaba y por escuchar siempre, te adoro ❤️		50	1
Foto frente espejo con ropa casual parte superior del cuerpo en el baño	12/06/2019	🙌		75	3
Selfie con ropa casual	30/07/2019	Tikún Olam		152	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo de espaldas en el gimnasio	16/09/2019	Molida aún, pero le dimos	#CHHTEAM	145	4
Selfie con ropa casual/Foto frente espejo con ropa deportiva en el gimnasio	22/09/2019	La tóxica /La otra tóxica 🙌🙌		238	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el baño	02/10/2019	Mis rodillas no lloraron hoy, excelente servicio 🙌	#fitnessmode #dontquit #onmymind	352	19

		<p>Ejercicios para activar el abdomen</p> <p>Sabemos que si bien el déficit calórico es lo que nos dará vista a los músculos abdominales estos ejercicios te ayudarán a darle tonalidad y fuerza al core 🏋️‍♀️ El abdomen es un musculo que protege los órganos internos, ayuda a mantener la postura erguida y a controlar la respiración, sin mencionar el plus estético 🍑💦</p> <p>Junto con los músculos paralumbares trabajan en sinergia, por ejemplo desde que una persona se levanta hasta que se acuesta.</p> <p>El abdomen a pesar de ser uno de los músculos más resistentes del cuerpo 🍑 sigue siendo un musculo como cualquier otro que necesita un lapso aproximado de 24 hrs de descanso, por lo que entrenarlos todos los días no sería lo ideal (3 veces a la semana con 1 día de descanso es lo recomendable) 😊</p> <p>Intenta este circuito en gym o en casa: 🐱 Principiantes 25 seg c/ejercicio 3 series 🐱 Intermedios 30 seg c/ejercicio 4 series 🐱 Avanzados 40 seg c/ejercicio 5 series</p> <p>❤️ (1-2 minutos de descanso entre cada serie)</p> <p>No olviden que la correcta ejecución del movimiento es lo que dará la calidad del resultado 💎</p> <p>Y no olvidemos controlar la respiración en todo momento, (inhalar al estirar el musculo, exhalar al contraer).</p>				
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	03/10/2019			494	10	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en casa	18/10/2019	<p>Acabo de leer a un amigo diciendo: "¿Qué no hay tiempo?... Lo que no hay es actitud". Y pues tiene razón, llegas hasta donde quieres y yo aún no llego.</p>	#gymmotivation #weightlossjourney #girlswholift	195	4	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo perfil en el baño	29/10/2019	👉 Good vibes only... Que todo se regresa		291	7	
Foto de su cara	15/11/2019	☘️ Inserte café con pan aquí:		176	6	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	23/11/2019	😬 Se metió un indigente oiga...		157	4	

















Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa	26/03/2020	<p>Stay at home ❤️</p> <p>Parte de la rutina para pasar la cuarentena</p> <p>Dos de mis ejercicios fav 🤗 -Peso muerto c/ liga x15 (para mantener la tensión en todo el recorrido) -hip thrust c/ liga x25 (mantener apretado el glúteo)</p>	864	1
Selfie con ropa casual	25/05/2020	<p>Quédate en tu casa 🏠 (así como se quedaron en la relación toxica)</p> <p>🌟 "Sin gluten" es algo que se escucha mucho actualmente en el ámbito fitness y cada vez los encontramos mas en los supermercados, pero éstas son solo necesarias para las personas que tienen una intolerancia al gluten o enfermedad celiaca 😞 📖 El gluten es una proteína vegetal que se encuentra en la semilla de cereales como el trigo, cebada, centeno y algunas variedades de avena. La avena NO lo contiene a menos que sea por contaminación cruzada, esto quiere decir que en su manipulación y/o procesamiento la maquinaria que utilizaron fue la misma con la que se manipularon otros cereales.</p> <p>La enfermedad celiaca o intolerancia al gluten es una enfermedad auto-inmune, que provoca una atrofia de las vellosidades del intestino delgado, esto produce una inadecuada absorción de los nutrientes de los alimentos. Por lo que puede provocar: vómitos, dolor abdominal, diarrea, asma, tos, urticaria, inflamación hasta reacciones de anafilaxia.</p> <p>Eliminar el gluten de nuestra dieta solo por la creencia que nos ayudará a bajar de peso es errónea, aporta propiedades a los productos como elasticidad y consistencia esponjosa muy agradable al gusto. Al eliminarlo hay que buscar otros sustitutos para intentar imitar esas propiedades y normalmente se opta por añadir grasas y azúcares, el resultado suelen ser productos procesados que tienen alto valor calórico y muy bajo valor nutritivo 😞</p> <p>A la larga puede tener el efecto contrario y favorecer el aumento de peso, que también puede afectar nuestro bolsillo, ya que los productos sin gluten son más caros 🙄</p>	179	2
Infografía: alimentación	31/05/2020		46	2

Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	11/06/2020	"El dulce far niente" 😊		253	21
Infografía: alimentación	19/06/2020	<p>🤔 ¿Por qué es tan difícil dejar los alimentos procesados y ultra procesados?</p> <p>🧠 Todos estos alimentos son palatales, al saborearlos e ingerirlos producen en el sistema nervioso una sensación de “placer y recompensa”. 🍔 Comer de manera habitual este tipo de alimentos nos lleva a una sobre ingesta calorica pues nuestro cerebro demanda esas sensaciones de placer.</p> <p>👉 ¿Qué es la Leptina? - - - - - &gt; Es una hormona encargada de regular el apetito, producida principalmente en los adipositos (células de grasa) y su producción depende de cuanto tejido grasa tengamos en el cuerpo.</p> <p>Cuando comemos se inicia una serie de señales de estímulo hacia las hormonas como por ejemplo la insulina (reguladora de azúcar en sangre) y ésta a su vez aumenta la producción de leptina. 🚫 Tener altas concentraciones de leptina se relaciona a un elevado contenido de grasa en el cuerpo y el IMC (índice de grasa corporal) indicando una resistencia a la leptina y/o insulina. Prácticamente resistencia a la señal de saciedad, es por esto que las personas que llegan a la obesidad presentan apetito exagerado a pesar de tener un exceso de esta hormona.</p> <p>🌞 Debemos empezar a hacer pequeños cambios en la alimentación, refrescos por agua con gas (sin abusar), mantequilla/mayonesa por aguacate.</p> <p>Los frutos secos son algunos snacks más saludables y con proteína, por ejemplo 1 puño de: almendras, avellanas, cacahuete, nuez, semilla de girasol o pistache)</p> <p>Sin olvidar actividad física regular por lo menos 30 min al día 🏃</p>		49	

Comida: receta	28/06/2020	<p>☀️😊 Platos super sencillos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Tostadas con guacamole y claras, acompañado de fruta, Yogur y granola</li> <li>◆ Pescado blanco asado con queso oaxaca, calabacitas asadas y pasta con brócoli</li> <li>◆ Ensalada de espinacas, lechuga, con pechuga asada, pepino, fresa, brócoli arándanos y queso cottage 1%</li> <li>◆ Mini quesadilla con queso oaxaca, huevo duro y fruta con granola</li> <li>◆ Hot cakes de avena de chocolate, claras y fruta</li> <li>◆ Rice cake con pasta de avena de chocolate, fresas y queso cottage 1% y claras con aguacate</li> </ul> <p>Todas las comidas son hechas con base a mis requerimientos de macronutrientes, solamente juego con los alimentos donde los obtengo y cantidades para respetar los porcentajes 🙌</p>	83	8
----------------	------------	--	----	---

Dirección General de Bibliotecas UAQ

		<p>Cinnamon Roll (12 PORCIONES)   16kcal /porcion</p> <p> Ingredientes para masa:  -60g Yogur griego  -70g harina de avena</p> <p> Ingredientes topping:  -Yogur griego  -harina de avena sabor chocolate</p> <p>Preparación:   Revolver la harina con el Yogur hasta formar una masita que no se pegue a las manos</p> <p> Esparcir un poco más de harina en el área donde se va a poner la masa, con ayuda de un rodillo dar forma de rectángulo</p> <p> Media clara revuelta con unas gotitas de stevia en toda la cara de la masa y espolvorear la canela</p> <p> Envolver en forma de rollo, cortar en 12 pedacitos y dejar reposar 20min (precalentar el horno)</p> <p> Hornear por 30min a 180°</p> <p>UNA VEZ HORNEADOS  AGREGAR SU TOPPING Y  DISFRUTAR</p>				
Comida: receta	29/06/2020			44	4	
Comida: info nutrimental	03/07/2020	<p> Esta fue mi cena de ayer utilizando las tortillas de betabel</p> <p> Jugo de apio, pepino y piña   Taquitos de claras y espárragos asados con ajo y cebolla en polvo</p> <p>El jugo fue una forma de meter las porciones de frutas y verduras que me tocaban sin sentir mi estómago muy lleno </p>	#healthtips #easyrecipe #healthyfood #salud #recetassaludables #recetasfaciles #nutricion	52	5	
Vídeo de comida	05/07/2020	<p> Les dejo la receta de éste snack en mis historias destacadas de Tik Tok </p>	#snackhits #healthyfood #fitness #easyrecipe #healthy	299	2	







Vídeo de comida	09/07/2020	<p>🍷 Nueva idea de Snack Pre-workout ideal para los días de high carbs.</p> <p>(Preparación en historia destacada Tik Tok 🌟)</p> <p>✅ 160kcal aprox</p> <p>🥩 5.1 g Proteína 🍌 15.6 g Carbos 🥑 10.7 g Lipidos</p> <p>El chocolate es Darck suggar free y la crema de cacahuete Member's Mark</p> <p>Adecúalo a tus porciones 📏</p>	#healthtips #fitness #preworkout #snacks #nutricion #healthyfoodshare #workout	237	
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo en casa	12/07/2020	😊		147	5
Comida: receta	13/07/2020	<p>CREPAS, CREPAS... C R E P A S 🍷</p> <p>Comer sano no tiene porqué ser aburrido</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🍌 60g avena</li> <li>🍌 2 huevos</li> <li>🍌 1 CDA vainilla</li> <li>🍌 Stevia y canela al gusto</li> </ul> <p>✅ Un super tip para esto es hidratar antes la avena con agua</p> <p>🍌 Licuar todo y llevarlo al sartén hacer una capa y esparcir por todo el sartén (dependiendo el tamaño del sartén será el de la crepa)</p> <p>🌟 Pará el relleno utilice una cucharada de avena en polvo sabor chocolate y de topping manzana arándanos y una gotita de miel natural</p> <p>📏 Ustedes pueden utilizar el topping que quieran y en las medidas que se adapten a su plan</p>	#healthtips #easyrecipe #healthyfood #salud #nutricion #comesano #cocinasaludable	53	5

Antes/después de un paciente	15/07/2020	<p>◆ ABRIL 85 kg / JULIO 78 kg ◆</p> <p>Cambios de 3 meses tratando de mantener masa muscular y con rutina de entrenamiento en casa.</p> <p>Sin dietas restrictiva y adecuada a sus gustos 😊</p>	<p>#ejerciciosencasa #nutricionista #nutricion #dieta #saludable #estilodevida</p>	66	1
Comida: info nutrimental	16/07/2020	<p>🍓 Beneficios de combinar fresas y espinacas en las comidas</p> <p>✅ VITAMINA C: Ayuda a curar heridas, fortalecer huesos y dientes además de luchar contra los radicales libres (previene enfermedades crónicas)</p> <p>✅ FIBRA: No proporciona calorías, ni nutrientes pero ayuda al control de peso y reducción de colesterol y azúcar en sangre (perfecto para diabéticos).</p> <p>✅ MANGANESO: Oligoelemento necesario para huesos y HORMONAS SEXUALES.</p> <p>✅ HIERRO: las hojas verdes son una fuente excelente previniendo posibles anemias</p> <p>✅ ÁCIDO FÓLICO: ayuda a prevenir defectos del tubo neural en el embarazo</p> <p>👉 Cuando combinamos una fuente de hierro (hojas verdes) con vitamina C (kiwi, limón, fresa, piña) se aumenta la absorción del mismo.</p> <p>✅ Puedes consumirlos juntos en jugos o ensaladas 🥗</p>	<p>#nutricion #salud #bienestar #tips #healthy #nutricionista #embarazada #healthylifestyle #lifestyle</p>	56	2

<p>Infografía: fitness</p>	<p>21/07/2020</p>	<p><b>PROTEÍNA Y MASA MUSCULAR</b></p> <p>Las proteínas tienen diferentes funciones en el organismo a nivel estructural, inmunitario, reconstrucción de tejidos, hormonal y como fuente de energía.</p> <p>📖 Los aminoácidos son estructuras de las proteínas las cuales son necesarias para el crecimiento y fortalecimiento del músculo.</p> <p>Existen dos fuentes de proteínas:</p> <p>📌 <b>ALTO VALOR BIOLÓGICO:</b> Carnes, Pescado, huevos y leche.</p> <p>📌 <b>BAJO VALOR BIOLÓGICO:</b> Legumbres, cereales, frutos secos.</p> <p>◆ El valor biológico depende de la cantidad de aminoácidos que contenga el alimento.</p> <p>◆ Dependiendo de tu actividad física es que se considera cuántos gramos de proteína son los ideales para ti 🏋️‍♀️ 🏋️‍♂️</p> <p>Así que si quieres aumentar tu masa muscular debes saber cuántos gramos de proteína son los adecuados y cuáles son las mejores fuentes de alimentos.</p> <p>✅ Recuerda que el músculo crece después del entrenamiento, con alimentos ricos en proteína y descanso.</p>	<p>#nutricionista #nutricion #proteinas #musculos #alimentacionsaludable #estilodevida #masamuscular</p>	<p>59</p>	<p>4</p>
--------------------------------	-------------------	--	--	-----------	----------

Antes/después de un paciente	27/07/2020	<p>•5-JUNIO (52 KG) •27- JULIO (54. 8KG)</p> <p>Con ella nuestro objetivo es darle un poco más de volumen a sus piernas sin perder armonía y mantener su estructura pequeña en el torso.</p> <p>👉 Cuando acudimos con el nutriólogo no siempre es porque se tiene un problema de sobrepeso.</p> <p>Por medio de la alimentación podemos ayudar a mejorar en su deporte o simple recomposición corporal.</p> <p>Su alimentación se basa en carbohidratos complejos, proteínas de alto valor biológico, grasas buenas y sin uso de suplementación.</p> <p>Sin faltar su entrenamiento en casa, enfocado en hipertrofia, trabajando tiempo bajo tensión y sobrecarga progresiva, manejando cardio solo 3 veces por semana 🏃‍♀️</p>		138	2
Foto en traje de baño cuerpo completo en la playa	28/07/2020	<p>Lo que ustedes ven /Lo que en realidad era 😬</p> <p>(Adivinen la canción 🎵😄)</p>		296	13



<p>Antes/después de un paciente</p>	<p>04/08/2020</p>	<p>  23-MAYO (83.5kg)   02-AGO (78 kg)         </p> <p>Emocionada por que con él podemos notar una increíble mejoría en circunferencia de cintura con un plan alimentario variado, sin ser restrictivo y adecuado a gustos.</p> <p>  Llevar una alimentación sana mediante un plan de alimentación no es lo mismo que llevar una dieta y te lo voy a explicar:         </p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> <b>DIETA:</b> Lo empleamos como un esquema de alimentación restrictiva o modificada que se utiliza para el tratamiento de diferentes estados o de alguna enfermedad.         </p> <p>Puede ser HIPER (alta), HIPO (baja) en determinado nutriente o NORMO (normal)</p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> <b>PLAN DE ALIMENTACIÓN:</b>            Es una guía de alimentación con un objetivo específico que permite al individuo conocer la información correcta sobre la cantidad apropiada de calorías, macronutrientes (carbohidratos, proteínas y grasas) micronutrientes (vitaminas, minerales), fibra y agua.         </p> <p>Se puede clasificar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Régimen Normal:</b> Para individuos sanos</li> <li> <b>Régimen Terapéutico:</b> Cuando se tiene una patología que puede ser modificada a través de la alimentación.</li> </ul> <p>Ambas adaptadas a cada individuo y elaboradas por un profesional de la salud.</p> <p>  Recuerda que un estilo de vida saludable debe ser complementado con 30 min de actividad física diaria.         </p>	<p>#healthtips #fitness #salud #nutricionista #dietasaludable #plandealimentacion</p>	<p>53</p>
-------------------------------------	-------------------	---	---	-----------

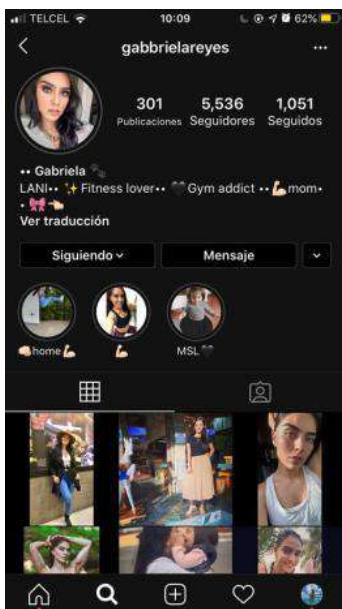
<p>Infografía: fitness</p>	<p>04/08/2020</p>	<p>📖 El músculo es un tejido contractil que permite que el cuerpo se mueva y mantenga estabilidad.</p> <p>Se constituye por agua y proteínas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Miógeno (Prot. Del sarcoplasma)</li> <li>◆ Mioglobina (transporte de oxígeno)</li> <li>◆ Miosina y actina, hacen que el músculo se contraiga (filamentos grueso y finos)</li> </ul> <p>Para que el músculo crezca se necesita una sinergia de estímulos como el ejercicio de fuerza 📖 (carga o tensión mecánica) y la alimentación 🍌</p> <p>El efecto de la tensión en el músculo depende tanto de la intensidad (peso utilizado) como de la duración (tiempo bajo tensión), como resultado se produce daño muscular, que produce una respuesta inflamatoria con el objetivo de reparar el daño y reforzar el músculo para que a futuro resista un estímulo mayor</p> <p>El estrés metabólico es otro factor de hipertrofia, como la oclusión de venas por la constricción de los músculos, la reducción de oxígeno por esa oclusión y aumento de sustancias como el ácido láctico.</p> <p>Tensión mecánica + daño muscular + estrés metabólico = hipertrofia muscular</p> <p>Dos formas de desarrollo muscular son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🔴 H. Sarcoplasmática: <ul style="list-style-type: none"> <li>📖 capacidad de almacenar energía del músculo (glucógeno) es más voluminosa (músculo hinchado)</li> </ul> </li> <li>🔴 H. Miofibrilar: Incorpora más proteína a la fibra, más miofibrillas, más unidades contractiles por lo tanto más fuerza. Es más compacta y densa</li> </ul> <p>📖 El entrenamiento con pesas desarrolla ambas, pero depende del estímulo se destacará una más que otra.</p> <p>⚠️ SI QUIERES CONOCER</p>		<p>65</p>
--------------------------------	-------------------	--	--	-----------

		<p>SOBRE ALIMENTOS DE ALTO VALOR BIOLÓGICO PARÁ POTENCIAR EL DESARROLLO MUSCULAR ENCONTRARÁS UN POST DEDICADO A ESO EN LA PÁGINA.</p>		
<p>Frase motivacional</p>	<p>26/08/2020</p>	<p>✦ Las metas a largo plazo no son malas, queremos ir de un punto A hacia un punto B.</p> <p>Cuando queremos tomar algún nuevo hábito, ya sea ejercicio, alimentación e incluso el estudio, es necesario adecuarlo poco a poco y de manera constante a nuestro día a día.</p> <p>La constancia es la base para ver resultados en cualquier ámbito donde queremos aplicarlo.</p> <p>Una "mala" comida no arruina tus progresos, una mala semana... Si.</p>	<p>#healthtips #nutricion #estilodevida #wellness #constancia #salud #vidasana #tipdevida</p>	<p>33</p>

Fuente: Elaboración propia

## Gabriela

Imagen 83. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 84. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



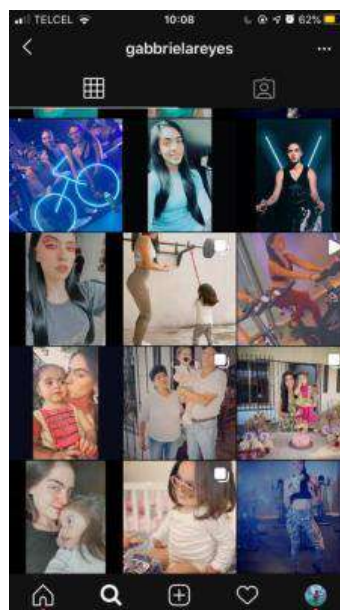
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 85. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 86. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 87. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 88. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 89. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 90. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 91. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 92. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 93. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 94. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Gabriela



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Tabla 33. Sistematización de las 135 fotografías del perfil de Instagram de Gabriela

USUARIA: GABBRIELAREYES					
Categorización	Fecha	Descripción de la foto	Hashtags	Likes	Comentarios
Boomerang con ropa casual	13/08/2020	♥	#love #makeuplover #girl #beautiful #goodvibes #instamakeup @gerardomacedo_bc	131	2
Con amigas	01/03/2020	Siempre daré todo de mi por verte sonreír así ♥	#love #happy #picoftheday	100	
Con amigas en el gimnasio	07/07/2020	Extrañando un lugar donde era extremadamente feliz ♥	#gym #gymmotivation #fitness #fitnessgirl #fitnessaddict #fitmom #healthylifestyle #missyou #love #this #life #instagood #instamoment #instapic #instacool #instafit #instago	207	5
Con familia	23/08/2020	Que increíbles se sienten los 32 😊 Con pandemia, diferente, pero definitivamente excelentes. Gracias a uds por hacerme siempre lucir así @hecochoa 📷, @gerardomacedo_bc 📷	#birthday #birthdaygirl #streetphotography #freedom #fabulous #goodvibes #instagood #instacool #picoftheday	250	8
Con familia	22/06/2020	Siempre al intentar una foto, festejando el cumple de su abuelita y el día de padre 🍷🍷	#family #familytime #familyfirst #birthday #grandma #fathersday #happy #moments #instagood #instaphoto #love #life #lifeisgood #truelove	107	1
Foto con comida: churros	19/03/2020	Lo único que se me antoja en estos momentos es esta delicia de @galeriadelchurro cubierto de chocolate con mazapán y otro relleno de Nutella 😊	#yummy #churros #consumelocal #tbt #love #chocolate	187	1
Foto con comida: dona	17/02/2020	Que nuestros límites sean inalcanzables para que siempre quieras más 🍷 . @maybafit @oxygen.xanat 3 aniversario	#fitness #fitnessmotivation #gymlife #gym #loveyourself #picoftheday #healthylife	280	14
Foto con comida: pastel	23/08/2020	No hace falta más ♥		53	381
Foto con ropa casual	05/08/2020	📷 @hecochoa M&H @gerardomacedo_bc Bikini @bee_soosee_ianisha	#tbt #pic #picoftheday #instagood #instamoment #instaphoto #instapic #instastyle #nature #bikini #outfitinspiration #girl #tattoo #love #life #freedom #fitness #fitnessmodel	313	4
Foto con ropa casual	16/06/2020	Tengo muchas ganas de dar clases, esperemos que pronto pase todo 🙏🌟	#cycling #indoor #studio #getfit #fitnesslifestyle #instagood #instafit #healthylifestyle #love #my #life #happy #place	218	5
Foto con ropa casual	12/06/2020	Cuando te detengas en el camino que solo sea para analizar si estás avanzando, creciendo y mejorando 🙏.	#be #better #mentalhealth #positivevibes #spirituality #focused	270	2
Foto con ropa casual	10/06/2020	Caminando siempre hacia los objetivos, porque soñar es fácil, cumplirlos es un reto y hacerlo realidad es una meta 🌟 Foto por el extraordinario: @hecochoa	#goals #walking #find #your #self #spirit #mind #soul #freedom #love #loveyourself #photooftheday #instagood #instamood #fit #fitspo #fitfam #fitnessmotivation #streetstyle #coffee	296	2

Foto con ropa casual	08/06/2020	♥ Foto por el mejor : @hecochoa M&H por el mejor: @gerardomacedo_bc @jerry_14red .	#black #dress #stairs #streetstyle #love #life #instagood #instapic #moment #fitnessmodel #girl #photooftheday #tattoo #photography #happy #loveyourself	427	8
Foto con ropa casual	04/06/2020	Cuando supe que la cosmetología era mi pasión hace casi 4 años ✨	#cosmetology #beauty #skincare #love #life #instagood #loveit	328	2
Foto con ropa casual	04/06/2020	🌟	#streetstyle #streetphotography #color #happy #fun #enjoylife #love #loveit #freedom #instastyle #instagood #fit #fitnessaddict #fitmom #fitfam #fitspo	337	3
Foto con ropa casual	31/05/2020	Quien me conoce sabe que esta cara es muy típica en mi 😊 .	#girl #blackandwhite #picoftheday #like #instagood #instamoment #smile #fit	292	5
Foto con ropa casual	03/03/2020	Deja de pensar tanto y que las cosas y personas fluyan al final siempre estarás donde tienes que 🍀🍀	#freedom #happiness #love	190	2
Foto con ropa casual	23/02/2020	Me encanta la naturaleza y más si la disfruto a tu lado 🌿❤	#love #loveit #naturelovers #happy #smile #picoftheday #goodvibes	130	4
Foto con ropa casual	19/02/2020	Overcome the odds and enjoy life 🤗🙌	#enjoy #lifestyle #peace #love #positivevibes #like #smile #happy	286	9
Foto con ropa casual	16/02/2020	👉❤😊 .	#goodplace #like #smile #rock #cowgirl	145	
Foto con ropa casual cuerpo completo	19/09/2020	♥H&M: @gerardomacedo_bc Outfit: @mielboutiquexalapa	#instagood #instacool #goodvibes #love #freedom #girl	360	5
Foto con ropa casual cuerpo completo	12/09/2020	Outfit: @domitilaaccesorios	#love #instagood #instamoment #goodvibes	359	11
Foto con ropa casual cuerpo completo	27/07/2020	the best choice - @just @justwatermx @blubimp @senorplanta	#drinkJUST #ecofriendly #drinkjust #water	325	11
Foto con ropa casual cuerpo completo	09/06/2020	♡	#streetstyle #sport #beautiful #girl #fitnessmodel #photooftheday #love #my #life #freedom #happy #like #instagood #instamoment	358	5
Foto con ropa casual cuerpo completo	01/03/2020	Adoro a estos seres humanos ✨	#friends #sisters #love	146	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	24/02/2020	Entrenamiento de femoral. Me siento feliz y bendecida por lo que he logrado. Claro siempre con tu ayuda, intentando nuevas cosas, experimentando pesos, pero siempre dando lo mejor, Gracias @daniel_garcia_sosa 🙌	@fitnesswearmexico outfit #fitnessmotivation #fitnessmodel #fitnesslife #gym #love #strong #passion #healthylifestyle	246	6
Foto con ropa casual cuerpo completo	20/02/2020	Good vibes only 🌟	#goodvibes #happy #enjoy #life #love #loveit #sunset	156	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	17/02/2020	“Se de otra receta para felicidad y el chocolate es el ingrediente principal” . @lasantadona ♥	#chocolate #love #chocolatelover #me #fun	168	4



Foto con ropa casual/Selfie con ropa casual	21/02/2020	Día de pierna, lo amo 🍷 Coach: @daniel_garcia_sosa	#training #gymmotivation #love #legday #fitnessgirl	289	4
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	19/07/2020	Muero de ganas porque rodemos juntos; el ejercicio es sumamente importante para tener fortalecido tu sistema inmunológico así como llevar una buena alimentación, hagamos lo que nos corresponde y cuidemos de nosotros mismos. 🙏 Leggins @doit_sof	#cycling #cyclinglife #bike #bikelife #besafe #bestrong #bepositive #goodvibes #faith #calm #hope #healthylifestyle #working #myself #takecare #strong #fitness #fitnessmotivation #instagood #love #life #instafit #girl	313	16
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	03/06/2020	👁️ Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc .	#eyes #looking #inside #love #spirit #soul #life #instamoment #instagood #instaphoto	352	4
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	12/03/2020	“La vida es como montar una bicicleta, si quieres mantener el equilibrio NO PUEDES DEJAR DE RODAR” 🍷🍷🍷🍷 @veloindoorstudio @vspink @michaelkors .	#cycling #bike #goodvibes #love #life #staystrong #rideordie #levelup #bekind #youvsyou	294	11
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	28/06/2020	Gracias Velō, aún no empieza nuestra historia y ya eres parte de mi vida. Ya quiero vivir la experiencia con los que tomen la clase, llenarlos de la mejor vibra y energía al máximo 🙏	#cycling #cyclinglife #bike #bikergirl #happy #strong #goodvibes #love #instacool #instafit #instagood #fitness #fitnesslifestyle #fitnessaddict #fitfam #fitspo #girl	217	3
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	02/06/2020	Amor perruno 🍷🐶	#dog #doglover #dogsofinstagram #lovedogs #instagood #instamoment #love #happy	287	3
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	07/07/2020	El lugar donde soy feliz y con la mejor compañía 💙 Hidratándome con @justwatermx @just	#fitness #fitnessmotivation #cycling #cyclinglife #love #mylife #fitspo #fitfam #healthylifestyle #living #happiness #levelup #goodvibes #spinning #addicted #strong #girl	375	9
Foto con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	14/03/2020	Feliz día a mi marca favorita por su primer aniversario @mofitnessmx por darme ropa increíblemente cómoda para entrenar 🙏	#dream #workoutmotivation #fitspo #outfits #leggings #like #gym #love	163	5
Foto con su hija	30/08/2020	Abrazos y sonrisas que llenan el alma 💙 Te amo mi pequeña Lu 🍷	#tb #mylife #mylove #mylittlegirl #daughter #happy #moment #goodvibes #love #instagood #instalove	224	4
Foto con su hija	20/06/2020	Así de rápido se va el tiempo y aquí estuvimos festejando tus 2 años amor, adoro verte sonreír y todo lo que me has enseñado este tiempo no lo cambio por nada. Gracias por llegar a mi vida 💙		413	14

Foto con su hija	10/05/2020	<p>Ser madre es sentir fuerza que no sabías que tenías. Ella vino a cambiar mucho en mi forma de pensar y actuar, doy gracias a este pequeño ser por venir a revolucionar todo en mi, enseñarme este amor incomparable y puro. Te amo como jamás pensé amar a alguien hija. Feliz día a todas las madres. ♡</p> <p>P.D. Quisiera estar hoy así, disfrutando de la tierra, del pasto, de la arena o algo que sabemos gozar juntas, pero hoy toco hacerlo de una manera diferente. Y lo disfrutaremos por el simple hecho de tenernos la una a la otra. 😊</p>		263	10
Foto con su hija	15/03/2020	<p>Nada puedo amar más en la vida que a ti pequeño ser, eres quien llego a mi vida para darme más fuerza, más empuje y más determinación en todo lo que hago. Gracias por todo hija. ♡</p> <p>@lizzydela 🇲🇽 gracias por todo preciosa</p>	<p>#truelove #love #mom #daughter #fitmom #happy #together #goodvibes #positivevibes #picoftheday</p>	175	3
Foto con su hija (3)	23/02/2020	♡	#coatepec #like #sweatshirt #smile #love	182	8
Foto con su hija y su perro (5)	11/05/2020	<p>Quiero parar el tiempo en esta carretera, mirando lo que sucede a mi alrededor, la situación que estamos viviendo y donde llegaremos a partir de las experiencias extraordinarias que nos toco pasar, nadie tenía pensado esto y ahora solo queda decir que quiero de mi cuando todo esto pase.</p> <p>Hoy escuché algo interesante y me quede pensando en eso, dicen distancia social, y debería ser distancia física y acercamiento social. Creo que tiene toda la razón 🙌</p> <p>Foto: @hecochoa . M&amp;H: @gerardomacedo_bc .</p>	<p>#staysafe #staystrong #positivevibes #goodvibes #streetphotography #streetstyle #love #life #faith #freedom #happy #revolution</p>	185	5
Foto con traje de baño	05/08/2020	<p>♡ @elclosenecynthia</p>	<p>#fitnessgirl #fit #fitnessaddict #instacool #instafit #cool #neon #pink #staysafe</p>	462	21
Foto con traje de baño	20/05/2020	<p>🍃freedom . Foto: @hecochoa . M&amp;H: @gerardomacedo_bc . Bikini: @bee_soosee_ianisha .</p>	<p>#freedom #love #goodvibes #positivevibes #happy #bikini #handmade #crochet #fitnessmodel #bikinifitness #fitgirl #fit #fitmom #outfitinspiration #instagood #instaphoto #instamoment #instapic #instacool #likeit #loveit</p>	516	26

Foto con traje de baño	05/05/2020	Nothing else matters ❤️ Foto: @hecochoa Traje de baño: @bee_soosee_ianisha #hechoamano . MUA: @gerardomacedo_bc .	#tbt #love #outfitinspiration #fitnessmodel #fitspo #happymoments #photography #crochet #crochetbeachwear #bikini #handmadebikinis #crochetbikini #goodvibes	420	15
Foto con traje de baño	03/05/2020	Cuando los días eran felicidad pura, disfrutando del exterior, de la naturaleza y de todo lo que nos llena el alma. 🍊 Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc . Traje de baño: @bee_soosee_ianisha .	#picoftheday #love #naturephotography #strong #woman #freedom #tbt #memories #happy	643	27
Foto de su hija	17/06/2020	Mi modelo favorita 😊	#mylove #mygirl #daughter #love #littleprincess #gorgeous #photooftheday #sunglasses #pretty #myworld #instagood #instamoment #happymoments	177	7
Foto de su hija	01/03/2020	Sonríe, bonito domingo ♡ .	#blessed #love #mylife #happy	120	6
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	28/07/2020	🌿❤️	#nature #naturephotography #love #green #instagood #instamoment #instalife #life #freedom #girl	345	10
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	04/04/2020	❤️	#light #in #darkness #love #tb #like	114	
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	04/03/2020	180 lbs en sentadilla Smith, sintiéndome orgullosa de lo maravilloso que es mi cuerpo 🙌❤️ Gracias @daniel_garcia_sosa .	#fitspo #fitnessmotivation #gymlife #loveit	235	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	16/06/2020	B&W . 📷: @hecochoa . 👩: @gerardomacedo_bc .	#blackandwhite #girl #streetstyle #instaphoto #photooftheday	265	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	15/06/2020	La vida es mejor si sudas todo lo malo y te hidratas con todo lo bueno 😊	#sweat #workout #indoor #cycling #love #fitness #fitnessaddict #instamoment #instagood #instafit	286	3
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	17/03/2020	Less stress, more sweat 🏋️	#gym #sweat #back #fitnessmotivation #workinprogress #picoftheday #goodvibes #like	202	4

Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	08/03/2020	Te van a criticar por lo eres, por lo que no eres, por lo que creen que eres, por lo que haces, por lo que dejas de hacer, por lo que dices y por lo que no dices. Vive, ama y haz lo que te haga feliz. 🌸	#proud #woman #happy #love #life #fitnessmotivation	171	5
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	22/02/2020	Si no terminas el cardio despeinada, no cuenta jajaja dice @laumoragalicia 😏	#fitness #fitnesslife #gymaddict #loveit	210	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	18/02/2020		#abs #workout #fitnessmotivation #fitnessmodel #gymtime #love #fitness #healthylifestyle #goodvibes #gymmotivation	189	1
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo en el gimnasio	17/02/2020	No sé cuál será la receta de la felicidad pero seguro lleva Sol 🌞	#sunday #love #like #bestoftheday #happy #girl	162	2
Foto haciendo ejercicio (4)	08/04/2020	Recordando cómo el viento toca mi rostro cuando estoy en el punto más alto 🌲❤️	#montana #freedom #love #nature #tb #strong #mindfulness #happy	120	8
Foto modelaje	23/09/2020	Just take a look through my eyes There's a better place somewhere out there Just take a look through my eyes Everything changes 🌈 Photo: @hecochoa M&H: @gerardomacedo_bc	#love #nature #life #freedom #photooftheday #instagood #instamoment #instapic #girl	316	3
Foto modelaje	01/09/2020	No soy modelo, pero amigo @hecochoa siempre me haces sentir como si fuera una, Gracias por tu trabajo maravilloso. MUA: @gerardomacedo_bc	#picoftheday #tb #fitness #girl #goodvibes #love #instapic #instagood	462	8
Foto modelaje	23/08/2020	Hbd to me, Welcome 32 🎂		702	26
Foto modelaje	29/07/2020	♡	#mirrorselfie #girl #goodvibes #instaphoto #instagood #ecofriendly #loveit	295	12
Foto modelaje	01/06/2020	“Se llama egoístas a los que se atribuyen a sí mismos la mejor parte en las riquezas, en los honores, en los placeres corporales; porque el vulgo siente por todo esto la más viva ansiedad” - Aristóteles-♡	#blackandwhite #love #loveyourself #girl #pictureoftheday #fitness #fitnessmodel #instagood #instaphoto #lifestyle #freedom	297	4

Foto modelaje	30/05/2020	And while you're outside looking in Describing what you see Remember what you're staring at is me 'Cause I'm looking at you through the glass Don't know how much time has passed All I know is that it feels like forever When no one ever tells you that forever feels like home Sitting all alone inside your head Foto: @hecochoa . M&H: @gerardomacedo_bc .	#love #life #freedom #picoftheday #alley #streetstyle #streetphotography #vibes #model #instagood #instapic #fitness #fitnessmodel #fitspo #photography #urbanphotography #loveyourself #walking	431	11
Foto modelaje	29/05/2020	Never stop hoping, need to know where you are But one thing is for sure you're always in my heart I'll find you somewhere Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc	#picoftheday #alley #streetstyle #streetphotography #love #vibes #model #life #instagood #instapic #fitness #fitnessmodel #fitspo #photography #freedom #urbanphotography	342	5
Foto modelaje	27/05/2020	Flesh is burning You can smell it in the air 'Cause men like you have Such easy soul to steal Foto: @hecochoa M&H: @gerardomacedo_bc .	#alley #street #streetstyle #streetphotography #photooftheday #like #life #instagood #instaphoto #fitspo #fitnessmotivation #fitness #fit #fitgirl #fitnessaddict #love #style #outfit	498	26
Foto modelaje	17/05/2020	Break the bubble . Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc . Bikini: @bee_soosee_ianisha .	#love #water #pictureoftheday #picoftheday #instagood #instaart #photography #fitnessmotivation #fitnessmodel #fitspo #color #cold #photooftheday #freedom #bikini	318	8
Foto modelaje	11/05/2020	Intentando fotos del 10 de mayo con mis críos jajaja pero creo que al final salen mejor ellos dos solitos 👶🏻💕	#love #fun #smile #picoftheday #goodvibes #moments #instagood #instamoment #instaphoto	380	11
Foto modelaje	11/05/2020	💕 Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc .	#goodvibes #positivevibes #happy #love #loveyourself #picoftheday #pictureoftheday #picture #girl #fitness #fitnessgirl #fitnessmodel #instagood #instamoment #instaphoto #instamood	243	9
Foto modelaje	08/05/2020	😄 Foto: @hecochoa . MUA: @gerardomacedo_bc .	#girl #tattoo #fitnessmodel #calvinklein #photooftheday #love #like	325	5
Foto mostrando su músculo: espalda.	17/03/2020	It's better burn than to fade away...	#fitspo #fitmom #gym #gymmotivation #strong #healthylifestyle	154	2
Foto mostrando su músculo: espalda/Vídeo haciendo ejercicio (2)	21/02/2020	Train in silence, let your body speak for itself 💕 @daniel_garcia_sosa best coach 🙌 @mofitnessmx 💕	#love #myback #myshoulders #training #gym #fitspo #fitmom	171	3
Ilustración	02/06/2020		#blackouttuesday	43	1

Paisaje	25/05/2020	Los momentos de reflexión que te llevan a La Paz interior son los mejores 🌈 .	#instamoment #instagood #peace #nature #waterfall #girl #love #life	143	5
Paisaje	24/05/2020	Prana 🌿 ✨	#love #life #freedom #positivevibes #goodvibes #outdoors #picoftheday #pictureoftheday #trekking #naturephotography #naturelover #instagood #instaphoto #fitnessmotivation #fitnessmodel #fitspo #fit #fitness #yoga #yogalife	242	5
Selfie con producto	11/07/2020	Mi @just siempre conmigo 🌿 ✨ @justwatermx	#justwater #instagood #instacool #instafit #love #water #fitness #fitnessmotivation #fitmom #fitspo #healthy #happy #moment #smile #ecofriendly #ecofriendlyproducts #love #cool #help #planetearth @blubimp	210	1
Selfie con ropa casual	13/08/2020	Y así es como sucede la magia ♡ gracias corazón @jerry_14red		322	7
Selfie con ropa casual	12/08/2020	1 o 2 ? ... Makeup con el mejor @jerry_14red de @gerardomacedo_bc Recreando look novias de @beredelarosamakeup 😊🔥	#makeup #makeupartist #instamakeup #instagood #instaphoto #beautiful #girl #model #loveit #lovemakeup	396	18
Selfie con ropa casual	09/08/2020	🌄	#nature #mountain #feelinggood #walking #trekking #instagood #instamoment #instapic #love #freedom #fresh #air #sunday	243	5
Selfie con ropa casual	01/08/2020	♡❤️ @isabelvaalp @any.warhol @aracarod @jessicanolule @jesstorreess @claushdz @reyan4u @gemmaazamar @clauu_sfeer 📷 @hecochoa M&H @gerardomacedo_bc	#challengeaccepted #together #strong	304	5
Selfie con ropa casual	13/07/2020	1 o 2 ? Makeup by @gerardomacedo_bc	#naturalmakeup #beauty #girl #redlips #big #and #green #eyes # #makeup #makeupartist #love #loveit #instagood #instamakeup #instabeauty #instaphoto	385	18
Selfie con ropa casual	27/06/2020	MUA: @jerry_14red . Recreación de: @beredelarosamakeup ♡	#makeup #makeupartist #makeupaddict #instaphoto #girl #beautiful #pride 🌈 #day	171	4
Selfie con ropa casual	07/06/2020	Tu mirada me lo ha dicho Soy deseo inadvertido Ojos claros, labios rosas... . MUA: @gerardomacedo_bc .	#eyes #lipstick #sunday #goodvibes #positivemind #girl #fun #love #makeup #instagood #instacool	245	1
Selfie con ropa casual	23/05/2020	Pixquiac 🏔️	#love #freedom #nature #naturephotography #naturelover #picoftheday #pictureoftheday #hiking #outdoors #goodvibes #waterfall #happy #instagood #instamoment #instaphoto #instatravel	196	3
Selfie con ropa casual	02/05/2020	Tan solo un instante para sonreír 🌿	#picoftheday #love #like #girl #happy #smile #staysafe	327	9






Selfie con ropa casual	21/04/2020		#staysafe #quarantine #picoftheday	209	
Selfie con ropa deportiva	10/09/2020	Golden hour 🌅	#goldenhour #perfect #moment #love #myself #nofilter #needed #instagood #instamoment	254	5
Selfie con ropa deportiva	08/08/2020	🌲❤️	#tb #nature #mountain #trekking #love #instatravel #instagood	172	1
Selfie con ropa deportiva	04/08/2020	🧘 @modafitness.xalapa	#fitness #fitnessgirl #instafit #cycling #studio	169	3
Selfie con ropa deportiva	03/08/2020	Siempre haciendo las cosas con amor y con mucho talento, te amo corazón eres el mejor 🤗👏 @jerry_14red	#makeup #makeupartist #loveit #makeupaddict #instabeauty #instamakeup #style #inspiration #love #goodvibes #colorful	220	3
Selfie con ropa deportiva	21/07/2020	Feliz día a mi otro bebe 🐶❤️	#dog #doglover #dogoftheday #instadog #instamoment #love #fun #smile #bettertogether	103	4
Selfie con ropa deportiva	11/07/2020	🌿❤️ Outfit: @elclosenecynthia	#fitness #fit #fitnessmotivation #fitnessgirl #fitspo #fitfam #healthylifestyle #strong #woman #life #so #good #goodvibes #smile #instagood #instamoment #instaphoto #instapic #instacool #instafit #sport #outfit #cool #style #fitnessmodel #happy #girl	336	4
Selfie con ropa deportiva	03/07/2020	Green Friday ❤️	#girl #blackhair #green #love #fitness #fitspo #fitmotivation #instamoment #instacool #instafit #healthylifestyle #happy #smile #loveit #goodvibes #positivevibes	222	2
Selfie con ropa deportiva	04/04/2020	Happiness 🤍	#stayhome #everything #be #ok #blessed #love	186	1
Selfie con ropa deportiva	19/03/2020	Once you see results, it becomes an addiction 🏃	#running #workout #fitnessmodel #sport #athlete #picoftheday #love #mylife	335	8
Selfie con ropa deportiva y con su perro/Vídeo con su perro (misma ropa)/Selfie con su perro (misma ropa)		No puedo prepararte el camino, pero te enseñaré a caminar en él.	#loveofmylife #love #goodvibes #roadtrip	191	1
Selfie con ropa deportiva/9 vídeos de diferentes ejercicios (rutina)	21/07/2020	Gracias @sportsplatinumfit por mantenerme activa esta cuarentena, amo mi soporte y mi barra que me facilitan hacer mi rutina en casa 🤗❤️ Outfit: @mofitnessmx	#fitness #fit #fitnessmotivation #fitnessgirl #fitnessmodel #fitnessaddict #fitfam #fitspo #instagood #instafit #instafitness #instacool #instalife #instahome #workoutathome #training #home #healthylifestyle #girl #strong #love #life #lifeisgood #body #hiit #hiitworkout #goodvibes	254	7
Selfie con su hija	12/07/2020	Sunday 🟡	#love #mylove #mylife #daughter #loveofmylife #happy #fun #smile #girl #instagood #instamoment #instalove #momlife	235	

Selfie con su hija	23/06/2020	Cuando lo haces con pasión se nota  Outfit : @maybafit .	#cycling #cyclinglife #fitnessmotivation #fitfam #fitspo #fitnessaddict #healthylifestyle #strong #girl #love #it #instagood #instacool	154	2
Selfie con su hija	18/06/2020	El amor de mi vida	#bettertogether #love #instamoment #happiness #momanddaughter	181	5
Selfie con su hija	02/06/2020	El amor de mi vida	#love #momlife #fitmom #smile #truelove #bestoftheday #picoftheday #happy #instagood #instaphoto #girl #daughter #mom #together #forever	171	5
Selfie con su hija	22/03/2020	Amando estar en casa con la persona que más amo en mi vida. Gracias por todos los días enseñarme algo. .	#quarantine #covid_19 #mequedoencasa #happy #clean #love #place #home #mom #daughter #together #forever	138	
Selfie con su hija	16/02/2020	Selfie Sunday	#selfie #sunday #fun #mylove #picoftheday #love #goodvibes	106	3
Selfie con su perro	27/08/2020	My boy, eres increíble	#dog #doglover #mylove #myboy #goodvibes	168	1
Selfie con su perro	02/06/2020		#blackandwhite #love #strong #life #photography #fitspo #fitfam #fitmom #goodvibes #positivevibes	159	4
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa con su hija (2)	26/06/2020	Enseñando con el ejemplo y un poco de diversión. . Soporte: @sportplatinum Ligas: @ultimate.xalapa .	#fun #exercise #workout #fitness #fitnessmotivation #fitfam #healthylifestyle #love #girl #daughter #video #instagood #inspo #instafit	271	8
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa con su hija (2)	27/03/2020	Extrañando mis rutinas de gym y eso que hacer brazo es lo que menos me gusta, pero hasta eso extraño  @daniel_garcia_sosa coach	#gymlife #strong #love #missyou #fitnessmodel #fitnessaddict	117	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa	23/06/2020	Mi persona favorita		2009	10
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (2)	03/06/2020	Gracias gracias por esta energía @emilio.aguilarc y @arbezcoach son los mejores   .	#cycling #cyclinglife #bala #boxing #practice #workout #workoutathome #workingprogress #goodvibes #positivevibes #fitnesslifestyle	136	7
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (10)	08/04/2020	Recreando una rutina de @senada.greca 16 reps por ejercicio.	#fitspo #hiitworkout #workoutathome #workoutroutine #fitnessmotivation #fitmom #fullbodyworkout #tb #love #happy #like	148	17
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (3)	09/06/2020	Amo los entrenamientos donde pones toda la actitud del mundo, quedas muerto pero feliz... Gracias @vladio.chiappetta por tus clases	#cycling #bike #bikelife #goals #goodvibes #love #loveit #lifestyle #fitness #fitspo #fitfam #fitnessmotivation #sweat #happy #peace #energy #freedom #instagood #instacool #instafit	179	6



Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (3)	25/03/2020	Mantener el cuerpo activo ocupa la mente. Debo confesar que el ejercicio es fundamental para mi vida, es mi manera de descargar mi energía, dejar que fluya, simplemente disfrutarlo y ser feliz. .	#home #stayhome #selflove #love #fitspo #fitnessmotivation #strong #healthylifestyle	144	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (4)	03/06/2020	Gracias @brendayoga por enseñarme a amar este arte y por transmitirme tu hermosa energía. .	#yoga #yogalife #meditation #breathe #love #energy #positivevibes	134	3
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (4)	30/03/2020	Entrenamiento de pierna en casa 🦋	#blessed #workout #home #legday #fitspo #fitness #fitnessmotivation #strong #healthylifestyle #workoutmotivation #love #mylife	202	33
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (4)	21/03/2020	🌿👉 @mofitnessmx outfit	#workout #home #staystrong #training #fitness #motivation #healthylifestyle #love #mylife .	161	8
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (6)	12/06/2020	Entrenamiento de bíceps, tríceps y abs Soporte: @sportplatinum . Outfit: @mofitnessmx . Ligas: @ultimate.xalapa .	#workoutathome #routine #fitnessmotivation #staysafe #instafit #healthylifestyle #love #my #body	154	5
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (7)	03/06/2020	Mis nuevas pasiones bala y bici las disfruto tanto 🦋 Gracias @arbezcoach y @vladio.chiappetta por sus clases me hacen amar cada día más estos deportes 🙌👏🥰	#bala #indoorcycling #fitness #fitnessmotivation #love #instagood #goodvibes	232	8
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (7)	07/05/2020	Tómalo positivo y gózalo 🙌 Ligas: @ultimate.xalapa . Outfit: @maybafit .	#goodvibes #happy #love #training #workout #workoutmotivation #bike #cycling #strong #fitspo	123	4
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (8)	19/05/2020	🦋 Amo tener este estilo de vida, porque cuando no hay motivación es la disciplina que me hace recordar que después de hacer una rutina me siento increíble y feliz. .	#stayhome #workoutmotivation #workfromhome #routine #fitspo #fitfam #fitnessmotivation #fit #healthylifestyle #lifestyle #instagood #love #happy #dog	192	5
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (9)	15/05/2020	😁 . Outfit: @mofitnessmx . Ligas de resistencia: @ultimate.xalapa .	#workout #workoutathome #workoutmotivation #workoutroutine #workfromhome #fitness #fit #fitnessmotivation #fitnessgirl #fitnesslifestyle #fitnessmodel #fitgirl #fitfam #fitmom #fitnessaddict #fitspo #getfit #happy #love #loveyourself #loveit #lifestyle #lifegoals	179	5

Vídeo haciendo rutina de ejercicio en casa (9)	07/05/2020	Aprendí a amar el entrenamiento en casa, cosas que me esta dejando la cuarenta: si amas algo, aunque no tengas todas las herramientas lo harás y punto 🍷 Ligas: @ultimate.xalapa .	#fitmom #fitness #fit #fitnessmotivation #fitnessgirl #fitnesslifestyle #fitnessmodel #fitnesslife #fitfam #fitspo #fitspiration #love #mylife	141	17
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	10/03/2020	🌟 abs .	#abs #fitness #strong #gym #love #like #healthylifestyle	1641	3
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	18/02/2020	Y debes dejarte fluir tanto que te conviertas en eso que estás pensando. 🙏🌿	#goodvibes #crossyourmind #love #myself #fitspiration #fitmom @mofitnessmx	1816	33
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio	04/03/2020	Mira tu reflejo y ve si lo observas ahí te gusta, te hace feliz y lo amas. Si no es así modifica tus conductas para que llegues a algo que te de esa felicidad, paz y todo ese amor propio que puedas proyectarlo 🙏❤️		1576	3
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	27/03/2020	Ella es igual de hiperactiva que yo, así que no pierde la oportunidad de disfrutar hacer ejercicio conmigo ❤️ @veloindoorstudio #athome .	#mygirl #workout #home #staysafe #fitmom #fitnessmotivation #fitspo	141	4
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	19/03/2020	🌟🙏 recordando mis rutinas favoritas .	#gym #fitness #fitspo #goodvibes #love #mylife	118	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	13/03/2020	Patada lateral con peso y Patada de glúteo en máquina 🌟 @daniel_garcia_sosa coach .	#gym #love #workout #training #fitnessmotivation	168	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	10/03/2020	Sentadilla Chaplin y femoral acostado	#fitnessaddict #fitspo #love #mylife #goodvibes #happy #place #gym	180	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	06/03/2020	Amo hacer espalda es uno de mis músculos favoritos 😊 @daniel_garcia_sosa el mejor coach	#fitmom #fitnessmodel #gym #workout #love	178	2
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	28/02/2020		#power #love #gym #fitness 🍷	108	

Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	28/02/2020	 @daniel_garcia_sosa coach . @maybafit outfit	#strong #fitnessmotivation #gymlife #lovelylife #love #healthylifestyle .	166	1
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (2)	21/02/2020	Y si nos detenemos un momento levantamos la mirada y disfrutamos de la naturaleza 🌳🌿	#nature #happiness #breathedeep #smile #everyday #love #life	133	
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio (3)	04/03/2020	Entrenamiento de pecho, crossover en polea, 40 LBS de cada lado en press, limpiaparabrisas para abdomen (primer intento )  	#gym #fitness #healthylifestyle #fitmom #love #selflove	235	7
Vídeo haciendo rutina de ejercicio en el gimnasio(3)	24/02/2020	 	#blessed #goodvibes #positivemind #love #lifestyle	182	6

Fuente: Elaboración propia

## Zihu

Imagen 95. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 96. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 97. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 98. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 99. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 100. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 101. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 102. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 103. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 104. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



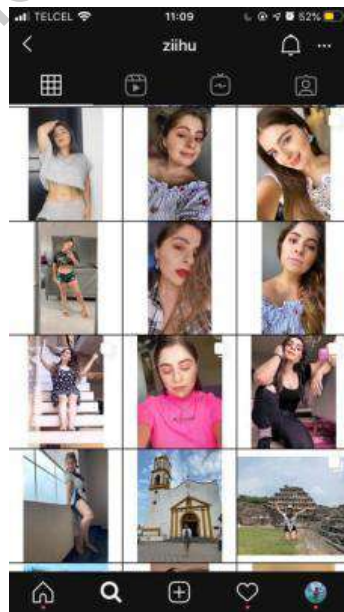
Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 105. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 106. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu



Fuente: Plataforma sociodigital Instagram

Imagen 107. Captura de pantalla del perfil en Instagram de Zihu

Fuente: Plataforma sociodigital Instagram



Tabla 34. Sistematización de las 135 fotografías del perfil de Instagram de Zihu

Fuente: Elaboración propia

USUARIA: ZIIHU						
Categorización	Fecha	Descripción de la foto	Hashtags	Información	Likes	Comentarios
Foto con ropa casual mostrando su abdomen	21/09/2020	Sé feliz, es muy fácil... solo que TÚ lo complicas. Sólo es cuestión de serle fiel a lo que quieres y deseas, es conocerte para encontrar a tu MEJOR VERSIÓN... ❤️ HAZ LO QUE MÁS TE GUSTA 😊	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #loveme		103	4
Frase motivacional	20/09/2020	🔥 El sexo también es parte del amor propio...🔥 🌸 Porque esto también es un TODO y parte de nosotros 🌸 Con una buena conexión te aseguro que ya habrá buen sexo... solo aprende a distinguirlo y será un BOMBA 🍌🔥	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Solo necesitamos buen sexo, lealtad y conexión	39	3
Foto con ropa casual	18/09/2020	🌸 Sigo tratando de sanar las cosas que no hablo....❤️ Abrázate en todo momento!❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		128	10
Frase motivacional	17/09/2020	🌸 Sentimos culpables ante situaciones externas, nos enferma. Nadie debe de responsabilizarte de algo que no haces, mucho menos de lo que les haces sentir con tus acciones, palabras y demás...🌸 Si las personas tuvieran un poco de	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	No dejes que usen la culpa para controlar tus decisiones y TÚ VIDA	33	1

		amor propio de harian responsables de ellos al 100%...🌸 QUIÉRETE UN CHINGOOOOO!				
Selfie con ropa casual	14/09/2020	❤️ La vida con rojo es más sensual... ❤️ El color del amor, yo lo elegiría siempre ❤️😘			159	12
Frase motivacional	13/09/2020	🌸🌸 ¿Porqué lo elijo? 🌸🌸🌸 Por qué yo decido que me afecta, que no, de qué manera y cómo soltarlo, yo misma al aceptar lo que me toca vivir es la prueba más grande de amor, dejar que llegue a mí abrazar cada emoción sin responsabilizar a lo externo; ese es el amor más grande. Tú decides qué haces contigo o te levantas o TE HUNDES, nadie lo hará por ti... 🌟	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Elijo el amor propio, el único que nadie me puede QUITAR	30	
Selfie con ropa casual	11/09/2020	🌟🌟🌟 Decidí juntar mis pedazos para crear un mosaico; ser ARTE entre las RUINAS... 🌟🌟 Mírame triunfando como siempre! 💜💜	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez #loveme		13	2
Frase motivacional	11/09/2020	🌟 Así tal cual con las personas!! 🌟 Date tu valor, para que entiendas que los limones jamás te darán algo dulce y que por más que te esfuerces, sabes perfectamente que no está en ti modificarlo, pero sí, saber lo que mereces! 🌟	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez #veracruz	No puedes pedir a unos limones que te den jugo dulce cuando es solo amargura y acidez lo que carga en su interior..	162	8
Selfie con ropa casual mostrando su escote	10/09/2020	🌸🌸🌸🌸 Por la vida, por las personas que tienes cerca, por tu familia, por ti, por no ser lo mismo que fuiste ayer, por crecer, por ser mejor persona para ti... por dar amor y recibir... por eso y más mujer, te mereces la felicidad total. 🌸🌸	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		199	5
Frase motivacional	08/09/2020	A veces queremos que personas cercanas a nosotros aprueben cada paso que damos, ES IMPOSIBLE! De hecho deberíamos ni siquiera hacerlo... Son nuestras decisiones y los únicos que tomarán el riesgo y las consecuencias somos nosotros mismos... mejor date la oportunidad de dejarte ir, ya verás lo que te prepara el destino. ❤️💜💙	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez #veracruz	No busques la aprobación de nadie, con la tuya es suficiente.	19	
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	07/09/2020	🌸🌸 Hoy hice un #makeup con una de las paletas que tiene @cositasxalapa en realidad solo deje fluir el momento y ese fue el resultado. Les comparto que yo no me sé maquillar, y solo he tomado un curso con mi preciosa @esmegarciamua de igual manera, creo que para eso se necesita paciencia y es algo de lo que yo NO TENGO, aún así... QUEDÓ INCREÍBLE 💜💚🌟	#xalapa #xalapaenriquez #makeup #cuarentena		95	7



Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	07/09/2020	☀️ Y se nos va la vida pensando demasiado, cuando la solución solo es: ☆☆☆☆ ¡Chingue su Madre!! ☆☆ Quiérete un chingo! 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	La vida está después del ¡Chingue su madre!	91	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	05/09/2020	🌸🔥 Vendo fotos de mis pies.....😏 ❤️💜💚	#xalapa #xalapaenriquez #veracruz		110	4
Frase motivacional	04/09/2020	🌸 Lo desconocido siempre nos va a dar miedo, porque no existe un registro pasado que nos diga nuestro ego qué pasará... 🌸 Siempre vete como “Gorda en tobogán” a veces piensas más de lo qué pasa y gracias a ello te quedas en tu Zona de Confort ¡Qué hueva no? ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Da miedo lo desconocido pero dale oportunidad a lo nuevo	19	
Foto frente espejo con ropa casual	02/09/2020	💜💜 Qué guapa estás desde que te quieres tanto 💜💜 Vístete para ti, ámate y acéptate tal cual eres... 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		210	15
Frase motivacional	01/09/2020	Sé que tendré muchas críticas por esta frase, pero ... ¡les digo algo? No hay nada más hermoso que ser fiel y hacer solo lo que te hace feliz. Rompe ideas que solo te hacen tener amargura en tu corazón y en tu vida ★	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Preferible tener una mente abierta por curiosa que una cerrada por creencias	25	1
Foto frente espejo con ropa casual cuerpo completo	30/08/2020	★ Una mujer que es capaz de irse cuando ve que ya no hay amor... ★ Una mujer que se da su lugar y no se entrega a cualquiera... ★ Una mujer que es capaz de mandar a la mierda a quién la trata mal.... ★ Una mujer así... ya sabe de que se trata EL AMOR ❤️💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #loveit		245	18
Frase motivacional	30/08/2020	Eres un/ica en este mundo, tú esencia es lo que te hace diferente, así que nunca te compares con nadie..... 💜💚 Tienes que competir contigo mismo para ser mejor cada día dependiendo de tus expectativas. 😊👉	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Todas somos diferentes, cuando podamos aceptarlo, no habrá competencia ni comparación.	25	2
Selfie con ropa casual	28/08/2020	Cómo te sientes, te ves 💜💚🌟🌍 ¿Cómo me ven? ¿Qué les transmito? 👉😏	#xalapa #xalapaenriquez		106	6
Frase motivacional	27/08/2020	No responsabilices a lo externo de lo que traes dentro de ti. ❤️ Aprende a detectar lo que te checa 💜	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Todo lo que accionas, dices o haces es un reflejo de tu batalla interna	19	
Foto con ropa casual mostrando su escote	25/08/2020	🌸 yo me curo sola 🌸 O también me hundo! Tú decides, nadie te salva, nadie te ahoga, solo tú! ❤️ Quiérete un chingo 💜💚	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		167	11

Frase motivacional	24/08/2020	<p>🌸 A mi no me gusta cambiar a la gente, creo que lo que cada uno da, es todo aquello que vive dentro de ellos y sus múltiples "demonios"... Solo trato de darle a la gente un poco de mi para que vean las cosas desde una percepción más amplia y no estén cerrados a los cambios, ni mucho menos a encerrarse en sus MIEDOS, el miedo paraliza y no te deja avanzar, pero la comodidad aburre! 🌸🌈</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	No quiero que seas mejor para mi, sé mejor para ti; Conmigo serás lo que seas contigo	16	
Foto con ropa casual cuerpo completo	23/08/2020	<p>El truco está en que mientras sepas quién eres y lo que te hace feliz, no te importe como te VEAN lo demás. 🌟🌈 Recuerda lo que vales y si NO sabes... descúbrela. 🌟🌈🌈</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		236	13
Frase motivacional	22/08/2020	<p>Todo está bien aquí, aún si tú no lo estás!! 💜 Hay que abrazarse más cuando no nos encontramos al 100%, ahí empieza el amor verdadero! 💜</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Todo está bien, justo aquí y ahora.	25	
Foto con ropa casual cuerpo completo	20/08/2020	<p>En un mundo donde solo sea suficiente lo que te gusta y lo que quieres, no hace falta aprobación de nadie.... 💜 Tienes las herramientas suficientes para ser feliz, olvida lo externo, juicios y críticas, lo que hagas para ti, ESTA BIEN HECHO! 🌟🌈</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		205	17
Frase motivacional	18/08/2020	<p>Antes de responsabilizar a lo externo, hazte responsable de ti, de tus emociones! 🌟 Quiérete y explora lo que eres! 🌟</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	Si no te gusta lo que recibes, analiza lo que das.	28	
Foto con ropa casual cuerpo completo	17/08/2020	<p>A veces podré dudar de mi físico pero jamás de mi personalidad, quizá físicamente no soy "lo mejor" pero personalmente sí, sé que soy una gran persona, sé que valgo la pena y que las personas que tienen mi amor son muy afortunadas y creo que aceptar el alma es tenerse más amor propio que aceptar el físico.... 🌟🌟 Nunca dejes de AMAR lo que eres, nadie es como tú.... 🌟💜</p>	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		146	10
Frase motivacional	16/08/2020	<p>A veces idealizamos a las personas por comentarios de otra gente, en ocasiones no nos damos la oportunidad de tratarla y nos quedamos con la percepción de los demás generando un juicio FALSO. Te "desilusionas" SOLO por crear una realidad que NO existe, solo esta en tu mente la creación de un ser que ni siquiera tienes enfrente! Cuidado! 🌟</p>	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Nos "desilucionan" porque nosotros idealizamos a una persona de cómo nos gustaría que fuera y NO ES.	22	
Foto con ropa casual cuerpo completo	15/08/2020	<p>Las experiencias de la vida te enseñan a valorar mucho más a la gente cercana que jamás te dejará sola, a que la vida se puede ir en cuestión de segundos sin que dependa de ti por qué no tienes el poder de controlar todo, a comprender qué hay gente que amas y justo son esas en quién piensas primero cuando tienes mucho</p>	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		127	2

		miedo...❤️ La vida es nuestra mejor maestra para todo! ❤️❤️				
Frase motivacional	13/08/2020	La frase habla por sí sola...🌟🌟 No temas a ver tu reflejo en los demás.. mejor, acéptalo y evoluciona. 🌟	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Le llamamos "tóxico" a aquello que somos pero no nos gusta ver en los demás.	182	7
Foto con ropa casual cuerpo completo	13/08/2020	Él autoestima alto te ayuda a entender que TODOS somos los mejor y que todos podemos BRILLAR juntos. ❤️ Cree en ti 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		20	
Frase motivacional	12/08/2020	Tú actúas, reaccionas, visualizas de acuerdo a tú percepción de la vida. Hay cosas muy dentro que no detectas, sin embargo, la vida te lo muestra, si día a día te quejas, te molestas, te enojas de lo EXTERNO... cuéntame ¿qué tienes adentro?❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #veracruzana	Mi nuevo mundo es un reflejo de mi nueva VERSION	26	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	10/08/2020	🌟🌟Hacerme feliz es mi parte favorita, por que me gusta darle a la gente lo mejor de mi... 🌸 Uno comparte lo que lleva por dentro y no importa lo que el externo haga con ello! 🌸 tú vive a tu manera 🌸 Disfrútate y quíérete siempre!🌟que NO hay nadie como TÚ 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		152	5
Frase motivacional	08/08/2020	Todos los días trabaja con las cosas que no te han hecho bien, pues recuerda que cuándo no cierras un ciclo, la vida te lo presenta en alguien más bonito pero sigue siendo lo mismo. Tú eres el reflejo de otras personas, así que analiza quiénes te redondean ¿te gusta? 🤔🤔🤔	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	El único éxito es convertirte en tu mejor versión.	14	
Foto con ropa casual cuerpo completo	07/08/2020	Quiero ver que te quieres, que te miras al espejo y sonríes, que eres más tuya que de nadie. Te quiero así, porque solo así haces feliz a quien te rodea ❤️❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		220	17
Frase motivacional	06/08/2020	🌸Es simple... cuestión de ACTITUD. ❤️ No hay pretexto alguno para que no lo hagas, solo vence tus miedos y vete como gorda en tobogán ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Todos podemos, pero no todos tienen los huevos para hacerlo..	37	7
Foto con ropa casual	05/08/2020	🌸Si tú no haces tus días mágicos ¿quién más? 🌸 Responsabilízate de ti, no de lo externo..❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		71	
Vídeo a sus padres	03/08/2020	Dirigido a mis padres!! 🌸 Anoche escribir este texto, salió de la nada y me encantó. Espero se tomen el tiempo de escucharlo, si se identifican... dejen un corazón en comentarios. 😊🌸	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		269	11

Foto con ropa casual mostrando su abdomen	03/08/2020	🌸 Cuándo sabes lo que vales, dejas de dar descuentos! 🌸 Quiere un chingo! 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		201	24
Frase motivacional	01/08/2020	🌸🌸 Las mentiras son miedos que no te dejan ser tú mismo, te reprimes por la reacción de lo externo, cuando lo más importante es ser valiente y enfrentar eso que sientes... No importa lo que pase con lo de afuera pero lo que si vale la pena, es vivir lo que pasa DENTRO de ti. 🌸 Suelta, vive.... ÁMATE ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Cuándo mientes, al único que engañas es a ti..	21	
Selfie con ropa casual mostrando el escote	31/07/2020	Un paso cada día y una alegría por cada vez ❤️❤️ Sé amor! ❤️❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		123	2
Frase motivacional	30/07/2020	🌸🌸 De mis frases favoritas 🌸🌸 Todo lo que te dé miedo tienes que hacerlo! Es un gran reto para ti y te dará poco a poco confianza. Date!!! Tú puedes 🌸❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Qué valiente te ves temblando de miedo pero arriesgándote a VIVIRLO	22	3
Foto con ropa casual cuerpo completo	28/07/2020	Había aprendido a luchar contra su cuerpo y un día decidió escucharlo se dio cuenta que cuando empieza la escucha, termina la guerra... ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		133	10
Frase motivacional	27/07/2020	🌸 Vales un chingo como para merecer menos! 🌸 Estás en tu momento perfecto! 💜❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Ella no es peligrosa por saber lo que quiere, lo es por saber lo que VALE	20	2
Foto con ropa casual mostrando su escote	24/07/2020	Ella estaba feliz, ella vivía en sí misma y disfrutaba de su propia compañía. Lo llamaron soledad; ella sabía que era libertad... ❤️ Amor con amor se paga... 🌱	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		242	8
Frase motivacional	23/07/2020	🌸🌸🌸 De mis frases favoritas Siempre tendremos miedo a expresar lo que sentimos por miedo a recibir una respuesta que no queremos, pero debemos ser valientes y retornos a romper con eso que no nos deja ser feliz... Sólo debes hacer una cosa: confiar en ti. 💜	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	No temas a externar lo que sientes, al final de todo un rechazo (NO) ya lo tienes ganado, ve por el SÍ.	19	
Foto con ropa deportiva cuerpo completo	21/07/2020	Te han insultado y seguirán insultándote... pero ¿sabes una cosa ? Lo hacen porque así actúan aquellos que tienen miedo de tu LIBERTAD... Busca tu felicidad sin joder al prójimo ❤️❤️❤️🌱	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #gym		196	6
Frase motivacional	20/07/2020	No hay un mejor amor que el que te das a ti misma soltando acciones, circunstancias, personas o momentos!....❤️ Si nadie te da tu lugar, tú dátelo! Quiérete un chingo ❤️💜❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Tuve que soltar, y me agarre muy fuerte de mi misma	29	
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	19/07/2020	Hoy fui modelo de mi chula @esmegarciamua recreó un maquillaje debido a su asistencia a un curso.... Me súper encantó!!! Y me da mucha alegría ser parte de	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		119	4

		este proceso, sin duda admiro mucho tu entusiasmo para siempre superarte, siempre voy a estar el ahí apoyándote no importa el tiempo que sea. TE AMOOO ❤️				
Frase motivacional	17/07/2020	A TODOS NOS DA MIEDO ALGO..... pero si nunca los retas, jamás podrás ver hasta donde eres capaz de llegar, los miedos nos limitan, pero cuando te atreves a experimentar, lo primero que harás en tu vida, es irte como gorda en tobogán.... No temas a lo que vendrá, preocúpate por tu presente y deja de PERDER tiempo! Decide! 💜❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #xalapaveracruz	Y tú... ¿en qué miedo descubriste que eras Valiente?	15	2
Foto con ropa casual	15/07/2020	Que nunca te borren tu sonrisa.. ❤️ Ser feliz no cuesta nada por qué solo depende de TI ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		195	9
Frase motivacional	14/07/2020	No es egoísmo priorizar sentirte bien, darte tu lugar y respetarte ante todo. Nadie va a meter las manos por ti, pero tú si puedes NO permitir menos de lo que te mereces. ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	El amor propio no es egoísmo, primero lo primero	42	
Foto con ropa casual cuerpo completo	12/07/2020	“Cuándo aceptes tus defectos, nadie los podrá utilizar en tu CONTRA”....❤️ Aprende a decir: no me merezco esto y vete! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez #live #beach		144	4
Frase motivacional	11/07/2020	Cuándo no te interesan las explicaciones, te vas.... Todos deberíamos aprender a soltar personas, acciones o algo que no nos haga bien. Quiéranse mucho! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	ALEJARTE en vez de reclamar, es el acto de amor más grande que te puedes dar	29	2
Foto frente espejo con ropa casual	10/07/2020	Recuerda lo que vales, para qué nadie nunca te haga sentir MENOS. ❤️ Ponte antes que todo lo demás! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		102	6
Frase motivacional	09/07/2020	Creo que antes de empezar a amar nuestro cuerpo (externo) deberías aprender a amarnos por dentro. Las emociones nos vuelven volubles a cualquier situación pero tú eres el único responsable de saber cómo actuar. Hay personas que son muy explosivas y siempre están en conflicto, pero no hacen nada por cambiar y todos son culpables MENOS ÉL O ELLA. CAMBIEN CARAJO... su vida se los agradecerá 😊❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	El amor propio también consiste en saber manejar tus emociones.	24	4
Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	06/07/2020	Yo no persigo, yo atraigo. Lo que es para mí, ME ENCUENTRA. ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		217	7
Frase motivacional	04/07/2020	Nunca nos atrevemos a sentir y recurrimos a todas esas cosas que nos vuelven volubles para sentirnos mejor..... Entrar en nosotros se vuelve algo complejo. Pero no te hagas dependiente de ellas. ❤️		No son las drogas, tampoco el cigarro, ni mucho menos el alcohol que te hace	24	4

				adicto, sino la necesidad de escapar de TÚ REALIDAD		
Foto con ropa casual	02/07/2020	Lo que mereces, tienes que saber lo que mereces... Quiérete un chingo! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		132	4
Frase motivacional	01/07/2020	Dejemos de ser lo que NO somos por encajar... ❤️ Quiere un chingo! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez	La vida se trata de superación personal, no de impresionar a los demás.	28	
Selfie con ropa casual mostrando el escote	29/06/2020	La mente es tan poderosa que nos lleva a historias que NO existen, nos anticipa en tener miedo de experimentar, crear, crecer, ser tú mismo. Pero no olvides que tú controlas a ella, no ella a ti. TÚ PUEDES! ❤️	#amorpropio #xalapa #xalapaenriquez		236	14
Frase motivacional	28/06/2020	Cuando hay amor, no importa nada más.... ❤️ Que te valga un carajo su pasado! Enfócate en el hoy ❤️	#xalapa #xalapaenriquez	No importa el pasado de la persona, si te hace feliz... ¿a qué le buscas excusa?	29	
Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	26/06/2020	Aceptarse no implica que no quieras cambiar nada de ti, significa al contrario, querer seguir mejorando, pero desde el amor hacia ti misma y no desde el rechazo de algo que no te gusta de tu forma de ser o cuerpo ❤️ . . Todo con amor es MEJOR! ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		145	6
Frase motivacional	24/06/2020	Siempre inspira a alguien, ayúdala a que sus debilidades sean una fortaleza pero sobre todo, a creer en ella misma, a que sepa que todas tenemos el mismo poder de ser grandes, tan grandes que quieran comerse el mundo. Quiérete un chingo para no permitir que nada, ni nadie te destruya ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #mexico	No seas la copia de nadie, mejor sé la inspiración de muchas	28	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	22/06/2020	No soy mi dolor pero aprendí a inspirarme de él... ❤️ Quiérete un chingo! ❤️	#xalapa #xalapaenriquez		144	4
Frase motivacional	22/06/2020	Sin duda... Nosotras mismas nos complicamos la vida cuándo no rompemos con ideas que de plano nos hacen sufrir, ideas que nos enseñaron porque nosotros no las inculcamos desde pequeño, sino que nuestro externo hizo que las hiciéramos parte de nosotras. Si esa idea, estructura y demás no te hace feliz... SUÉLTALA! Somos seres libres para adoptar nuevas ideas y ser mejores seres humanos pero más que todo, FELICES! ❤️ Deja de hacer tú vida un caos, porque solo existe en tu mente. Cree en ti. ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Solo hay un ser que te complica la vida... TÚ	29	6

Foto con ropa casual cuerpo completo	21/06/2020	Eres mucho mas que aquello que te rompió alguna vez .... Nuestro pasado no nos define! El ahora si! ❤️ quiérete un chingo	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		139	5
Frase motivacional	19/06/2020	Experimentar nuevas cosas es retar a tu miedo, pero no sabes que detrás de ese miedo hay una gran recompensa., salir de tú zona de confort es lo más complejo, te juro que cuando lo hagas vas a querer probar cosas nuevas todo el tiempo y disfrutarás el camino para llegar a donde quieres. . Atrévete a probar!! Quiérete un chingo.. ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Aviéntate, experimenta, no tengas miedo, solo este presente es lo verdadero	23	
Foto con ropa casual cuerpo completo	18/06/2020	Hay días que te sientes invencible y al rato, te sientes insuficiente. Hay días en el que te sientes feliz y por la tarde, lloras. Hay días que das mucho amor y después NO entiendes nada... Así es la vida de hermosa, nos da de todo pero lo más importante es no quedarte atrapado en eso que nos hace mal. . Cambia tu forma de ver la vida, de pensar; deja de suponer y atreve a vivir la vida desde otro enfoque. Quiérete un chingo ❤️❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		109	3
Frase motivacional	17/06/2020	“A veces” aplicamos las cosas que nos hacen las personas, pero en realidad esa persona NO eres tú.... tú no haces lo que ellos hacen porque tú estás llena de amor y paz; es más, no necesitas convertirte en un ser humano lleno de rencores y corajes por las acciones de los demás. . Tú eres tú y no necesitas hacer absolutamente nada para ser visto, brilla a tu manera. ❤️❤️ Quiérete un chingo para que observes lo maravillosa que eres ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	NO trates a alguien como te trata a ti, tú NO eres así.	32	
Selfie con ropa casual	16/06/2020	A veces siento que no estoy cuerda en lo que hago; sin embargo, me divierto, disfruto y al final me río del resultado. . Me encanta esta versión de mi... ❤️❤️❤️ Quiérete un chingo y ámate en todas tus facetas!!!! ❤️❤️❤️ Ocupe “hojuelas” de @agubracosmetics ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		158	10
Frase motivacional	14/06/2020	Tenemos en la mente a dónde queremos llegar, pero siendo sinceros, no disfrutan el camino, de echo solo están estresados, frustrados, cansados y no disfrutan su presente. Hagan lo que aman y no será cansado ni mucho menos tendrán que forzarse. Quiéranse UN chingo para valorar el HOY Los amo ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio #love #alamierda	A la mierda con el futuro, VIVE tu presente	45	
Foto con ropa casual cuerpo completo	13/06/2020	O SEAS HERMOSA... Siguen diciendo que ser hermosa es todo lo que una chica necesita ser. ¡OLVÍDALO! No seas hermosa, se LOCA, Divertida, Aventurera, sé TÚ	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		30	

		Misma, BRILLA a tu manera . Quiérete un chingo ❤️				
Frase motivacional	12/06/2020	Entiende que responsabilizar a lo externo lo único que hace es alejarte de ti, atrévete a conocerte y saber que la única competencia eres tú. Tú eres mejor o peor persona para ti misma, lo externo es solo un reflejo de lo que eres. ❤️ Quiérete un chingo.	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Tú competencia más fuerte, eres tú mismo, NO tu exterior.		
Foto con pijama cuerpo completo	11/06/2020	Fomentar el odio no es parte de mi... Quiéranse mucho 😊😊😊			106	6
Frase motivacional	10/06/2020	En realidad tú atraes lo que eres, por eso es que a veces las relaciones se repiten con uno y otro, es más, les encuentras parecido y lo que te molesta también lo tiene la otra persona. Lo importante es entender que si la vida te pone una y otra vez lo mismo es un aprendizaje y recuerda que si no APRENDES, TODO SE REPITE. Está en ti cambiar tu vida. Quiérete un chingo ❤️	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Cuándo sabes lo que mereces, ya no encajas con el primero que te hable bonito.	37	
Foto frente espejo con ropa deportiva cuerpo completo	09/06/2020	La creación qué haces contigo misma, es la mejor inversión. ❤️ Quiérete un chingo! ❤️	#Xalapa #amorpropio		95	1
Frase motivacional	08/06/2020	Debemos aprender a ser libres, a quitar ideas de nuestra mente que nos impiden ser feliz, hay muchas libertades que NO JODEN a nadie y nos hace sentir bien. Experimenta nuevas cosas, no vuelvas tu vida una rutina y empieza a VIVIR. Quiérete un chingo	#xalapa #xalapaenriquez #amorpropio	Disfruta de las libertades que NO joden a nadie	29	2
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	07/06/2020	Este makeup me lo realizó @esmegarciamua con productos de @agubracosmetics . Siempre inspira, crea e innova, ten impacto en la vida de alguien siendo TÚ misma. ❤️	#makeup #xalapa #xalapaenriquez #amorpropio		46	
Frase motivacional	06/06/2020	Siempre damos a lo externo TODO pero cuando se trata de recibir NO aceptamos ni un poco de eso, de hecho nos incomoda recibir y aceptamos migajas, porque con eso tan poquito nos conformamos. . En realidad debemos aprender a recibir aunque nos incomode, DAR es súper bello pero recibir habla de cuándo es que TÚ crees que te mereces y yo Creo que nos merecemos UN CHINGO ❤️ Ámate, acéptate y quiérete para JAMÁS conformarte con poco. Date tu valor ❤️	#amorpropio #xalapaenriquez #xalapa #veracruzmx	Quiérete un CHINGO para NO aceptar migajas de nadie	181	11
Foto con ropa casual	04/06/2020	Si busco tú aprobación, ya estoy JODIDA. ❤️❤️ Acéptate tal cual eres, eres MARAVILLOSA. ❤️	#amorpropio #xalapaenriquez #xalapa		23	



Frase motivacional	04/06/2020	ambién debemos amarnos cuando nos encontramos en caos con nosotros mismos o cuando sentimos que todo marcha mal. Esa aceptación nos hace reflexionar y ver las cosas de otra manera. . Quiérete un chingo, lo vales.	#amorpropio #xalapaenriquez #xalapa	Para amarnos, hay que dejar de odiarnos en momentos complicados		
Foto frente espejo con ropa casual	03/06/2020	Cuándo sabes que quieres no se te dificulta entender que lo mejor de tu vida es tu paz.... cuándo no tienes idea de quién eres y qué quieres, eres un caos. ❤️	#amorpropio #xalapa		126	3
Frase motivacional	02/06/2020	Nuestro pasado está muerto y no hay forma de modificarlo, el futuro es solo ilusión, no sabes que va a pasar, el presente es lo único vivo y no lo disfrutas. ❤️ ¿Te das cuenta quién es tu peor enemigo ? TÚ MISMO. ❤️	#amorpropio #xalapa	Este presente ya lo tiene todo ¿Cuál es el pedo?...	20	
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	01/06/2020	Para curarte solo necesitas seguir a tu alma. ❤️ confía en ti ❤️			94	2
Frase motivacional	31/05/2020	Toda persona cumple un ciclo en nuestra vida y eso es maravilloso, poder decirle adiós sin que duela, eso es amor. Entiendes que aprendiste algo de ella pero sin duda, lo que viene es mucho mejor. Así que te invito a que cambies tu percepción y entiendas que si alguien se quiere ir, que le llegue., no es el fin del mundo, es el COMIENZO de algo espectacular. ❤️ abraza tu presente ❤️	#amorpropio #xalapa	Cuándo alguien se quiera ir, que le LLEGUE	46	2
Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	30/05/2020	Cuándo sientas que todo está perdido, recuerda que te tienes a ti y con eso ya tienes TODO GANADO. ❤️	#amorpropio #xalapa		159	5
Frase motivacional	29/05/2020	En esta temporada nos hemos enfrentado a muchos cambios emocionales pero las emociones más sobresaliente es el enojo y la tristeza, está bien sentirse mal y enojarse pero no hay que dejar que esas emociones nos dominen día a día porque sería súper cansado. . Hay que trabaja controlando nuestros pensamientos, pues en la mayoría de las ocasiones son ellos los que hacen que en un momento estable, nos envíen una emoción innecesaria. Sólo tú tienes el poder sobre ti, tú sabes si te amas o te destruyes. Quiérete un chingo ❤️	#amorpropio #xalapaenriquez	Si no te hace bien, suelta a ese pinche güey	39	4
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	28/05/2020	ROMPE REGLAS!! Si a ti te gusta y te sientes bien, ¿qué importa lo demás? ❤️ . Experimenta, explota, haz lo que quieras! Es TÚ vida. Ocupe maquillaje de @agubracosmetics ❤️	#xalapaenriquez #xalapa #makeup		165	11
Frase motivacional	27/05/2020	Haz lo que AMAS! y te aseguro que tú jamás tendrás que forzar nada para que se quede. ❤️ . Quiérete un chingo.	#xalapaenriquez ❤️ #xalapaveracruz #amorpropio	Nadie te evalúa, haz lo que QUIERAS	32	

Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	26/05/2020	¿Te detienes a ser tu misma por miedo al rechazo? Todos en algún punto de nuestra vida pasamos por procesos complejos de críticas, a mi también me contagiaron de esos comentarios haciendo que me rechazara a si misma; yo era gordita y fue un trauma para mi.... pero gracias a eso, entendí que todo mi alrededor fue creado por mi, porque yo transmitía eso... Quiéranse mucho y hagan a un lado las palabras que nos dicen y si no pueden, Aléjate de ellos! ❤️	#amorpropio #xalapaenriquez		120	1
Frase motivacional	25/05/2020	Nadie es cómo tú y por eso debes amarte, cada persona es diferente a ti, explota lo que te caracteriza y dale sin miedo. .	#amorpropio #xalapaenriquez	Nadie es como yo y ese es mi poder	26	
Foto con ropa casual mostrando su escote	24/05/2020	Un día me volví tan yo que la gente no me conocía. 😊 Nunca esperes la aprobación de la sociedad, solo hazte FELIZ, te lo mereces. 😊			156	1
Foto con ropa casual mostrando su escote	22/05/2020	Mi segundo nombre es Valentía... ❤️ Los quierooo!			92	7
Frase motivacional	21/05/2020	He empezado a entender que lo más importante que tiene el ser humano es sin duda, su PAZ. El caos nos genera demasiado problema interior, para eso solo necesitas alejarte de lo que NO te hace bien. Nunca es tarde para empezar de nuevo. Quiéranse muchoooo ❤️		La persona que tiene paz tiene todo	33	
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	19/05/2020	Hoy me hice este maquillaje con hojuelas de @agubracosmetics estuve practicando un poco lo que aprendí con mi preciosa @esmegarciamua . Me encanta lo simple, pero a veces trato de darle un toque personal. ❤️			129	18
Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	17/05/2020	La Paz interior empieza el día en que decides no permitir que otra persona maneje tus emociones 😊 Quererte, es poder ❤️	#xalapaenriquez		159	4
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	15/05/2020	Carita de ángel ❤️ Tú esencia nadie la tiene, así que explótala al cien. ❤️			91	2
Foto con ropa casual mostrando su escote	14/05/2020	Nunca quieras encajar con personas que no quieres estar, no sacrifiques tu tiempo porque ni eso se valora. . Quiérete mucho y sé fiel a ti mismo. ❤️			160	10
Foto con ropa casual cuerpo completo	13/05/2020	Amar tu esencia es la parte fundamental de tú vida, no importa si te rechazan, si lo hacen sabes perfectamente que hacer, no importa si te critican, sabes perfectamente que hacer y no importa si te juzgan! Cuándo te amas completamente solo importas tú, el criterio de los demás; sale sobrando. .			119	2

		Algo que deben hacer, es aprender amarse. ❤️				
Foto frente espejo con ropa casual	11/05/2020	Tengo muchas fotitos con este outfit.... así que las subiré después 🤪🤪🤪🤪🤪🤪			150	7
Foto con ropa casual mostrando su abdomen	09/05/2020	Cuánto amor de sobra... cuánto amor para dar... 😊			144	4
Foto con pijama cuerpo completo	07/05/2020	Hoy en un día lluvioso, inventé hacer esto en mi recámara, al principio la había colocado bajo la cama pero se rompió y eso fue lo que sobrevivió jajajaa ❤️❤️❤️ No son mis mejores fotos pero me ENCANTA estar FELIZ ❤️😊😊😊😊😊 BUENAS NOCHES 🌙📺			115	7
Foto con ropa casual cuerpo completo	06/05/2020	Hoy les puedo decir que soy la persona MÁS FELIZ del mundo, es así cuando tienes paz, dicha, plenitud y UN CHINGO DE AMOR!! . A pesar de las circunstancias estoy pasando un cumpleaños lleno de sonrisas, sin duda, esto había deseado hace mucho tiempo, sentirme de esta manera es lo más hermoso que pueden tener para ustedes mismos. . Gracias por sus felicitaciones, guardo cada una en mi corazón y no olviden siempre siempre SONRÍAN 😊 LOS AMO ❤️			135	28
Foto con ropa casual cuerpo completo mostrando su abdomen	04/05/2020	Cuando somos buenos, nadie nos recuerda; cuando somos malos, nadie nos olvida. ❤️			78	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	03/05/2020	El presente es lo único vivo de nosotros, por eso disfruta cada momento, cada hora, segundos, compañía y olvídate de lo demás. Cuándo aprendas a vivir así les juro que su vida valdrá la pena CADA DÍA ❤️❤️❤️❤️❤️.			95	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	01/05/2020	Eres hermosa, por el fondo de tu alma ❤️			127	10
Foto con ropa casual cuerpo completo	30/04/2020	Mis papás ya no aguantan mis loqueras, dicen que la casa ya no me basta para tomarme fotos 😊😊 . Pero saben que soy la que alegra sus días, sino ya me hubieran corrido 😊			95	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	29/04/2020	Dicen, por ahí, que la han visto bailar, Que parece que está loca, Que te mata si la tocas..... NO le digas que la quieres porque se lo lleva el VIENTO.❤️				
Foto con ropa casual mostrando su abdomen	27/04/2020	“No le importa si nadie la ama, hay mucho tiburón pero en ese mar no nada, no quiere una vida salada, prefiere algo más dulce” ❤️ .			127	7

Foto con ropa casual mostrando su abdomen	25/04/2020	Me gustan las personas apasionadas, las que aman sin miedo a nada, las que se atreven a enfrentar cada decisión tomada, las que tocan y besan como si el mundo se acabará. . Me gustan los locos atrevidos, los que dejan huella siendo ellos mismos, los que marcan el corazón con sus ocurrencias sin importarles quién mira. ❤️			128	3
Selfie con ropa casual mostrando su escote	23/04/2020	Ojalá pierdas la calma y vengas a enloquecer conmigo... ❤️			115	5
Foto con ropa casual cuerpo completo	19/04/2020	Tu cuerpo es precioso. Es tu vehículo para despertar. Trátalo con cuidado ❤️			92	10
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	17/04/2020	La belleza es subjetiva... todo depende de los ojos que la miran... Simple! ❤️			90	8
Selfie con ropa casual	14/04/2020	Estamos siempre esperando a que las cosas se arreglen de afuera hacia adentro. Anhelamos que cambie y nos frustramos cuando nos damos cuenta de que no podemos moldear lo exterior a nuestra voluntad. Pero si podemos cambiar al mundo cuando cambiamos nosotros. Cuando estamos en paz todo lo que nos rodea, también lo está ❤️❤️			98	1
Foto con ropa casual cuerpo completo	12/04/2020	Nunca has sabido que es conectarse con alguien más allá de lo sexual, nunca te has perdido con alguien hablando por horas de cosas estúpidas que pasan por tu mente, no sabes que es querer fuera de lo físico, por qué nunca te han penetrado el cerebro. 😊 ❤️❤️❤️❤️❤️	#xalapaenriquez		88	2
Foto con ropa casual mostrando su abdomen	10/04/2020	“Alumbra pa’ otro lado, sino merecen tu luz” ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️ Da la misma importancia que te dan			145	9
Selfie con ropa casual sacando la lengua	08/04/2020	Ya estamos lo suficiente grandes para no arriesgarnos y complicarlo TODO!... . Tú creas tu propia realidad. 😊🙌	#xalapaenriquez		76	4
Foto con pijama mostrando su abdomen	06/04/2020	Una mujer de ORO no necesita que alguien la haga trofeo. ¡Ella ya es y se siente un trofeo! Y como todos sabemos, los trofeos se GANAN, no se REGALAN. Quiérete un Chingo!	#xalapa #xalapaenriquez		155	9
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	04/04/2020	Jamás imaginé la posibilidad de que alguien como yo tendría oportunidad de hacer a un lado todo para ser feliz y no pedirle a nadie nada a cambio... ❤️			60	1
Selfie con ropa casual sonriendo	02/04/2020	Aquí el resultado de mi encuesta! ❤️ . Si me veo bien bonita, no quería cambiar el rubio pero creo que fue una buena decisión. ❤️❤️ Cabe mencionar que le lo pintó mi mamá 😊			127	9

Foto frente espejo con ropa casual	31/03/2020	De esas veces que puedes andar con la ropa más cómoda en casa, sin combinar, sin que nadie te diga que así te ves mal... 😞 . ¿Qué tal te trata tu cuarentena? 🤔😞	#xalapaenriquez		130	3
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	30/03/2020	Tú creas tu propia realidad y eso va de la mano con lo que eres hoy. . Eres capaz de saber ¿quién eres ? 😞😞			59	3
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	28/03/2020	Dicen que los ojos no sólo sirven para observar el exterior, para mí es la entrada a tú interior.. Si brillan y eres luz es por qué tú estás lleno de AMOR. ¿Qué hay dentro de ti? ❤️			69	2
Foto con ropa casual cuerpo completo	27/03/2020	Se me ha dado la oportunidad de conocer personas tan lindas y con un corazón lleno de amor. Gracias por tu tiempo tomado en mi para tomarme estas fotitos @maria_delatorre_23 @lasfotos_de_maria ❤️❤️❤️ te quiero chula ❤️			68	8
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	25/03/2020	Y es momento de volver a mi .... ❤️❤️ A veces le damos poder a las personas sobre nosotros y ahí es cuándo nos perdemos... lo mejor es detenerte y nuevamente encontrarte contigo. ❤️			74	5
Foto con ropa casual cuerpo completo	23/03/2020	He cambiado demasiado y mi mente se abrió completamente, ahora me aterra la de, darle tu corazón a alguien y creer con una fe que te va a cuidar. Creo que el problema es que esperamos constantemente cosas de los demás; es más, esperamos que hagan lo que nosotros haríamos, y cuando no lo hacen, nos enfadamos, nos duele y los culpamos por no dejarnos recuperar un corazón intacto. . Creo que el dolor es algo propio porque la gente no está acostumbrada a dar de corazón y con amor, a entender que las PERSONAS no nos hacen nada, que somos nosotros mismos los que preferimos culpar a otros por NO hacemos responsables de nuestras emociones por NO empezar amarnos y conocernos. ❤️			94	8
Foto de vacaciones con ropa casual cuerpo completo	21/03/2020	Y de pronto... salí de lo tóxico y empecé a respirar diferente, a reír diferente, a vivir diferente y a AMAR BIEN ❤️❤️ Tú creas tu propia realidad ❤️			65	3
Foto de vacaciones con ropa casual cuerpo completo	18/03/2020	Ser tú mejor versión ... es encontrar paz en cada persona a tu lado, es disfrutar de una taza de café por las mañanas, es no juzgar a una persona que piensa diferente a ti, es entender que las críticas solo deben ser constructivas, es NO meterse en la vida de los demás.... . Tú mejor versión sin duda, es vivir siendo feliz en el HOY sin miedo, porque sin el miedo DISFRUTAS				

		DE TODO LO QUE TE RODEA. (Hasta las cosas que te resultan "difíciles") ❤️				
Foto de vacaciones con ropa casual cuerpo completo	16/03/2020	Si vamos a perder... que sea el MIEDO! ❤️			88	1
Foto de vacaciones con ropa casual cuerpo completo	13/03/2020	Relaja la raja y disfruta la fruta! ❤️🍷			134	7
Foto frente espejo con ropa casual	10/03/2020	Sé TÚ, que te valga una mierda si te juzgan y te critican... sólo haz lo que te haga FELIZ. ❤️			139	11
Foto con ropa casual sacando la lengua	07/03/2020	Es increíble la manera en que al dejar fluir las cosas, todo se acomoda.. ❤️ Elige siempre tu felicidad ❤️			69	5
Selfie con ropa casual mostrando su maquillaje	06/03/2020	Si no CAMBIAS, todo se repite... ❤️❤️			71	6
Foto con ropa casual cuerpo completo	01/03/2020	Hoy mi chula @esmegarciamua me enseñó a maquillarme por fin... mil Gracias por hacer este cambio! Soy muy desesperada pero aprendí mucho de ti. TE ADOROOOOOOO ❤️😘😘❤️			147	17
Foto con ropa deportiva en el gimnasio cuerpo completo	26/02/2020	"A veces cuando tenemos tormentas mentales, necesitamos una amiga y ejercicio" @arzit.aguilar ❤️ Siempre cree en ti.	#gymmotivation #gymtime #bff		74	9

Fuente: Elaboración propia.

## Transcripciones:

### Debi:

ENTREVISTA DÉBORAH DE BERNARDI MELGAREJO. USUARIO: @sisoydebi

Fecha: 11/08/2020. Hora: 18:50 a 19:46. Duración: 54 minutos. Ella: acostada en la cama de su cuarto.

Te quiero agradecer un montón por dejarme entrevistarte y obtener tu información, que es tan valiosa, y nada más para dejarte en claro que tus datos no van a salir, o sea tu nombre completo ni nada, solo es saber cómo has vivido tú la vida y cómo han sido tus experiencias en el fitness. Entonces, yo te voy a ir guiando con algunas preguntas, en otras será concreta. Tú puedes explícate el tiempo que quieras, para mí mejor porque todo lo que me digas es súper valioso. Y, te seleccioné a ti porque tú te ejercitas y has hecho ejercicio casi toda tu vida y me interesa saber tus opiniones. Entonces, voy a empezar con la primera pregunta que es: “Para ti, ¿qué significa ser saludable?”

Qué implica ser saludable... Yo creo que también depende en qué parte de tu vida te encuentres porque cuando eres pequeño ser saludable es comer frutas y verduras, ¿no? Pero no te quitan la comida chatarra... no todos los papás, o tus antojos o que el refresco y lo otro. Entonces cuando eres niño yo siento que no tienes realmente una idea de lo que es la comida saludable. Inclusive yo te puedo decir que, en mi experiencia, hasta los 12-14 años, entendí lo que era realmente una comida saludable.

¿Cómo lo entendiste?

Lo aprendí cuando llegué a la selección nacional [interferencia de audio. Se traba la comunicación] ellos se encargan de que tú estés bien a nivel psicológico de que obviamente físicamente te encuentres bien. También nos daban pláticas de nutrición y entonces... Tú debes de saber que como cualquier mujer le tenemos un miedo tremendo a los carbohidratos porque pues al ser mujeres no los digerimos ni los asimilamos de la misma forma que un hombre ni tampoco nos deshacemos tan fáciles de ellos. Entonces yo le tenía un miedo terrible a comer arroz, tortilla, pan, o sea, cosas que realmente necesitas para que tú lleves una alimentación balanceada y que realmente seas una persona saludable. [indistinguible] era un deporte de peso... Pues así lo tuve que ir [indistinguible] y obviamente poniendo mucha atención cuando los daban estos cursos y pues obviamente vas conociendo tu cuerpo, qué le sirve y qué no. Y también pasé por una etapa difícil antes de llegar a la selección, en donde tuve principios de anemia, precisamente porque yo les tenía un miedo terrible a los carbohidratos. Yo no comía tortillas, como tal pan. Bueno, los eliminé de mi vida, refrescos... Todos los azúcares yo los [indistinguible] o sea eran cero, no me veías comer una papita, unos pastelitos, nada nada. Y ya cuando empecé a conocer que el problema no es el uso sino el abuso lo acepté de nuevo en mi vida. Yo creo que comer saludable sí implica en qué parte de tu vida te encuentres porque también es real que en diferentes edades lo entiendes de diferente manera, creo yo.

Oye, y esto de ser saludable o de sentirte saludable, ¿cómo lo muestras a otros? ¿alguna vez te has comparado con otras personas, en positivo o en negativo? Es decir, “me veo mejor que él o ella”, “estoy más fuerte que él o ella”, “me veo peor que él o ella”. Y ¿cuáles son las características de las personas con las que te has comparado?

Jajajaja yo creo que es complicado eso. Sí, como cualquier mujer o como cualquier ser humano yo siento que en alguna parte de nuestra vida llegamos a compararnos con muchas personas a veces con nuestros ideales o a veces con personas que te ven a ti como el ideal. Es como el chiste este de: para las gordas soy flaca y para las flacas soy gorda, ¿no? A pues es como mi caso porque siempre he sido una persona con las piernas extremadamente grandes, entonces al hacer ejercicio pues son más grandes... Y siempre se me ha complicado mucho el aspecto de que hay gente que me dice, justamente gente que es muy delgada, que me dice “es que estás gorda” y yo les digo: [indistinguible] antes me enojaba terrible, pero ahora es como: pues si a tu percepción soy gorda yo realmente prefiero estar como estoy a estar como tú estás. O sea, yo no puedo saber, al verlos, de lleno si están sanos, pero hay muchos factores que son latentes que te dejan saber si una persona se alimenta bien, como lo que son las ojeras, la piel y qué tan hidratada se ve, qué tan tersa, el tono... Manchas en la piel que eso ya es más avanzado en cuanto a falta de nutrientes en su cuerpo. Las uñas, inclusive, se te quiebran de manera más fácil, la caída del cabello... Entonces, sí me he llegado a comparar con las personas antes de manera [indistinguible]. En que tú ya te enfocas realmente en ti, en tú estar sano, tú estar bien... Yo creo que ahora de manera positiva he intentado no solo compararme con ellos sino

ayudarles y decirles: “es que no comes bien”, y ellos se enojan conmigo porque me dicen: “es que cómo no voy a comer bien: como verduras”, pues comer verduras no es comer bien [se ríe]. O sea te hace falta una porción de proteína, una porción de carbohidrato, no sé, inclusive azúcar o sales en tu cuerpo [indistinguible]. No nada más un cuerpo constituido de carbohidratos y proteínas, hay más cosas que realmente nutren tu cuerpo.

Entonces, compararme como tal, hoy en día ya no. Pero pues tú lo notas, o sea, en algunos casos en muy notorio. Es cuando te dicen que vas a crecer grandotote y fuertotote.

Perdóname que te interrumpa, me faltó pedirte tu nombre completo, a qué te dedicas y tu edad.

Mi nombre completo es Elia de Bernardi Melgarejo. En estos momentos dedicarme a algo específico pues no, pero comúnmente estaba en el área de deporte en el instituto del deporte y me dedicaba a programas, justamente, deportivos, para niños de escasos recursos. Y mi edad 27 años.

¿Y qué estudiaste?

Yo estudié derecho, licenciatura en derecho, pero yo creo que en toda mi vida he ejercido todo lo que tiene que ver con el deporte. Jamás he estado... bueno no, sí... sí como tal me dediqué a las ramas del derecho, pero no son lo mío [se ríe].

[se congela imagen]

Oye, y respecto al *fitness*, ¿cómo lo describirías?

Pues como tal eso me da como mucha risa porque últimamente ha habido como [se ríe] mucho esto de ahora desde redes sociales: “Yo soy Debi fit para ti” y es como... [se ríe] no, realmente no me considero una persona *fitness* aún. Siento que una persona que es *fitness* realmente se dedica y vive de eso, o sea, yo he visto personas que: wow, las admiro muchísimo. Normalmente las que más veo son brasileñas por obvias razones [se ríe]. ¿CUÁLES? Se dedican 100% a eso, todo el año, 365 días del año en una espectacular forma física, para mí eso es ser *fitness*, que cuidas lo que comes desde el 1ero de enero hasta el 31 de diciembre y no solo eso, sino que es ejercicio. Y ella son solamente se ejercitan y comen bien, sino que también cuidan su cuerpo, van a terapia, sus músculos, o sea, para mí eso es ser una persona *fitness* real. O sea, lo que engloba es un todo, es todo tu cuerpo. Y yo, yo no me considero, aún, una persona *fitness*.

¿Pero te gustaría llegar a serlo?

Sí, siempre he... no tanto como soñado, pero me estoy encaminando a que sea así. Digo yo apenas en este año pensaba competir, por primera vez, en una categoría de fisicoculturismo en abril. Pero por razones que conocemos todos ya no se me dio. Y pues tú sabes que esto del encierro y el ya no tienes un ingreso económico como el que tenías antes pues te empieza a dar como tipo depresión y dejas de hacer ejercicio. O sea, somos seres humanos y sí, me dejé un poco, pero ya lo he estado retomando, igual poco a poco y espero poderme presentar en febrero del año que entra en un mister México.

Okei, ¿podrías contarme un poco más sobre por qué empezaste a hacer ejercicio?

Porque... Bueno, yo hago ejercicio porque mi mamá... la verdad es que yo la molesto mucho y le digo que tenía problemas y si no me creen [indistinguible] ejercicio desde los cuatro años, o sea, yo era un diminuto gnomo y ella me llevó a hacer ballet. Y estuve en ballet clásico 6 años y el último año de ballet se le ocurrió meterme a hacer gimnasia, y aparte de gimnasia me llevaba a natación tres días a la semana, entonces yo hacía tres deportes al mismo tiempo. Y bueno, el baile no está considerado como un deporte, pero créeme que es igual de rudo que un deporte. [indistinguible]

Pero que yo empezara a hacer ejercicio por gusto... O sea, que yo lo decidiera... Yo tenía, creo que 16 años. Digo, yo venía haciendo ejercicio toda mi vida porque hice de todo un poco, pero que yo dijera: “quiero hacer esto” y es algo diferente: me metí a un gimnasio por primera vez tenía 16 años porque quería ser [indistinguible] lucha grecorromana que, se podría decir que es la disciplina que a mí me vio nacer en esto, la practiqué desde los 11 hasta la fecha la sigo practicando. Ahorita ya es más como hobby, pero por esa disciplina fue que estuve en la selección nacional. Estuve tres años y yo quería llegar a un olímpico, entonces, yo sentía que me hacía falta fuerza. A pesar de



que todo el mundo decía que tenía mucha, yo competí con una cubana que me hizo pomada en tres segundos y yo decía que ella tenía [indistinguible]. Es ahí donde te das cuenta que lo que la gente te dice ya no es tan real, ¿no? Que de verdad hay gente ahí afuera que se está preparando más fuerte que tú y yo me metí a un gimnasio a los 16 y empecé a practicar pesas para poder tener más fuerza porque hasta eso no era como para cambiar tanto mi físico, era más como fuerza explosiva para poder llevar mi fuerza a otro nivel y que me ayudara, ¿no? Y esa fue la primera vez que yo decidí entrar a un deporte como tal, en esta ocasión, gimnasio, por mi cuenta.

Y me contabas el problema con la comida y la relación que tenías con ella... Actualmente ¿cómo podrías describirla?

Híjole, ella y yo nos amamos [se ríe] Pues la verdad es que yo soy de esas personas que soy como muy ansiosa. No sé si es ansiosa u ociosa, todavía no me pongo bien en un lado [se ríe] Pero, a veces cuando estoy triste me da por comer lo que me encuentre y mucho. Entonces es como yo solita me saboteo, ¿no? Y de repente, a la mañana siguiente me da un ataque de tristeza tremenda por haber estado de gordita un día antes y me deprimó. Y me vuelvo a deprimir y vuelvo a comer más, entonces es como un amor apache el que tenemos la comida y yo [se ríe] Pero, yo creo que he tenido la madurez últimamente de decir: bueno, no me voy a exigir al grado de hace unos meses como estaba completamente metida y de lleno en una estricta alimentación, seis veces al día, cada tres horas y a horas específicas, pero tampoco me voy a desmandar. He estado intentando, apenas tiene lo de un mes, empezar a normalizar mi alimentación. Eso sí, buscando que todos los grupos alimenticios estén. Inclusive yo busco, sé cómo llevar una alimentación sana, la ayuda de un experto. En este caso estoy con un aporque le conté, le dije lo de mi problema de que “me desquito” porque así lo dijo él, que me desquito con la comida, ya sea si estoy triste o feliz y empezamos a meter poco a poco... A moderar más que a meter todos los grupos alimenticios en un régimen alimenticio que no es de seis veces al día porque no estoy para competir, pero cuando menos estoy haciendo mis cinco comidas reglamentarias que son tres fuertes y dos de consuelo y pues bastante agua porque yo soy del café cuatro o cinco tazas al día si no me paras. Entonces, estamos intercambiándolo por tectio y pues tomando más agua. Y sí, yo siempre, en este momento te puedo decir que ya hice las paces con la comida y estoy, obviamente, con un experto como siempre intento que sea porque sí no me consiento.

Claro, una no se exige igual. Oye, voy a quitar mi cámara porque se traba la conexión. Pero aquí te estoy viendo. Y tengo otra pregunta, bueno, son varias, me interesa saber tu percepción corporal, es decir, ¿cambiarías algo de tu cuerpo?

Siempre he tenido mucho problema con mis piernas, con la fijación de mis piernas. Pero a partir de que empecé a hacer fisicoculturismo las he llegado a aceptar y me siento cómoda con ellas. Qué podría decirte de mi cuerpo que cambiaría, en este momento solamente volver a perder esa grasita que tengo de más. Pero, en mi estructura no cambiaría nada. Me gusta tal y como soy.

Se me trabó justo cuando dijiste qué cambiarías. Lo siento.

Ah ok, digo que, como tal lo que es mi fisionomía, o sea decirte quisiera tener más grande o pequeño esto, la verdad es que no. Yo siento que no cambiaría absolutamente nada de mi físico. Lo único que podría cambiar de mi cuerpo serían esos kilos de más o esa grasita de más que adquirí en estos meses en los cuales simplemente me abandoné.

Y hace unos momentos mencionabas los cuerpos de las brasileñas, ¿por qué? ¿qué características físicas tienen que te hacen admirarlas?

Yo normalmente siempre he tenido el problema de que, en nuestra cultura o no sé si decirlo así como tal, o los latinos... Bueno no, los latinos no, en sí los mexicanos [indistinguible] pues es raro el mexicano que tú encuentres que tenga realmente un cuerpo, pues natural, que sea piernón y acinturado, y pompudo y de busto grande. Las brasileñas tampoco tienen el busto grande digo, están operadas, pero, por naturaleza tienden a ser muy piernonas, muy acinturadas y muy pompudas, es lo que admiro en ellas. Y me identifico un poco con ellas porque yo también soy una persona que [indistinguible] y de lo que es la cadera hacia abajo soy muy grande. Entonces yo tenía problemas para poderme aceptar cuando era más chica por lo mismo de que, pues los niños son crueles, y los niños te dicen que estás gorda. Y pues no estás gorda, solo estás bien piernuda. Entonces, vas creciendo y te vas dando cuenta de que no tiene nada de malo y que realmente no estás excedida de peso, no te ves ni siquiera mal. O sea, te vas... Algunas personas se van aceptando y pues otras siguen creyendo en [indistinguible]. Entonces por eso las brasileñas: es más o menos como yo me veía o me veo hoy en día. Digo: no está mal ser así, simplemente somos diferentes.

Entonces, ¿cómo podrías describir un cuerpo fitness? ¿o un cuerpo de alguien que se dedica al fitness?

Yo creo que es describir el cuerpo de una persona fitness o que se dedique al fitness. Hay diferentes fisionomías y diferentes categorías, así como diferentes pesos. Y sería complicado. Yo siento que una persona fitness, te repito, es una persona que se cuida realmente no solamente físicamente, sino que también cuida su salud y su cuerpo estén bien. Y ¿cómo se ve? Bueno, tú realmente te das cuenta de una persona fitness que su piel está bien hidratada, su cabello no se le quiebra y se ve con más brillo, lo que puedes notar es que sus músculos son más notorios, su cintura normalmente es estrecha, no les vas a ver celulitis, las estrías sí digo, son normales en el cuerpo humano ya sea en delgados o gordos, inclusive quienes nunca hayan bajado o subido de peso, o sea las estrías son muy comunes y normales en cualquier físico. Pero la celulitis sí te marca mucho una persona que realmente no es fitness porque pues es acumulación de grasa. Pero definirte un cuerpo fitness, yo creo que estaría complicado por lo mismo que cada quien tiene una fisionomía distinta. A lo mejor tú eres una persona fitness, pero tus piernas por genética son delgadas y tu torso [indistinguible]. Entonces son como muchos factores en los que realmente deberías de fijarte para decir: “ah esa persona es fitness”, porque una cosa es “esa persona es fitness y esa persona hace ejercicio”. Son diferentes.

¿Cuál es la diferencia?

La diferencia, vuelvo a lo mismo, desde la alimentación, las horas de sueño, cómo se cuidan, cómo entrenan [le habla alguien. Para de hablar y le dice que está en una videollamada], el propósito que tienen al hacerlo. Una persona que hace ejercicio, bueno, se cuida, le gusta verse bien, le gusta hacer ejercicio, a lo mejor hoy come bien, pero mañana no, a lo mejor hoy duerme bien, pero mañana no, o sea, simplemente, su vida no la lleva tan al extremo de realmente cuidar todos esos puntos como una persona fitness lo hace.

¿Me podrías contar alguna anécdota que recuerdes respecto a alguna sensación que hayas tenido al bajar o al subir de peso?

Ay, eso es bien complicado. Me tocó que cuando empecé nuevamente a entrenar con el propósito de competir yo estaba excedidísima de peso, venía pasando por un problema hormonal con las pastillas anticonceptivas y había subido de peso tremendamente. O sea, yo al espejo no me podía ni ver. Entonces, yo empiezo a entrenar nuevamente, a comer nuevamente saludable y lo que conlleva, y empiezo a bajar también mucho, llego a mi peso ideal y pues me sentía muy bien. Sí cambia tu percepción de todo, estás más de buenas, [indistinguible] te gustas, te sientes bien, se nota en cómo te vistes, cómo caminas, la seguridad con la que te desenvuelves con las personas, todo eso se nota. Y al momento en el que yo empiezo a prepararme para poder subir a competir, me ponen en esta famosa etapa llamada volumen y no subí de peso a engordar como había estado, pero empiezas a subir de peso... Es lógico que vas a ganar músculo, pero también vas a ganar un porcentaje de grasa que, si bien es grasa más limpia que la que traías pues sigues subiendo de peso... Entonces, vuelvo a los pants, a las sudaderas, a no gustarme, a no querer salir, a “enfocarme” [ella usa comillas] en lo que es mi preparación, sí voy al gimnasio y sí no lo dejo, y como que me costó mucho trabajo hacer las paces con esa etapa de la preparación, pero o sea, todo en esta vida es un proceso, todo en esta vida, que valga la pena, lleva un sacrificio y seguí adelante. Y una vez que me ponen en etapa de corte, no, pues yo me amaba [se ríe]. Yo, vaya, quería andar en top hasta en el súper si podía... O sea, ya después entiendes por qué una cosa lleva a la otra, ¿no? Porque todo en esta vida es un proceso. Pero sí, fue complicado poder aceptar esa parte.

He notado que usas Instagram, ¿puedo preguntarte si sueles documentar con fotografías los cambios en tu cuerpo?

Mmmm pues como tal sí tú tienes el tiempo de meterte a mi red social... No es como documentarlo porque no tengo fotos de cómo empecé, dos meses después, tres meses después, normalmente tengo fotos muy marcadas, o sea, donde ya me veo muy marcada, pero sí tengo algunas comparativas de esa foto con mi foto inicial. A lo mejor no el intermedio del proceso, pero sí mi primera foto así gordita cachetona con mi foto donde estoy mega más marcada y a unas dos semanas de subirme a competir. Pero, así como tal documentar seguido creo que no.

Pero, llevas un seguimiento de: ¿cuándo has estado más delgada? ¿cuándo has estado más subida de peso? ¿cuándo has estado más marcada? ¿Eso sí lo tienes identificado?

Sí, eso sí.

Y, oye, ¿publicas esas fotos en alguna red social que no sea Instagram? Como Facebook, Twitter...

Pues normalmente ligo mi Instagram con mi Facebook, entonces al subirla en Instagram se sube al Facebook y, en historias de WhatsApp sí llegué a subir, inclusive, algunas que no subía ni siquiera a mis redes sociales en donde sí hay como más un seguimiento.

Y ¿por qué publicas esas fotos en Instagram? He notado que subes fotos tuyas, pero no subes fotos de comida o vídeos de rutinas, ¿podrías platicarme un poquito más de cómo utilizas Instagram o cómo eliges qué foto subir?

Comúnmente no tengo... sí, es cierto que no tengo rutinas que yo le dé a la gente y yo creo que no las subo porque a pesar de que es [indistinguible]... para poderle dar a una persona una rutina, prefiero que realmente pueda dárselos una persona que tenga el tiempo de realmente escucharlos y que si hoy tienes una duda con tu ejercicio te pueda atender, que te pueda decir: "sabes qué no es así, es de esta forma". Yo realmente carezco de tiempo, entonces por eso no me aviento a subirles rutinas [indistinguible] yo no quisiera no poderles contestar. Si subo una rutina sería realmente para ayudarlos no para confundirlos o para no poder ayudarlos. Esa es una parte por la cual yo no subo rutinas a Instagram, a pesar de que sí me ha escrito, conocidos, y me lo han pedido. Pero, les digo lo mismo, o sea: "yo te puedo dar una rutina que podrías hacer de lunes a viernes, pero no puedo atender a veinte personas al mismo tiempo". Eso es por un lado lo de las rutinas y videos de rutinas.

Por otro lado, creo que no subo cosas de comida porque, no lo que yo coma te va a hacer bien a ti o le va a hacer bien a otra persona, o sea, no porque coman lo mismo que yo van a estar como yo o van a tener los resultados que yo tengo, porque no solamente por comer voyas a tener los logros que yo tuve porque tienes diferente cuerpo, porque tienes una diferente meta, tienes diferente peso y tienes diferente masa muscular, o sea, es complejo eso. Y yo no soy una especialista en nutrición, tengo, obviamente, conocimientos básicos, pero eso no quiere decir que te pueda decir qué comer y qué no. [indistinguible]

Normalmente vas a ver, eso sí, fotos entrenando. Eso sí tengo muchas fotos entrenando, ¿qué es lo que yo pueda subir mis fotos? Comúnmente hay gente que les gusta cómo visto para entrenar y siempre dicen que parezco de esas chicas de revista que se dedican al fitness [se ríe] entonces, eso sí es algo que me gusta mucho. Y, curiosamente me gusta más vestirme bien para entrenar, no sé, a lo mejor en la calle me puedes ver en pants y voy a trabajar, pero eso sí, para entrenar, voy bien combinada. Entonces, es curioso porque vas a ver fotos con muchos diferentes outfits y sí puedo decir que, donde más he subido fotos o así, me gusta mucho mi abdomen porque tiende a estar muy desarrollado. Entonces, son las fotos que más subo y, normalmente, me he dado cuenta que, son a las fotos que más la gente reacciona: donde siempre traigo top, donde se me ve el abdomen bien rallado, o los brazos, los hombros. Pero más más más cuando se me ve el abdomen y que esté bien marcado. De ahí en fuera todo lo demás, pues no me siento como preparada para esa parte.

¿Utilizas alguna etiqueta para etiquetar tus fotos?

Pues casi siempre los normales: gym, gymtime, gymlife, casi todos los que tienen que ver con gimnasio, tiempo de gimnasio, construcción, cuerpoenconstrucción, construccióndecuerpo, comúnmente le doy su lugar a mi coach, normalmente lo etiqueto muy seguido con hashtag y, pues yo creo que, básicamente son los que más vas a ver en mi perfil o en mi red social que tenga que ver con el gimnasio.

Hace ratito te pregunté cuál era la parte de tu cuerpo que menos te gustaba, pero, ahora que me dices esto del abdomen, te pregunto: ¿cuál es la parte de tu cuerpo que más te gusta?

Mi abdomen [se ríe] sí, mi abdomen. Definitivamente es mi cuerpo, sí, tiende a ser... bueno, cuando no está marcado es plano, o sea no tengo lonjas y cuando está marcado me gusta más y es más plano. Entonces, definitivamente mi abdomen.

Me gustaría saber y que me cuentes ¿cuál ha sido tu experiencia con el cambio de ejercitarte en un gimnasio a tener que ejercitarte en casa?

Ay, eso de verdad es complicadísimo. Enloquece mucho. Pues yo creo que como a cualquiera les frustra porque no tengo el peso en mi casa que cargo en el gimnasio ni tampoco las barras, los discos, las mancuernas, digo, estaría de pelos tener una prensa en casa, pero no se puede. Entonces, lo que hice, soy fanática de correr, pero al aire libre y tuve que optar por correr justamente. Salir a correr y eso combinarlo con mis buenos amigos suavitel y bolsa de ace de cinco kilos y pues realmente ha sido complicado porque ya no puedes tener una meta más allá... Pues mantenerte lo más saludable que puedas con lo que tienes a tu alcance y mi experiencia realmente ha sido frustrante, deprimente en algunos casos porque sí he llegado a caer en depresión, microdepresión si la quieres ver así, pero sí, no, no me acostumbro.

Y para poder llegar a más o menos, sobrepasar esto de no tener los pesos, mencionas que utilizas las bolsas de suavitel, pero ¿compraste algunos productos para poder hacer ejercicio? Tipo polainas, pesas.

Tengo en casa un tapete para pilates, unas mancuernas de cinco kilos de esas que son como de plástico. Una escalera de velocidad de reacción, una cuerda, una bicicleta estática. Digo, he llegado a cargar a mi novio para poder hacer sentadillas, que es lo más pesado que tengo en casa. Garrafones de agua, las bolsas de suavitel, las bolsas del jabón, cubetas llenas de agua, palos de escoba. Lo que esté a la mano, realmente no tengo muchos implementos.

Entonces, experimentaste cambios en cómo ejercitarte y en la alimentación, pero ¿esto se vio reflejado en tu cuerpo? ¿notaste algún cambio?

Sí, en dos meses... Los primeros dos meses subí cinco kilos y de ahí, yo creo que he de haber subido tres más el siguiente mes y fue donde dije: basta, o sea ya. Ahí empecé a bajar de nuevo, obviamente no estoy como al principio de la contingencia, pero al menos ya no me aprieta la ropa, entonces voy bien.

Y ¿el haber subido de peso te hizo sentir de alguna manera?

Sí, yo soy enemiga de subir de peso, la verdad. Es algo que a mí me cuesta muchísimo trabajo aceptar. No me hace sentir bien, y te digo yo tengo la mala costumbre de que yo por aquí subo de peso y ya no me gusto y ya es pants, sudadera, gorra casi, si pudiera ponerme un saco de papas en el cuerpo yo creo que me lo pondría, y así. O sea, no salgo, y me invitan y es como de: otro día o estamos en plena contingencia. Y digo, realmente estamos en plena contingencia [se ríe], pero sí hay personas muy cercanas que te dicen: “ay, un cafecito en la casa mira que yo tampoco salgo” y no, o sea, de plano sí les corté gacho de: “yo prefiero no salir”. Entonces sí, sí cambia bastante.

Y ¿tus ganas de ejercitarte se han mantenido? Te lo pregunto porque a mí me pasó: de ejercitarme todos los días o seis veces a la semana pasé a cinco veces a la semana puedo hacer ejercicio máximo. Me cuesta mucho más trabajo, entonces, quiero saber si tú has experimentado esto también respecto a las ganas de ejercitarte.

Pues durante la cuarentena. Digo, antes de la cuarentena yo entrenaba de lunes a sábado sí o sí, de dos a cuatro horas diarias y ahorita, durante la cuarentena, hoy entreno, mañana no me despierto con ganas, pasado entreno, y a veces hay dos días o tres que no tengo ganas y que no me siento ni motivada y no solo motivada, simplemente no me siento con ánimos de levantarme de la cama. Como que digo: “ay, ¿para qué? De verdad ¿para qué?” Y sí, me afectó muchísimo.

¿Te gustaría contarme alguna otra anécdota respecto a subir o bajar de peso, el ejercicio, la alimentación, que a ti te guste mucho o que te haga darte cuenta de lo mucho que has cambiado?

Bueno, tengo muchísimas, pero una de las que han sido como recientes es que para cuando yo vuelvo a hacer ejercicio hace dos años yo quería volver a competir. Yo ya estaba retirada en mi deporte y quería volver a competir en la lucha grecorromana y me preparé, me empecé a preparar... Entonces, el deporte de la lucha grecorromana es por peso específico, o sea exacto. Mi categoría era 59 kilos y yo venía pesando 83 kilos en 1.60 de estatura. Y te digo que empecé a bajar rápido porque realmente lo que yo traía era un problema hormonal bastante complicado, entonces terminé mi tratamiento y empiezo a bajar sola. Nunca he pesado arriba de 70 kilos de manera natural yo sola y normalmente mi peso estable eran 65 por mucho. Entonces, empiezo a entrenar y empiezo a bajar y a bajar y a bajar, total que yo llego a pesar 57 kilos de haber estado pesando 83 en, escasos tres meses. Y eso fue para competir y pues yo me sentía divina. Pero recuerdo que una de mis compañeras que, normalmente es una persona que le gusta verse bien, pero no le gusta hacer ejercicio, pero tampoco es una persona sana. Y recuerdo que ella me dijo: “claro, quién sabe qué te hayas metido para poder lograrlo” Y yo: “pues me metí como seis horas de entrenamiento diario de lunes a sábado y una muy buena alimentación de la mano de un experto”. Y recuerdo que ya, competimos y todo, después de haber estado tantos años fuera de mi deporte, me fue bien y agarré un tercer lugar a nivel nacional y cuando veníamos ella seguía entrenando frecuentemente y ella no se había traído ningún lugar y recuerdo que yo no le dije nada porque realmente pues a mí lo que le pase bueno me alegra y lo que le pase malo, sinceramente, no me causa felicidad. Es una persona que conozco desde muy pequeñas y recuerdo que se acercó a mí en el camión y me dijo: “¿crees que me puedas ayudar?” y yo me le quedé viendo y le dije: “¿pues ayudar en qué?, y me dijo: “es que a mí me gustaría cambiar mi estilo de vida un poco”. Y, no sé, me es difícil que las personas, siento que te critican porque quisieran tener la voluntad que tú tienes para hacer las cosas. Y sí, le ayudé, obviamente le ayudé dándole los contactos de los que me ayudaron a mí. Y, eso sí, le ayudé en entrenar y hoy en día es una persona que hasta la fecha frecuento bastante y sí logró

cambiar su vida y me lo agradece bastante. Y sí me confesó que, en su caso, el problema de que ella me viera así que no creía en que se podía o llevar la vida de una manera mejor y mucho menos se atrevía a llevarle la contraria a su familia porque todavía es menor que yo y vive todavía con su familia y es muy complicado que tú, en un núcleo de tu familia que come lo que quiere, duerme a la hora que quiere, etcétera, etcétera, llevar una vida diferente. Pero sí, es algo que tengo muy presente. Es una de las anécdotas que más me gustan porque realmente logré cambiar y tocar una vida.

Qué bonito, ¿quieres contarme algo más en relación con cómo te has sentido respecto o cómo ha sido la interacción con otras mujeres en el ámbito del gimnasio? ¿lo que significa ser mujer en un deporte?

Yo creo que es complicado y no me dejarás mentir porque las mujeres somos horribles, honestamente somos muy malas. Y bien dicen, ¿no? Que la peor enemiga de una mujer es otra mujer y sí, porque pareciera que siempre estamos compitiendo entre nosotras cuando no nos conocemos. De verdad yo siento que cada persona tiene algo que ofrecer al mundo y sí, como experiencia me ha tocado que, pues en el gimnasio lo que siempre me dicen es... Digo, yo llego al gimnasio, audífonos y no sé del mundo, rara vez hablo con alguien y así ha sido en cada gimnasio que he estado a lo largo de mi vida, pero sí he tenido oportunidad de conocer y cruzar palabras con algunas y sí he escuchado comentarios de: "sí se ve bien, pero le hace falta pompa", o "sí se ve bien, pero le hace falta pierna" o "está más plana que nada" y no sé, o sea, yo no sé cuál es el problema de a alguien le haga falta algo si no eres tú. Siento que más bien, a lo mejor esa persona que está más plana que una tabla tiene más seguridad que tú que tienes todo para ser segura de ti misma y eso es lo que te molesta. Como que siento que entre nosotras nos molesta aquello que nos refleja eso que quisiéramos tener, pero no nos atrevemos a darnos cuenta que tenemos todo para tenerlo. Pero, hay algo que a mí se me grabó mucho cuando yo era chiquita y empezaba a competir, mi papá... Yo siempre he sentido que mi papá es una persona muy sabia y de muy pocas palabras y solamente una vez me dijo que siempre que yo quisiera algo tenía que estar completamente dispuesta a pagar el precio que valía eso. En este caso, físicamente, si quieres algo tienes que pagar el precio y pagar el precio de eso es dormir bien, es comer bien, es entrenar bien y comprometerte con lo que quieres. Si tú quieres ser una persona más alegre tienes realmente que comprometerte en ignorar las malas vibras de los que te rodean porque eso puede hacer que esa alegría que tú quisieras proyectar se opaque. Y así con muchas otras cosas de la vida pues realmente tienes que comprometerte para poder obtener o tenerlas y muy pocas, para empezar, muy pocas personas se dan cuenta, sobre todo en nuestro caso, digo hablando del tema en cuanto a mujeres, preferimos criticar, humillar, sobajar, no sé si vaya por el mismo camino o si me exprese de manera correcta, que aceptar, asimilar y trabajar en nosotras porque siento que todo lo que queramos se puede, pero primero acéptalo y luego trabaja en ello.

Ahora sí, última pregunta, al menos en esta fase, ¿has pensado hacerte alguna cirugía estética o intervención no quirúrgica?

Mmmm honestamente yo soy una persona que tengo cero busto, muy poco y, siempre he dicho que me gustaría ponerme bubis. Pero no es por aceptación de los demás, o sea, a mí me gustaría porque alguna vez me gustaría llenar una de mis blusas que tanto me gustan con un escote impresionante, pero no es algo que sea mi prioridad. Si algún día se da, qué padre, y si nunca se me da, estoy muy cómoda con mi cuerpo. De ahí en fuera, alguna otra operación realmente no. Alguna estética o ese tipo de cosas no.

Ok. Dejaré de grabar. Te agradezco mucho el tiempo y la apertura para contarme de ti y de tu vida. Si me quedo con algunas dudas o quisiera preguntarte algunas cosas en otra ocasión, ¿se podría?

Claro que sí.

Muchas gracias.

**ENTREVISTA DÉBORAH DE BERNARDI MELGAREJO. USUARIO: @sisoydebi**

**Fecha: 29/09/2020. Hora: 20:33 a 19:46. Duración: 43 minutos. Ella: sentada en la cama de su cuarto.**

Muchas gracias por concederme esta segunda entrevista que estamos teniendo que me quedaron algunas dudas sobre dos temas: Instagram e identidad corporal. Entonces inicio preguntándote por qué utilizas Instagram

Pues antes solamente la utilizaba porque era otra red social y estaba de moda, ¿no? Así empecé. Un tiempo después la gente te escribe y te deja mensajitos como: “me inspiras” y “sí me gustaría conocer cómo lograste tus objetivos como atleta”, “qué ha sido lo más difícil” y la verdad es que a mí sí me gusta ayudar a la gente como realmente tocar sus vidas y ayudarles a que tengan una vida más sana o más activa si es que quieren y hasta hace poco tuve una oferta de una persona que me dijo que si llegaba a los 5,000 seguidores, tengo como 3,300, pero que si llegaba a los 5,000 a lo mejor me hacían una propuesta para poderme patrocinar a nivel deportivo, pero eso fue hace como dos semanas. Y honestamente no he hecho absolutamente nada porque mis seguidores crezcan. Porque todos sabemos que en redes sociales hay de todo, ¿no? Hay personas que te siguen porque tienes mucha gracia, mucho carisma, porque tienes buenas rutinas... Y pues en otras cosas también porque muestras tu físico, pero ya muy descarado.

Y ¿qué estrategias harías para subir de seguidores? ¿Tienes alguna idea?

Sí, tengo estrategias de hacer vídeos haciendo ejercicio, rutinas, explicando. Mucha gente, como te decía, las mujeres le tenemos un miedo increíble a los carbohidratos y explicando ese tipo de cosas como por qué es bueno consumirlos, por qué es bueno consumir suplementos o complementos alimenticios, en qué situaciones es bueno consumirlos. O sea, como llenando mi página con información que a mí la gente me la pregunta en persona y yo siento que más de una tiene la misma duda, pero les da pena preguntar o simplemente ya tienen una idea y con esa se quedan. Entonces mi estrategia sería como eso: enfocarme en lo que mi página ofrece que es lo que soy, una deportista que por ese medio puedo seguir creciendo, porque seamos realistas, en esta época ya hay mucha gente que se está queriendo introducir a esta vida un poco más sana aunque le llamen moda o como sea, mientras lo hagan de manera sana, pues bienvenida sea.

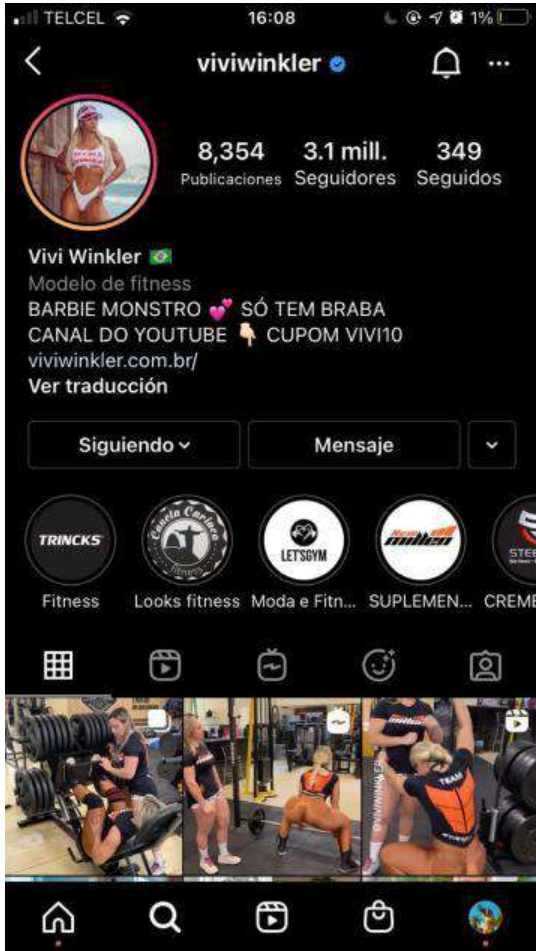
Y ¿cuál sería una manera no sana de hacerlo?

De introducirse al mundo del ejercicio... Tengo conocidos que para bajar de peso reducen muchísimo sus porciones de comida y la verdad es que la comida es muy importante en el día a día pues es tu motor, es lo que te mantiene activo y sano. Una manera no sana de introducirte al mundo del ejercicio, del fitness como lo vienen llamando hoy en día, es eso, ¿no? No solo por atenderte o no con un especialista en nutrición, pero para nadie es un secreto que mínimo tienes que hacer cinco comidas al día, que debes de consumir frutas y verduras en una alimentación balanceada y tener carbohidratos. Y no solamente dejar de comer y matarte haciendo ejercicio porque realmente le estás haciendo daño a tu cuerpo.

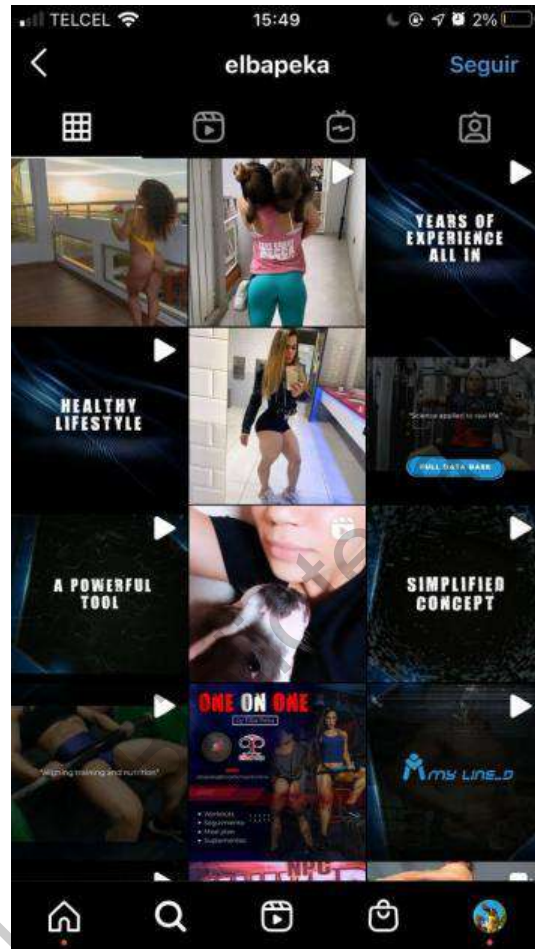
Conocí una vez a una niña que se puso no sé cuántas cajas de carnitina inyectada en una semana. El chiste es que al mes se ha de haber echado como cinco cajas cuando lo recomendable es, para personas con obesidad y con problemas de sobrepeso, una caja al mes. Y eso debería checarlo con un especialista porque eso lo sé yo por conocimiento, pero no soy una especialista. Esa es una manera no sana de hacer las cosas.

Y regresando al tema de Instagram, ¿podrías recomendarme algún usuario en Instagram?

A mí me gusta mucho una brasileña que tiene mi misma edad, se llama viviwinkler, ella es competidora de bikini wellness. Casi todas las que sigo que me motivan mucho son brasileñas, es Elba Peka y Ángela Borges, son mi wow y las tres son bikini wellness, esa categoría a mí me gusta mucho. Y son personas que, o sea, todo el año las vas a ver en forma, no hay una vez al año que tú las veas y digas: “ay subió un poquito de peso”, “se le ve un poquito de llantita”. O sea, lo normal de una mujer que está en su *off*, como le llaman en esto, es que están fuera de competencia pues tienen más grasita de lo normal, pero todo el año las vas a ver en una excelente forma física porque realmente cuidan su cuerpo y su salud.

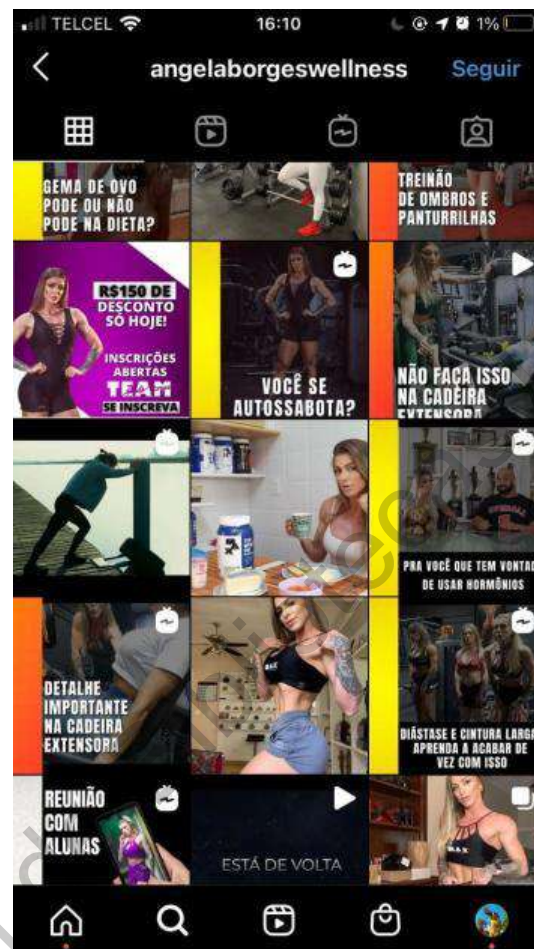
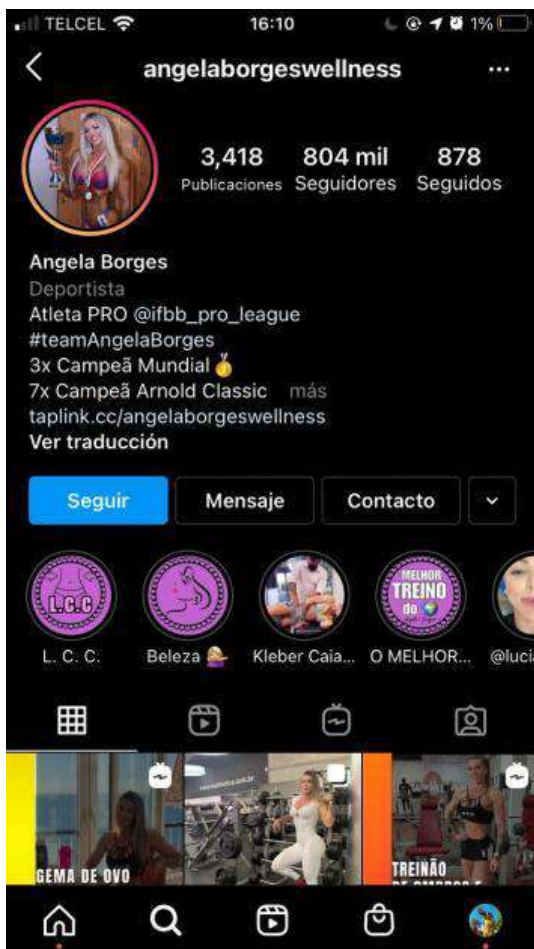


Dirección General



Dirección General





Y tú ¿utilizas Instagram para verificar el efecto de tus entrenamientos o como lo verificas?

Pues no realmente, algunas cosas sí me gusta sacarlas de Instagram, de hecho, ellas suben muchísimas rutinas las tres y las rutinas no me preocupan, realmente es la ejecución del movimiento lo que he llegado a notar en estas personas, la cantidad de peso que utilizan, el tiempo que llevan haciéndolo y que realmente, ellas lo dicen y muchas personas que se dedican al culturismo aquí en Xalapa alguna vez me lo dijeron, que realmente hay una conexión músculo-cerebro en donde realmente tu músculo que tienes que estas trabajando siente el movimiento que estás haciendo. Y lo que tengo con estas redes sociales es que ellas suben rutinas y pues les copio algunas veces algunos tips o algunos trucos que ellas tienen.

Por ejemplo, en el peso muerto ellas agarran un disco y le ponen una liga y lo atorán a la barra y a la hora de subir te jala hacia abajo y estás haciendo una tensión constante en el femoral, que también es para el glúteo, pero más localizado al fémur. Sí hay ciertas cosas que las checo en Instagram porque yo tengo dedicándome al culturismo tengo apenas dos años y ellas tienen toda una vida, ¿no?

Está muy padre el ver, no tanto porque lo que tú hagas esté mal, sino que siempre lo podemos mejorar.

Oye y ¿te gustaría dedicarte por completo a esto? O sea, tú ser en unos años como ellas.

Pues realmente el sueño de toda mi vida siempre ha sido dedicarme por completo al deporte y en algún momento me dediqué como atleta de alto rendimiento que solo estaba a entrenar y nada más. Pero sí me gustaría dedicarme en algún momento de vida por completo al fitness y a las competencias. Sí es un estilo de vida que a mí me gustaría llevar, pero sé que conlleva muchas cosas y también mucho tiempo, sobre todo que es complicado que te den patrocinios hasta que tengas un resultado significativo en tu carrera y pues, yo voy apenas para arriba. Voy a cumplir apenas 28 años y no tengo ni idea de la posibilidad que haya, ¿no? Esta chica que te digo tiene 28 años, pero ya trae 4 años atrás en donde ha sido campeona en su país. No digo que sea imposible, no conozco la posibilidad, pero lo voy a intentar.

Y, respecto a Instagram, ¿podrías contarme si hay alguna diferencia entre las fotos que subes a tu perfil y a historias?

Normalmente sí hay una diferencia entre mis historias y mis fotos en Instagram porque en mis historias siento que comparto cosas más actuales. En primera por este caso de la pandemia, no tan abiertamente puedo decir: "hey, vean, estoy entrenando", porque la gente ahorita está muy escéptica y es como: "¿qué haces afuera de tu casa?" cuando ellos no saben si estoy entrenando en un lugar donde hay más gente

o estoy sola, y realmente estoy entrenando sola, pero me evito esos choques. Entonces nada más muestro que ya empecé mi día y que voy a entrenar, pero no les digo ni qué ni en dónde, en mis historias.

Y en mis fotos de Instagram estoy subiendo fotos realmente fotos de mi etapa competitiva, o sea, fotos de abril. Fotos actuales no hay realmente muchas. Pero eso precisamente porque honestamente me salió un poco del plan que tenía y siento que en estos momentos no me siento tan a gusto como me sentía antes. O sea, físicamente sí afecta demasiado en mis emociones que yo comparta un poquito mi vida.

Te entiendo. Y respecto a las fotos que subes a tu perfil ¿cómo las eliges?

Normalmente me gusta mucho que sean en las que me veo más marcada, en donde se nota más mi cambio, mi avance, porque siento que son las que más motivan a la gente a preguntarme: “¿oye, cómo le hiciste?” o “¿cómo llegaste hasta ese punto?”. Había gente que me conocía y no era la más fuerte de mundo, pero, o sea, el cambio sí es muy notorio. Ahorita, aunque no apriete mis músculos se ven. Y son normalmente como las elijo. Así como de: A ver ésta.

También me fijo mucho en que no se vean vulgares porque pues hay de todo y a mí me gusta conservar esa parte de compartir mi vida deportiva, mis logros como atleta y como persona porque va conectado, pero me enfoco más a lo deportivo.

¿Y cómo serían estas fotos vulgares? Desde tu punto de vista.

Fíjate que como tal fotos vulgares... No soy de la idea de que si una mujer sale en traje de baño o en ropa interior es vulgar, no. Pero sí soy de la idea de que ya cuando sales en una pose ya como... No sé cómo explicarlo sin que suene brusco.

Tú dilo, no importa.

En una pose como agachándote y traes alguna diminuta ropa interior... En este caso las tanguas que ya se te metió hasta el cerebro o que sales apretándote las bubis y levantándotelas hasta la angina. Para mí eso es una foto vulgar porque el cuerpo de una mujer no es vulgar. La acción que representa es lo que se me hace vulgar. Porque he visto fotos super artísticas de chicas que salen completamente desnudas y no se me hacen vulgares, se me hacen artísticas. O sea, hay una línea muy delgada entre vulgar y artístico.

Lo vulgar, entonces, ¿depende de la pose?

Sí, de la acción. Tú sabes que tanto las mujeres como los hombres somos muy astutos y tú sabes qué foto provoca cosas distintas, ¿no? Porque en tu cabeza por eso lo haces. Una cosa es una foto mostrando tu físico y otra muy distinta es una foto queriendo provocar una reacción.

Oye, y si tuvieras que usar Instagram, ¿lo dejarías de usar?

Lo dejé de usar hace un tiempo, como uno o dos años. Lo dejé de usar un tiempo porque me quitaba muchísimo tiempo y entre la tarea, el entrenamiento y el trabajo, de plano, las redes sociales me estaban absorbiendo y les estaba dedicando mucho tiempo. Entonces en esa ocasión yo lo decidí por mí y un tiempo te estoy hablando de que lo dejé alrededor de seis meses.

Y sí, si me dijeran: “Oye, ¿sabes qué? Es un reto: lo tienes que dejar un año”. O sea, sí lo haría porque las personas somos mucho de encontrar o de suplir aquello que nos hace falta, entonces podría regresar a mi gusto por la lectura. Y el tiempo que le dedico a Instagram que fácil debe de ser más de una hora al día, entre que lo checo cinco minutitos y me voy y vuelvo a checarlo, sí te avientas más de una hora aunque tú digas que no, sí lo haces, pero no es de corrido.

Ok. Bueno, ahora cambiando a la siguiente temática, quiero preguntarte por las razones por las cuales comienzas una dieta.

Jejejeje soy codependiente a las básculas, tengo una en mi clóset, ella y yo somos enemigas, no nos llevamos bien. Tú me conoces y sabes que soy una persona de unas piernas muy grandes, entonces tengo el problema de que cuando yo siento que un pantalón ya me aprieta de las piernas o no me sube o no me siento cómoda voy y me peso y ¡dios de mi vida! ¡un kilo! ¡dos kilos! Lo que sea que haya subido ya no puedo más. Realmente es cómico porque a veces tiendo a empezar una dieta y la hago uno o dos días y la dejo de hacer, y a la semana siguiente me pregunto por qué no lo logré y otra vez empiezo, uno, dos o tres días y ahorita ya te puedo decir que esta es mi tercera semana consecutiva en la cual retomé un plan alimenticio, pero me pasa mucho que no la tomo en serio hasta que de verdad me veo y no me dan ganas de verme al espejo.

Tiendo, a lo mejor no a ser gordita, pero sí mis piernas se ven completamente, enormemente monstruosas. O sea, mis pantalones no me quedan y vivo en licra y no está bien para mí y es normalmente cuando empiezo a hacer bien las cosas. Sobre todo, por salud porque mido 1.60 y no puedo pesar arriba de 65 kilos, sí puedo, pero no debo. Entonces ya cuando veo 67 kg es ya me pasé. Así sean dos o tres kilos, ya me pasé y voy otra vez para abajo.

Entonces, ¿tiendes a no limitarte hasta que ya alcanzas un punto máximo?

Creo que sería mi límite, mi punto máximo. No quiero ver cómo me veo más allá de aquí y sí vuelvo a cuidarme. Normalmente me cuido la mayor parte del año, realmente no recuerdo un punto en el que hubiera subido tanto como en esta pandemia. Mi peso normal era de 63 kilos, máximo llegaba a subir a 65 y ya. Pero en esta pandemia sí llegué a pesar hasta 69, casi 70 y por mucho que tenga masa muscular es demasiado el exceso de peso y sí ya es mi punto límite y decir hasta aquí.

¿Y cómo sentías ese exceso?

Casi siempre lo siento en mis pantalones y en las blusas, en los brazos, porque también tengo el brazo grande y me apretaban o me incomodaban o en la pancita que se te marca el botón y me pasa algo muy curioso. Mi familia tiene un problema de circulación, son de várices, yo no tengo hasta ahorita, pero cuando estoy muy excedida de peso a veces siento que las piernas me punzan, como que me arden. El doctor me lo ha dicho y es problema de circulación, entonces ahí es donde me preocupa más. Por eso te digo que mi peso me preocupa casi siempre más por salud que por estética.

Entonces cuando empiezas una dieta ¿te haces estudios de sangre o análisis para saber si estás sana?

No siempre que empiezo una dieta me los hago porque es la verdad, me los hago más cuando voy a empezar una preparación para competir y casi siempre son porque alguna vez tuve una deficiencia de hierro y tuve anemia. Entonces eso sí me preocupa. Se supone que yo debería de hacerme un análisis cada seis meses. Realmente no soy responsable con eso porque si bien, me hago un análisis una vez al año, pero no cada seis meses. Creo que alguna vez pasó un año en el cual no me hice nunca un análisis, pero sí debería. Honestamente todos deberíamos.

Sí, antes de iniciar una dieta, ¿no?

Sí, porque no sabes si estás falto de algo. Ese fue mi problema cuando tuve la anemia que estaba falta de hierro, en esa ocasión fue anemia grado uno, pero en alguna otra ocasión tuve anemia grado dos. Ahí es algo en lo que sí te tienes que cuidar porque una vez que caes en eso ya es algo de por vida, es una deficiencia que está en tu cuerpo y tú la tienes que estar nivelando porque tú sabes que es algo muy delicado. La anemia en un punto tiene fases y puede terminar por convertirse en leucemia, que es el adelgazamiento de la sangre y no está padre.

Qué fuerte, claro. Oye, hace unos días estaba platicando con una chica y dijo algo que me marcó mucho y quiero ver qué opinas tú al respecto. Me dijo que hay algunos cuerpos que tienen mayores ventajas que otros ¿tú qué opinas?

Es verdad que la genética sí existe. Hay personas que tienen metabolismos más rápidos. No sé si has oído hablar de los cuerpos endomorfos.

Platícame un poquito de eso.

Creo que son cuatro definiciones, para serte honesta no las conozco todas. Pero es algo así como endomorfo, ectomorfo, son cuatro si no mal recuerdo. Y hasta donde tengo entendido es por las características que posee tu cuerpo, si eres de caderas anchas, pero parte alta estrecha o el famoso cuerpo de pera o manzana, por ahí va eso. Y también se refiere a la capacidad que tu cuerpo tiene de pérdida de grasa o de ganancia de grasa y en qué lugar se te adhiere más y es cierto que algunos cuerpos tienen más ventaja dependiendo qué cualidades tenga. Es real que yo tengo un metabolismo privilegiado porque puedo subir, pero así como subo, en un mes ya lo bajé y hay gente a la que le cuesta muchísimo trabajo.

No te podría dar una explicación muy científica de lo que ella te dijo, pero sí hay unos cuerpos que son más privilegiados que otros.

¿Tú crees que hay alguno en específico? Desde tu perspectiva, no necesariamente del lado científico, sino físicamente ¿crees que algunos cuerpos tienen mayores ventajas que otros?

Sí creo mucho que la genética en los cuerpos influye mucho. Pero también he conocido gente con una falta de genética significativa, pero con unas ganas y una disciplina increíble que han logrado tener bastantes buenos resultados. Yo creo que va más hacia lo dedicado y lo disciplinado que puedes llegar a ser.

Desde el punto de vista científico sí hay unos cuerpos que son más privilegiados que otros, pero desde el punto de vista disciplina puede ser un cuerpo con una genética no privilegiada pero que le puede ganar a uno que tiene genética, pero que no tiene disciplina.

Y, para ti, ¿cuáles son las características físicas de un cuerpo que tiene mayor ventaja?

Normalmente la gente que tiene los huesos más anchos de abajo, tiende a acumular la grasa más en la zona inferior y como es más larga y más grande pues la grasa que se acumula no se ve tanto como en la parte superior. Aparte todo el tiempo estamos utilizando más las piernas que tu parte superior. Realmente, a mí parecer, la característica de un cuerpo que es más beneficiado son los que no tienden a adherirse mucha grasa a su zona superior.

También, platiqué con otra chica y me comentó que una amiga suya se había dejado y me llamó la atención y te quiero preguntar: Para ti, ¿cómo se ve alguien que se dejó?

A nivel físico alguien que se dejó es una persona con obesidad porque digo, no siempre vas a tener un cuerpo completamente a tu gusto porque tendrías que tener una vida demasiado dedica a tu gusto, pero hay un punto límite entre verte bien y atentar contra tu salud. Para mí una persona que se dejó está atentando contra su salud, ¿cómo? Ya hablando de un sobrepeso. Eso yo podría llamarlo como un: "se dejó", porque si estás hablando de una persona que hace un mes estuvo en competencia y la veías súper delgada y por donde la vieras se le veía muy estético su cuerpo, pero ella un mes después ella ya está en su *off* y se ve repuesta, porque no es lo mismo repuesto a que ya se dejó. También tiene que comer diferente no puede mantener una dieta con pocos carbohidratos toda tu vida, es atentar contra tu salud, no siempre vas a estar en ese estado que le llaman seco, tienes también que tener grasas en tu cuerpo, una dieta balanceada te lo pide, obviamente hay naturales como lo es el aguacate. Entonces, si yo hablara de una persona que se dejó sería una persona con obesidad.

Y ¿cuáles serían las prácticas de esta persona que se dejó?

Yo considero que cada quien tiene sus demonios. Una cosa es comer todo frito, muchos refrescos, consumir mucha mayonesa, muchas frituras o ya ves que vas al cine y te compras una charola inmensa del combo cuates, y otra cosa es dormir poco, comer dos veces al día

mal, salir cada ocho días de antro, descuidar tu alimentación, porque hay personas que se descuidan hacia un lado, ¿no? Hay algunas que comen de más y otras comen de menos y ambas mal. Y ambas te pueden llevar a tener un nivel de obesidad, no solamente comer mucho, también comer poco lo hace y comer mal.

Entonces, las prácticas de alguien que yo te dijera: “mi amigo se dejó”, ¿tu asumirías que está comiendo menos, de más o mal? ¿Hay alguna otra?

Pues alguna vez conocí a una chica que se dedicaba al culturismo y ella consumía fármacos y una vez que los dejó empezó a comer mal y subió y subió de peso a un grado que llegó a la obesidad y esa podría ser otra.

Y lo he escuchado entre atletas decir: “el fármaco le pegó, le rebotó”, pero para que el fármaco te haga hacia ese lado tienes que tener una alimentación demasiado mala porque el fármaco es una ayuda para que tú mantengas tu cuerpo en una función y con una resistencia diferente a la de un cuerpo normal y aparte te está ayudando a la quema de grasa constante, entonces se me hace ilógico que si dejas el fármaco y sigues comiendo de manera sana te rebote hacia arriba.

Oye, y me mencionaste lo de comer tres veces o cinco veces al día, ¿tú qué opinas del ayuno intermitente?

La verdad desconozco, y lo he escuchado ya mucho igual que las famosas dietas keto, pero no tengo conocimiento de eso. Y para ser te honesta yo no aguantaría los ayunos.

Oye y, desde tu punto de vista ¿cuál sería la diferencia entre obesidad y sobrepeso?

Pues a nivel médico no sé si haya alguna diferencia, pero yo, Debi considero a una persona con cinco kilos arriba que se supone debería de mantener es sobrepeso, pero cuando te hablo de una obesidad es que estás rebasando los diez o quince kilos o sea que ya es algo que atenta directamente y horriblemente contra tu salud.

Y ¿qué pasa por tu cabeza cuando ves a una persona con obesidad?

Voy a ser muy mala, pero realmente siempre pienso que no se quieren. O sea, es más fácil decir: “yo me quiero así” que decir: “yo quiero luchar por verme y sentirme bien”, entonces entra ahí algo a nivel psicológico que yo no podría explicarlo porque no tengo el conocimiento para hacerlo, pero de primera instancia yo los veo y digo: “esta persona o tiene muchos problemas emocionales o de verdad no se quiere”.

Y cuando ves a alguien extremadamente delgado ¿qué pienso?

La verdad es que no lo juzgo, pero la mayoría de las personas que he conocido realmente delgadas, siempre tienen el problema para subir de peso porque su metabolismo es tan rápido que no les permite subir porque a veces comen más que un caballo, están cañones. A veces lo único que pienso es: “así es su genética, así es su físico”. Creo que somos un poquito menos duros con los extremadamente delgados que con los extremadamente gorditos.

Ya casi terminamos, solo me gustaría preguntarte ¿qué opinas de la gente que no se ejercita?

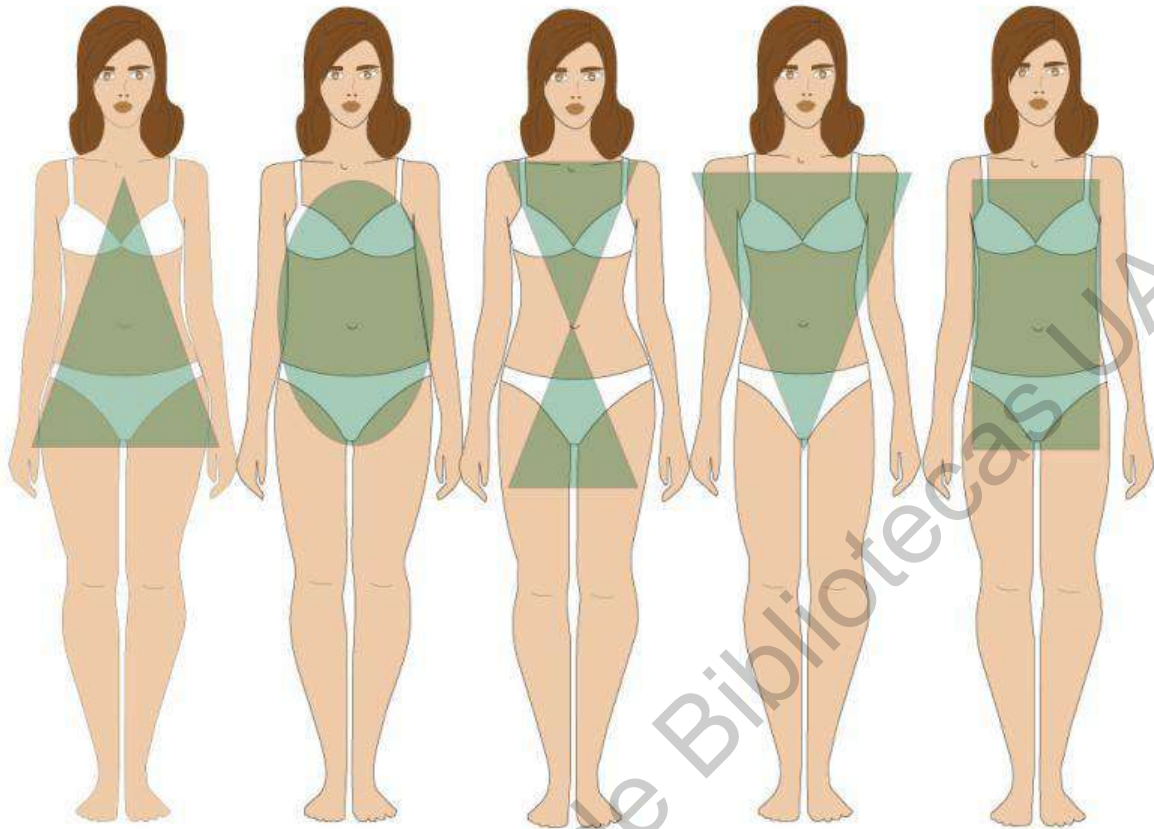
Realmente no tengo mayor opinión sobre ellos, o sea, si no lo disfrutan está bien que no lo hagan. A final de cuentas el caminar diario, aunque sea una o dos cuadras, diez o quince minutos ya es un ejercicio involuntario o que estés limpiando tu casa también es una actividad que requiere movimiento y ejercicio. Mucha de nuestra actividad diaria y cotidiana son ejercicios sin que nos demos cuenta, entonces yo no veo mal que si no les gusta ir al gimnasio o si no les gusta hacer un deporte porque sino se vuelve tedioso.

Alguna vez me preguntaron cuando yo no quería dejar mi deporte y me preguntaban por qué no lo dejo y yo les decía: Es que Eli a De Dernardi es una luchadora, es lo que soy y lo que me define. Y en esa época de mi vida me definió, pero después con el tiempo eso ya no me definía, yo ya no era eso. Siempre he creído que tener una vida exitosa o un propósito en la vida es que cada una de las etapas que tú tengas en tu vida las cumplas y las lleves sintiéndote pleno y realizado en cada una de ellas. Yo puedo decir que fui una excelente deportista en su momento en mi deporte, que fui una excelente trabajadora, que fui una excelente estudiante. En estos momentos que soy una excelente fisiculturista en proceso, pero me siento realizada en cada una de mis etapas y ya se me olvidó por qué te esta diciendo todo esto jejeje.

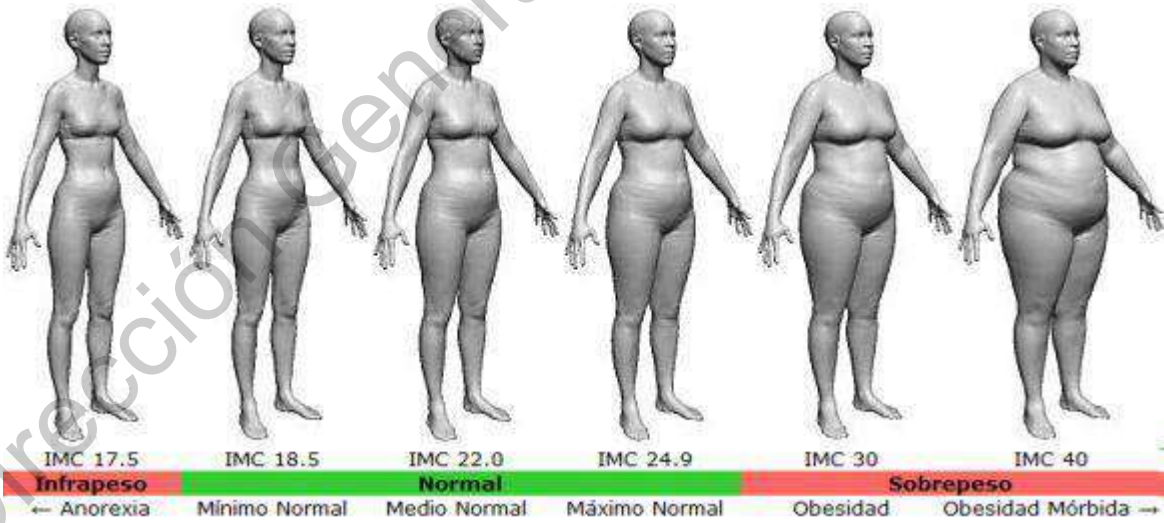
Te pregunté qué opinabas de la gente que no se ejercita y me decías que todos nos ejercitamos diario, a veces sin saberlo.

Claro. O sea, si no les llena realmente están haciendo ejercicio todo el tiempo.

Bueno, y ahora te mostraré dos imágenes que tienen varios ejemplos y me gustaría que me dijeras con cuál te identificas.



Mmmm... Pues estoy entre la primera y la tercera: triángulo y reloj de arena porque cuando tengo un poquito de sobrepeso me veo como en la primera y cuando estoy en mi peso ideal estoy en la tercera.



En máximo normal.

¿Y pre pandemia te ubicas en alguna otra?

Sí, yo creo que estaba en infrapeso porque estaba próxima a una etapa competitiva, me faltaban dos semanas para competir y ya estaba en un índice de grasa bastante bajo. Más que exceso de ejercicio era por un propósito en ejercicio.

Muchísimas gracias, Debi.

## Mónica

### ENTREVISTA MÓNICA GARCÍA MURRIETA. USUARIO: @momurrieta

Fecha: 8/09/2020. Hora: 15:45 a 16:53. Duración: 1:08. Ella: sentada y detrás de ella había un fondo blanco.

Para fines de transcribir la entrevista voy a grabarla, ¿está bien? [Mónica asiente y dice que sí]. Estamos siendo grabadas por mi computadora. Te voy a comentar un poquito sobre mi tesis y cómo será la entrevista y qué es lo que me gustaría mucho que tú me platicaras. Primero, tu nombre completo, a qué te dedicas, si tienes licenciatura o cuál es tu profesión. Y, bueno, avisarte, preguntarte y agradecerte, al mismo tiempo, que me concedas esta entrevista. Tus datos son súper importantes para mí y voy a modificar tu nombre para que no haya problema, solo, quizá y si tú me lo pides que quite tu usuario de Instagram puedo no ponerlo o si me lo permites puedo ponerlo para las referencias.

Sí, no. Por mí no hay ningún problema. Bueno, mi nombre completo es Mónica García Murrieta, soy estudiante de la licenciatura en nutrición, séptimo semestre ¡ya casi finalizamos! ¿A qué me dedico? Ahorita estoy dando asesorías a personas sanas, todavía no me meto con lo que son patologías porque realmente todavía no debo de. Entonces personas sanas, más que nada, asesorando a personas que hacen ejercicio es a lo que, de momento, me dedico. Y quiero la especialidad en nutrición deportiva, definitivamente. Y tengo 27 años, ¿qué más te puedo contar? Antes de esto tuve un, se podría decir como aprendizaje, porque estuve antes en la licenciatura educación física y nutrición deportiva, entonces, esa no la terminé por cuestiones aparte, pero realmente creo que la carrera se enfocaba más a educación física que a la nutrición que era lo que más me llamaba la atención. Entonces, esa fue una de las razones por las que quise dejarla un poquito. Dije: “no, mejor enfócame a lo que me gusta, lo que me llama más la atención que es verdaderamente a lo que yo me quiero dedicar y es donde realmente creo que puedo ayudar mucho a las personas y dedicarme y enfócame a eso.

Súper bien. Muchísimas gracias, Mónica. Te voy a decir Mónica, ¿está bien? ¿Te gusta o de otra manera?

Me dicen Moni, Mónica, Murrieta, como quieras decirme está perfecto.

Okei, Mónica. Bueno, pues mira, yo estudio la maestría en comunicación y cultura digital por la universidad autónoma de Querétaro y estoy inscrita en el PNPC de Conacyt. Entonces, mi tesis, en concreto, trata sobre las mujeres, el fitness y el uso de Instagram. Y, no tanto el uso sino cómo es la interacción de las mujeres con la plataforma, las fotografías, cómo te visualizas, lo que entiendes, cómo entiendes el fitness, y usaré una técnica que se llama entrevista narrativa que lo que busca es que tú me cuentes anécdotas, que tú seas súper sincera y súper transparente conmigo y que me digas: “no pues yo viví así y así esto”; “yo pienso esto, esto y esto”. Aquí no hay espacios para juzgarte ni para que mis prejuicios estén inmersos, entonces la entrevista está estructurada en seis ejes o temáticas: la primera es sobre ser saludable y me gustaría que me platicaras qué significa para ti ser saludable.

Ser saludable... Yo creo que actualmente la gente confunde el ser saludable y el ser *fit*, porque esa es una cuestión totalmente aparte. Ser saludable implica despertarte a buena hora, dormir temprano, tener una relación buena con tu familia, tus compañeros, pero hablando específicamente a lo que te refieres en cuanto a alimentación simplemente llevar una alimentación balanceada. Comer, pues... Lo que son tus carnes, verduras, simplemente una manera en la que yo veo que es comer saludable es: no limitarte, sino simplemente una manera... ¿cómo te puedo explicar? Que englobes todos los alimentos, no te limites. Porque una manera de limitarte ya es decir: “ay, no me voy a comer la pizzita”, “ay no me voy a comer la hamburguesa”, entonces, eso para mí ya no es, de entrada, saludable, porque te estás limitando. Simplemente, yo lo manejo de una manera que es: mi salud mental es que al menos una vez a la semana me puedo comer mi hamburguesita o mi pizza. Entonces, eso para mí es una manera saludable. Entonces, si tienes una relación buena con tus alimentos, tu vida va a cambiar totalmente ya no te vas a limitar en qué puedes y qué no puedes comer, para mí eso es ser saludable.

¿Y tienes alguna manera de mostrárselo a los demás o a otras personas? [se traba la conexión. Quito mi cámara] Mónica, se me trabó mi compu.

Sí, ya, ya. Te volví a escuchar. Perdón.

No, para nada. Es mi culpa, en realidad, mi internet falla bastante. De hecho, quizá en algunos momentos quite mi cámara para que fluya mejor.

Sí, no te apures.

Te preguntaba si ¿esto de ser saludable se lo muestras de alguna manera a otras personas? Y también, ¿si en algún momento te has comparado con alguien en estos términos de ser más o menos saludable que otros?

Yo creo que todos hemos pasado por ese lapso en nuestras vidas que te quieres comparar con alguien más y, hablando, precisamente tú de las redes sociales hay una infinidad de personas con las que te empiezas a comparar y de cierta manera pierdes tu realidad. Entonces, yo creo que lo más sano ahorita es compararte contigo misma: cómo eras antes, cómo vas cambiando y qué estás haciendo para cambiarlo. Esa es una de las maneras en las que yo creo que podemos mejorar mucho la relación como con nosotros. Perdón si se escucha ruido. Sí, yo creo que es una de las maneras, y perdón, ¿cuál era la otra pregunta?

No, no te preocupes para nada por el ruido. Sí, te preguntaba ¿si alguna vez te has comparado con alguien y cuáles son las características físicas de estas personas con las que te has comparado?

Pues sí. Definitivamente lo que son las que llaman ahorita influencers, ¿no? La verdad tienen cuerpos increíbles y te das cuenta de que llegan a vivir de ello y te llegas a comparar y dices: “ay, es que si fuera más alta...”, “ay, si fuera más delgada”... Y realmente lo que me encanta ver es que hay muchas de ellas que están subiendo sus mismas imágenes, pero en comparativa de que es el mismo día pero realmente cambia la pose y cambia el ángulo de la entrada de luz y te das cuenta de que realmente tienen los mismos efectos que puedes tener tú. Entonces, esa es una de las cuentas que me gusta subir... que te van mostrando la realidad de lo que es.

Y estas cuentas que dices de los cuerpos increíbles, ¿qué características tienen esos cuerpos increíbles?

A mí me encanta lo que es el gimnasio, entonces me gustan mucho los cuerpos que se ven muy tonificados, los hombros redonditos, piernas grandes, las cinturitas... Todo eso es lo que me encanta. Les admiro mucho porque realmente es demasiada dedicación en cuanto a todo: tiempo, dinero, esfuerzo. Todo.

Y, entonces, ¿cómo describirías el ser fitness? ¿Te consideras fitness?

Mmm fíjate que es una pregunta difícil, pero, creo que sería más considerarme fitness actualmente que antes. Porque fitness lo están metiendo: cuidas más tu alimentación, cuidas más tu sueño, cuidas, obviamente, tu cuerpo. Entonces, todo eso ya es un todo. Y antes, lo que a mí principalmente me fallaba no era tanto como que hacer ejercicio, sino era limitar los alimentos. Entonces, yo llevaba antes una relación nada sana con mis alimentos y era lo que te va poniendo trabas en tus mismos procesos de lo que sea que estés haciendo de gimnasio o algún deporte. Eso es definitivamente una de las trabas. Yo creo que actualmente, sí, ya me considero del ámbito fit o fitness, como le quieras llamar.

Oye, y podrías platicarme ¿cómo o por qué fue que empezaste a hacer ejercicio?

Realmente fue por chismosa porque mi papá tiene años que va a entrenar al gimnasio, entonces pues ya sabes, las niñas somos más apegadas al papá y yo veía que él se iba a entrenar y yo me quedaba aquí en la casa y era así de: “y por qué él se va y yo me quedo aquí, ¿por qué no me quiere llevar?” Entonces fue así de: “quiero ir contigo”, y él: “no, cómo vas a ir conmigo es mi tiempo, es para mí”, y yo: “ay, llévame”. Y pues así fue. Fui entrando como que poco a poquito a acompañarlo dos días o tres días y, va a ser muy chistoso, pero, o sea, realmente yo tengo una foto, creo que tenía como cuatro años, y yo estoy en medio de dos amigos de mi papá que eran fisicoculturistas, mi papá y yo una cosita así de nada. O sea, te podrías imaginar yo me veía así de este tamaño [hace un gesto con ambas manos indicando el tamaño]. Era muy, muy chistoso, entonces, realmente no fue como que fuera tan ajeno a mí el gimnasio, era una idea que yo tenía, pero realmente nunca me había animado como que a ir yo sola. Entonces, cuando por fin convenzo a mi papá de: “llévame”, me dijo: “ok, vamos. Pero no vas a ir a platicar, no vas a ir a ligar, o sea, vas a lo que vas... Y yo así de: [hace gesto de que lo pensó] “Ok, lo voy a pensar”. Pero no, o sea, realmente me gustó, lo seguí haciendo, pero cuando me metí más de lleno fue cuando me lastimé el hombro. Tuve una lesión, entonces me mandaron a hacer terapia y me dijeron que tenía que fortalecer el hombro, la espalda, el pecho, porque yo jugaba tocho, entonces, al momento de querer lanzar el balón me extralimitaba, entonces para compensar mi falta de fuerza quería lanzar con mi puro hombro. Entonces me dijeron: “¿sabes qué? Te lastimaste. Entonces vas a tener que ir a terapia” Y básicamente así fue como terminé entrando al mundo del gimnasio y pues ya me gustó y me quedé.

¿Qué edad tenías cuando pasó esto?

Tenía 18, me parece. Ya estaba yo en la prepa, sí 18 años.

Oye, y hace unos momentos decías que antes tenías una relación con la comida medio complicada o compleja en donde te limitabas mucho, te quiero preguntar, ¿actualmente cómo describes esta relación que tienes con la comida? ¿Si estás a dieta o en algún régimen alimenticio?

Antes de la cuarentena sí se podría decir que llevaba yo mi plan más estructurado porque tengo la espinita de competir en fisicoculturismo, ¿no? Entonces, tengo esa espinita que no se me quita, pero principalmente es una muy buena inversión de dinero entonces, siendo estudiantes todavía hay otras cosas que pagara, ¿no? Entonces mi relación, al menos ahorita en cuarentena, he tratado de que sea más tranquila porque, principalmente mi mamá no cocina muy grasoso o pesado, pero es una comida mexicana que comemos arroz, tortillas, los guisos, ya sabes. Hay algunas veces que regaño a mi mamá y le digo: “eso está muy rico”, y ella veo que empieza con la sal y yo: “no, no, no. Así está bien. No le pongas más sal” y ella: “no, es que le falta” y yo: “no, así está perfecto”, y ella: “bueno, tú no le pones”. Entonces, son así como que detallitos, pero realmente yo creo que ahorita mi relación con la comida es más sana, me siento mejor, a pesar de que ahorita estoy comiendo de todo, pero en las mañanas lo que sí hago de cajón son: mis claras, mi fruta, ya sea que un pan pita o mi avena, ¿no? Eso es de cajón. Y ya en la tarde como comemos todos juntos pues ya es que mi mamá haga sus guisos y yo a veces saque la pechuga o saque el pescado, ¿no? Pero, de que como más variado con ellos definitivamente, pero estoy tranquila. Ahorita, yo creo que limitarnos en cuarentena como que está medio canijo.

Bastante, de hecho, en una parte de la entrevista quiero preguntarte más al respecto porque creo que muchas y muchos hemos sufrido cambios tanto en el cuerpo como en la alimentación como en muchas cosas. Te quiero preguntar, por todo lo que me has dicho, si consideras que el fitness es un estilo de vida, y ¿por qué?

Sí. Definitivamente es un estilo de vida, es algo que te tiene que gustar como cualquier cosa que hagas en la vida, ¿por qué? Si no te gusta va a llegar un rato en el que lo vas a dejar o va a llegar un rato en el que vas a decir: ¿para qué lo hago? Entonces sí es algo que tienes que ir metiendo poco a poco en tu vida, si quieres cambiar, por ejemplo, las personas que se ponen a dieta y dicen: “mañana ya no voy a comer nada de carbohidratos o nada de pan”, pues obviamente lo van a extrañar. Es como que ser muy extremista en ese sentido, entonces, es un estilo de vida que tienes que ir metiendo poco a poco, como alcohólicos anónimos, un día a la vez. Eso es lo que siempre digo: un día a la vez ve cambiando tus hábitos. Yo creo que está mal aplicado la palabra dieta, yo creo que es más a lo que tú dices: es un estilo de vida saludable. Porque una dieta se la pones a una persona que realmente está enferma ¿no? O sea que la quieres recuperar de alguna enfermedad o que está hospitalizada, esa es una dieta. Pero un estilo de vida es algo que tienes que ir haciendo día con día y lo tienes que ir metiendo a tu subconsciente porque llega un momento en el que es una rutina y ya no lo sientes como que es algo que tienes que hacer, sino que es algo de tu vida, definitivamente.

Y estos cambios de hábitos que mencionas para llegar al estilo de vida fitness, ¿cuáles consideras tú que deberían ser?

¿Qué hábitos? ¿Me hablas de comida?

De lo que sea, puede ser comida, ejercicio, dormir. Tú como me quieras responder.

Yo creo que principalmente es dormir a tus horas, eso de tratar de dormir. Hablando de lo que es la cuarentena yo creo que a muchos nos afectó el horario de sueño. Yo no sé cómo pasé de... el semestre pasado yo estaba a las seis de la mañana y ya estaba en el gimnasio, a las 9 am yo ya iba llegando a la facultad, a las cinco pm yo salía, iba a trabajar, llegaba yo a las 9 pm, hacía mis comidas para el otro día, me bañaba y a dormir. Yo creo que a las 11 30 ya me estaba yo durmiendo. Lo que fue todo este semestre en línea me costaba levantarme a la clase de las nueve. Así te la pongo, me costaba. Y eso que no tenía que encender cámara. Entonces tomaba yo la clase acostada y ya, empezaba a tomar apuntes.

Pero volviendo al tema de lo que es hábitos saludables, yo creo que principalmente sí es tratar de adaptar tus horarios de sueño, al menos hacer alguna actividad física, obviamente es muy complicado ahorita como estamos en la situación. Yo al menos tengo la suerte de tener bicicleta en casa, algunas ligas, unas mancuernitas, entonces trato de ponerme a hacer ejercicio en casa. No es lo mismo que cuando vamos al gym o cuando hacíamos nuestro deporte, hay días que no está como esa motivación como de: “ay, hoy no”, “mejor me quedo otro ratito acostada”. Pero es, definitivamente, algo que sí deberíamos hacer y no nada más por querer ser fit, sino por querer mantener nuestro cuerpo sano, nuestro cuerpo en movimiento. Esa es una de las cosas que creo que sería también lo importante. Y pues también mantener una relación sana con tu familia, entender que no siempre nos levantamos de buen humor o del mismo humor todos, entonces, tratar de ponerte en los zapatos del otro, como: “tiene mala cara. Mejor lo dejo un ratito” porque estamos en la misma casa y la verdad no es muy grande, entonces no hay mucho lugar a dónde irse a esconder. Entonces, definitivamente creo que es: ejercicio, sueño, tu alimentación, darte tus gustitos, también lo veo dentro de lo que es sano, y la relación sana con tu familia.

Qué bonito, oye, y, es que una parte que me interesa comprender y entender, tanto en mí como en otras mujeres es esta cosa con el cuerpo y cómo buscamos modificarlo constantemente, entonces, mi pregunta a ti es, ¿si cambiarías algo de tu cuerpo? Y si sí, ¿qué sería?

Cambiar algo de mi cuerpo... Lo que no puedo cambiar de mi cuerpo con ejercicio o con la dieta, definitivamente es mi nariz, nunca me ha gustado mi nariz, pero creo que eso entra dentro de otros temas. Te digo, yo antes tenía una relación no sana porque era del pensar de: “ay, me voy a comer esto y no me va a hacer nada, lo voy a quemar con el ejercicio”, pero realmente te das cuenta que pasan los días, que pasan las semanitas, y no es así, como que te vas dando tus gustos, tus gustos y tus gustos y llega un momento en el que no comes nada sano, nada bien, nada balanceado y eso tampoco está bien. Entonces, yo creo que ahorita, si algo quisiera yo hacer sería bajar algunos kilos que se subieron esta cuarentena, definitivamente.

Y estos kilos que te gustaría bajar, no sé si están en alguna zona específica de tu cuerpo.

Pues, ya sabes lo típico de las mujeres, bueno no de todas porque sí me he dado cuenta que hay algunas que dicen: “ay, yo no engordo, no me suben las caderas, no me sube el busto, ¿no?”. Y es así de: “yo toda mi vida he sufrido de eso porque es lo primero, primero, que me doy cuenta. Los pantalones. Todo, todo lo que yo como se va a mis caderas, entonces es así de mmm... Ok. Está bien”. Pero sí, definitivamente es algo de lo que sí debo de tener mucho en cuenta porque suba tantito o baje tantito de peso me doy cuenta con la ropa y en la cámara: cachetes. Lo primero que me doy cuenta cuando subo de peso.

¿Y te gustaría cambiar eso de tu cuerpo? ¿O solamente es algo con lo que has aprendido a convivir?

Al principio sí era así de: “ay es que no me gustan mis caderas” o “ay, es que tengo mucho cachete”. Pero, yo creo que conforme vas creciendo y vas viendo, igual, te comparas con otras personas y dices: “bueno, realmente no estoy mal. Estoy dentro de lo normal, estoy bien, ¿no?”. Entonces, yo creo que más que modificarlo sería cuidarlo, no dejarte ir de extremos a extremos. Ni muy... va a sonar feo, pero: ni muy gorditos ni tampoco tan delgados, ¿no?

Claro, y, no sé... Algunas mujeres tenemos cuerpos que decimos: “ay, yo quisiera tener el cuerpo así”, no sé si tú has pensado esto, y si sí, ¿cuáles serían las características físicas del cuerpo ideal que quisieras tener? ¿y si son muy diferentes a las de tu cuerpo real?



Antes, sí, yo decía de las modelos que son muy delgadas y altas y yo decía: “por qué yo no nací alta, o sea, no me alimentaron bien o qué pasó... Mi genética es de mujeres de costa, mi papá es de por allá, entonces, pues la familia de mi papá es así, son caderonas. Realmente es un cuerpo de guitarra, así es el cuerpo de la familia de mi papá y de las mujeres de tierra caliente. Y no me molesta. Conforme vas creciendo ves que es el tipo de cuerpo que también muchas mujeres quieren, y tú dices: “no está mal, sí me gusta”, pero yo creo que ya se mete también en otras situaciones porque desde muy chiquita desarrollé características del cuerpo de una persona más grande y de cierta manera creces un poquitito más rápido y es de: ay ya me quiero poner vestiditos o falditas. Y como que ya te empiezas a meter en otros rollos y tiene sus ventajas y sus desventajas tener cierta forma de cuerpo. Pero, sí me hubiera gustado ser más delgadita es así como una de las cosas que, no lo puedo cambiar, me gusta mi cuerpo tal y como es, pero sí me hubiera gustado.

Oye, y me comentabas los cambios durante los cambios en tu cuerpo y ánimo. Me gustaría que me contaras, si puedes, con alguna anécdota ¿cómo te has sentido cuando subes o bajas de peso? La que tú quieras.

Mi tipo... Bueno, es que no le puedo echar la culpa a mi tipo de cuerpo, realmente es mi alimentación. Pero sí es más fácil que mi cuerpo almacene grasa, súper fácil. Muy, muy fácil. Me descuido tantito y lo recupero así [hace seña y trueno los dedos]. Ahorita en cuarentena, yo creo que fácil subí unos cinco kilos, yo creo. Fácil. No quería meterme tanto en el rollo de estarme pesando, pero sí definitivamente lo que fue enero. Enero fue la última vez que yo me había pesado estaba en 61, casi, eran 60.800. Y hace como tres semanas me volví a pesar porque dije: “pues vamos a ver qué tantos estragos, realmente qué tantos estragos, hizo esta cuarentena”. Y ahorita peso 65.700, creo que era. Entonces yo dije: “mmmm, esos kilos. Sí los sentí”. Pero ya sabes, si andamos todo el día en pants o shorts y blusitas holgadas y dices: “ay, no pasa nada”. Quieres salir al súper y te pones un pantalón y tu dices: “esto no quedaba así. Esto no se salía de aquí”. Entonces, esta cuarentena ha hecho estragos totalmente con el cuerpo. Y, me pasó con un pantalón que yo dije: “no me aprieta, está bien. Yo digo que se me ve bien”. Me lo quiero poner un día y... tuvimos unos problemas técnicos para subirlo de las piernas ¡Dios mío! y es cuando dije: “No, ya. Ya me di cuenta que, eso de andar en pants todo el día no está padre”. Dije no, ya. Más tranquila con las comiditas, más activa y es lo que he estado tratando de hacer para que no se sienta tan feo tratar de regresar a lo que va a ser la nueva normalidad. No, si ese pantalón me dejó traumada.

Ay, qué difícil. Sí, ha sido muy difícil la cuarentena para todas y todos. Todos lo hemos notado en algún aspecto de nuestras vidas. Me gustaría que me platicaras un poco sobre tu interacción en Instagram... Si la has llegado a utilizar como plataforma para dar consultas... [Mónica asiente] ¿cómo es? Cuéntame.

Sí, no tanto como para consultas. Lo he estado utilizando para subir información que era lo que quería yo empezar a hacer. Yo pensaba, obviamente no me metía tanto en hacer las infografías, o sea hacerlas totalmente de cero, ¿no? Buscar la información, las referencias, todo, y es un rollo. Realmente sí es un rollo. Sí te llevas un buen rato tratando de hacerlo. Yo nunca he estado peleada con tecnología, pero sí me llevó un buen ratito. Y te digo, no la utilizo tanto para consultas. Para consultas, las he venido manejando, no es lo ideal, pero las he venido manejando online para, principalmente porque mis papás ahorita trabajan en hospital, entonces, de cierta manera mi casa... tu casa [entrevistadora, o sea yo, le agradece] no es así de visito tanto o me visitan. O sea, realmente lo que es cuarentena hemos llevado la cuarentena de que nada más vas al súper, ¿no? Entonces, llevo más un control de mis pacientes en Excel. Eso es lo que he estado utilizando. Llevo un cuestionario súper detallado, ¿no? Aspectos básicos, meto también enfermedades familiares. Les pregunto todo sobre eso, ¿cómo son sus hábitos alimenticios? Lo normal: peso. En un apartado les manejo medidas, sus medidas, que son las que yo llevo pues para la comparativa de mes con mes, ahorita lo que hago es checarlos cada quince días que es cuando tengo un poquito más de tiempo. Y es una manera en la que la gente se siente más comprometida, tanto tú con ellos como ellos contigo. Entonces, le echan más ganitas si los checas cada quince días. Entonces te digo, mi Instagram lo utilizo, básicamente, para subir información que es lo que he estado tratando de hacer. No tan seguido, pero sí lo he estado tratando de hacer, al igual que tengo la página de face (Facebook), pero siento que lo que más mueve ahorita es, definitivamente, instagram.

Oye, y con tus pacientes... Sé de algunos nutriólogos en línea que llevan el registro del peso de sus pacientes con fotografías, ¿tú lo haces así?

Sí, son fotografías de archivo que son para ver los progresos. Muchas veces yo no me fijo tanto en lo que son, sí un poco peso, pero el peso varía demasiado día con día: tu nivel de estrés, principalmente mujeres retención de líquidos en situaciones hormonales, entonces, el peso definitivamente sí te ayuda, pero varía demasiado día con día. Entonces lo que yo hago es sí hacer la comparativa de lo que son las fotografías y sí les pido que sea en el mismo lugar y prácticamente a la misma hora para que la luz no les modifique mucho lo que son los cortes de grasa que se pueden ver. Sí lo manejo esta comparativa.

Y tú has utilizado esta técnica contigo, o sea, ¿documentar tu cambio con fotografías?

Mi cambio... Sí, yo creo que nos cuesta más a veces hacerlo con uno mismo, porque no sé si te pasó, pero definitivamente viendo la realidad de tu cuerpo tú dices: “¿a poco así me ven los demás? Yo digo ¡Dios! ¡Una disculpa!” [se ríe] Entonces sí, yo creo que es más difícil hacer esa comparativa contigo misma, pero sí te ayuda demasiado. Te ayuda a quererte también como eres, porque hay ciertas cosas que pues cicatrices, las estrías, pues definitivamente esas no las puedes cambiar. Y ya viendo aspectos de tu cuerpo que sí puedes modificar, pues sí te vas preocupando un poquito más por esos puntos y cuando ves los cambios dices: “ah, sí funciona” o “ah, le tengo que meter más aquí” o “aquí voy bien”, entonces sí ayuda bastante.

Entonces, ¿tú lo haces contigo?

Sí

¿Y has llegado a publicar estas fotos en Instagram?

Subí una porque, o sea realmente sí te sientes como expuesto, ¿no? Porque muchas veces... Tengo muchos conocidos hombres, entonces, sí es así de: si la subo por este aspecto se puede llegar a malentender. Y ya sabes, ahorita está la frase de: “la subo así porque amo mi cuerpo y me acepto como soy”, o sea, parece trillado, pero sí lo pensé, así de: “¿la publico o no la publico?”. La publico porque me gustaría que las personas vieran que realmente sí puedes hacer un cambio, sí pasan si le echas ganas, ¿no? O también si te dejas ir obviamente vas a cambiar. Pero sí era una de las cosas por las que decía yo sí la voy a subir porque aparte de que siento que motivo a la gente, me motivo un poquito más a mí misma para tener ese compromiso conmigo. Entonces, sí lo hice, ahorita está archivada, pero sí lo hice, porque ya siento que mi cuenta ya es un poquito más comercial y no tanto como privada. Entonces, yo creo que en algún momento la voy a volver a abrir al público.

Ojalá lo hagas, quizá te expones, pero también le ayudas a mucha gente a quererse que, es un poco lo que te ha pasado a ti.

Claro, fíjate que eso es lo que sí quiero. Que personas que en algún momento pasaron, como yo, de no me gusta mi cuerpo. Sí es así de: “sí, acéptate. Acéptate como quieres y si quieres lograr algo, y si lo quieres cambiar con el ejercicio, claro que puedes, pero primero acéptate como eres”. Y te vas a evitar muchos problemas, muchas discusiones intrapersonales.

Entonces, ¿has tenido algún problema con gente, ya sea pareja, amigos o familiares por lo que subes a Instagram? ¿Has tenido alguna experiencia?

Hasta ahorita no. Bueno... Ay, es que ¿cómo te explico? Creo que todo ahorita se van a centrar los temas en que estamos ahorita en cuarentena porque es nuestra nueva normalidad, pero... Se podría decir que tuve un lígüe de Instagram, bueno, otra aplicación, no voy a decir nombres [se ríe], pero estuvimos hablando, eran videollamadas, todo muy bien y llegó un punto en el que subí una foto, pero realmente no se ve nada, ¿no? Pero a él se la mostré completa y llegó un punto en el que me dijo: “¿realmente vas a subir eso? O sea, ¿quieres que la gente te vea así?” Y como que él se veía muy metido en la relación y me dijo: “O sea, en un futuro, crees que me gustaría que mis amigos dijeran: ¿esa es tu esposa?” Y yo así de: “Ouch. Gracias”. O sea, yo esperaba un: “qué bonita te ves” o un algo. Y yo creo que eso fue uno de los motivos por los que la subí a medias a mi Instagram.

Qué fuerte...

Sí, pero pues bueno, ¿qué se le hace?

Sí, te entiendo. Es muy difícil lidiar con esto. Oye, entonces, en estas fotos que subes a Instagram, ¿te estás queriendo enfocar a subir puras infografías o si también te gustaría subir alguna rutina o alguna receta?

Ahorita por el momento, lo que es a Instagram, subí infografías. A mis historias he subido algunas partes de rutinas, pero volviendo al tema: mi cuarto y mi iluminación no es muy buena, entonces me he reservado un poquito a hacerlas. Tengo la idea y lo quiero hacer definitivamente. Y he subido algunos, no se podría decir recetas, pero sí imágenes de qué es lo que estoy comiendo ese día y cómo lo estoy haciendo y lo he subido a Tiktok... Que me ha gustado, es una aplicación muy amigable, encuentras de todo. Entonces he estado subiendo por allá lo que son los platillos. Pero sí, estoy ahorita con puras infografías: lo que es el feed de Instagram puras infografías. En historias ya es así como que: ay, mi desayuno o lo que comí. Porque ahorita me dado más el tiempo de preparar las cosas y que se vean bonitas. Porque definitivamente en un día normal sería así de: todo lo básico al tupper, ¿no? Y vámonos. Y ahorita ya son de que más bonito más de foto.

También es algo que nos ha dado la cuarentena, ¿no? Tomarnos el tiempo para las cosas.

Sí, es decir: ¿por qué me apuro? Tengo todo el día. Lo puedo hacer tranquila, me puedo cocinar bien mis cosas.

Oye, y en este caso del uso de Instagram... ¿has recibido algún comentario que te haya hecho sentir muy bien o muy mal? ¿Puedes darme algún ejemplo de cada uno?

Así muy mal... No. Bueno, excepto el que te comenté de este chico, pero no fue así como un comentario que me hiciera sentir muy mal. Simplemente fue así de: “tienes en parte razón, pero no. Pero la respeto”. Y muy bien, yo creo que a todos nos gusta que nos elogien, pero sí, definitivamente hay una línea muy marcada de lo que es un elogio y un... ¿cómo te lo puedo decir? Un piropo no muy bueno de parte de los hombres. Entonces, yo creo que también es una de las razones por las que a veces me limito a subir algunas imágenes o algunas fotos que me he tomado y digo: “me gusta, pero mejor no”. Entonces, yo creo que sí es muy bueno esos que he recibido, ya sabes, de parte de amigas. Pero sí hubo unos comentarios muy lindos que me tocó. Principalmente en la foto que te comentaba de los cambios, sí hubo varias chicas que tenía ratísimo que no hablaba con ellas. Eran personas que conocí, pero que realmente no era una amistad. Pero sí se me quedó muy grabado una chica que me dijo: “Oye, gracias. Me encantan tus cambios, yo estoy pasando también por lo mismo, yo estoy tratando de aceptarme, estoy tratando de tener una buena relación conmigo y ahorita con el ejercicio me está gustando cómo lo estoy metiendo a mi vida, pero ver tus cambios me motiva mucho. Hay veces que no quiero hacer ejercicio, pero veo que tú estás metida y digo sí. Lo tengo que hacer”. Y yo así de: “[gesto de que se le sale una lágrima] yo es lo que hago con algunas famosas de Instagram”. No, no sabes. Es un sentimiento así de: lo voy a seguir haciendo.

Qué lindo, entonces, ¿ningún comentario que te haya lastimado o sacado de onda? ¿Te acuerdas de alguno en específico que te haya marcado?

¿Alguno que me haya marcado? Yo creo que esto me pasó, pero no fue reciente. Yo creo que fue en la secundaria cuando había esta red social metroflog. ¿ya sabes? ME pasó un comentario que por qué estaba yo tan gorda. Y yo creo que es una de las épocas donde las niñas, principalmente, son sus mentes más maleables, son más influenciables, o sea, a lo que tú le puedas decir es con lo que se va a quedar marcado. Tanto la puedes ayudar como también la puedes hundir. Entonces, ese tipo de comentarios en esa edad marcan mucho, demasiado. Si fue así de: “es que tal vez sí estoy muy gorda. A lo mejor y sí dejo de comer”. Porque sí fue uno de los pensamientos de que maybe esa es la solución, ¿no?

Qué fuerte. Creo que a todas y todos nos ha pasado. Entonces, ¿en Instagram no?

He recibido, eso sí, algunas proposiciones indecorosas y no, no. O sea, realmente digo no gracias. Me gusta la idea del sugar daddy, pero no, no le entro. Gracias [se ríe]

Qué bueno que no has tenido una experiencia así. Bueno, ahora sí, entramos de lleno a los cambios que nuestro querido coronavirus ha generado en nuestras vidas. Entonces, ¿cuál ha sido tu experiencia con el cambio de ejercitarte en un gimnasio a tener que hacerlo en casa?

¡Bendito coronavirus! [se ríe] Ay, me costó mucho. Definitivamente me costó mucho. Más por el lado de que, yo creo que estábamos muy acostumbrados a los aparatos. Yo, más que nada, sí estaba súper acostumbrada a los apartados y ahorita tratar de entrenar en casa con unas mancuernas... Definitivamente te das, ahorita, ya me doy ideas. Pero el primer mes yo empecé muy motivada y dije: “Sí, voy a hacer ejercicio en casa, me voy a despertar temprano y ya después hago mis actividades”. LA realidad es que no. Había veces que sí hacía o me llegaba a desmotivar porque era así de: “Pues si no tengo los aparatos ¿cómo voy a hacer ejercicio?” Y ya después te das cuenta de que si realmente quieres hacer ejercicio no lo tienes que hacer en un gimnasio, o sea, puedes ideártelas en tu casa. Las primeras veces no estaba muy de acuerdo, pero yo creo que ya ahorita salir a correr o muy temprano o a una hora que no haya tanta gente, está perfecto. Pero sí, definitivamente ideártelas para hacer algo. ME costó mucho tratar de adaptar mis rutinas de lo que era el gimnasio a la casa y más con el equipo tan limitado que tenía, pero yo creo que ahorita sí es que llegan a abrir ahorita los gimnasios no lo extrañaría tanto. Yo creo que sí me podría aguantar un ratito más sin ir al gimnasio.

Y para resolver el problema de la falta de accesorios o implementos, ¿tuviste que comprar algunos?

Gracias a Dios, te digo, mi papá siempre ha hecho ejercicio, entonces tiene unos discos, varios sets de discos con las barras. Entonces tú le puedes poner o quitar los pesos. No es mucho peso, para mí sí está perfecto, para mi hermana que también está haciendo ejercicio en casa hay veces en las que le pone todos los discos y no veo que sufra. Entonces, esa es la comparativa mujer-hombre. Pero está perfecto. Sí, tenemos unas ligas y también las utilizamos. Lo que sí mandó a hacer mi papá, gracias Dios Ingeniero, mandó a hacer unas barras paralelas, entonces ya con eso es más fácil hacer trícep, unos fonditos, pecho, espalda. O sea, le hemos hallado utilidades a esas barras como no tienes idea. Yo creo que, hasta a lo mejor, después se pueden hasta vender. Una vez sí me preguntaron, porque subí una foto a Instagram precisamente, y me contestaron como tres personas: “Oye, ¿dónde las compraste?” Y yo así de: “Mmmm, las mandamos a hacer, pero no te voy a decir”.

Estaría bueno. Yo sí las compraría [se ríen] Y aparte de estos cambios con el ejercicio, la alimentación y las rutinas... Me decías que en tu cuerpo también lo has notado, ¿no? [Mónica asiente]. Empezó a llover muy fuerte y no sé si me escuche mucho... No sé si te gustaría contarme más al respecto... Lo que tú quieras.

No te preocupes, para nada. Creo que si fueron demasiados cambios. Al principio yo decía: “está bien. Un ratito encerraditos, no va a pasar nada. Ya después vamos a regresar a la vida normal”. Al principio sí fue así de: hago ejercicio en casa, tengo las mancuernas, pero las puedo idear. Pero conforme fueron pasando las semanas, yo creo que fueron las primeras tres semanas que estuve así súper motivada y llevando mi plan de alimentación bien, ¿ves que se iba a alargar? Cambió por completo mi chip. Me empecé a desvelar, había veces en las que definitivamente, si no hacía ejercicio me daban las cuatro de la mañana despierta, o sea, no me daba sueño, no me sentía cansada. Y, ya sabes, redes sociales: te distraes, te distraes, te distraes, Y bueno, yo había días que no dormía. En cuanto a la alimentación: me empecé a descuidar, “descuidar” de cierta manera porque comía yo lo que hacía mi mamá, pero pues... A veces fines de semana que no estaba porque ella se va a trabajar, pues sí era así de: “uber... ¿qué se me antojará hoy?” Entonces, no era sano. Nada sano. Nada sano [se ríe] Entonces yo creo que sí llegó un punto en el que tenemos que afrontar que es nuestra normalidad ahora y seguirnos cuidando y tratar de llevar el estilo de vida que llevábamos antes o es una oportunidad de tratar de mejorar lo que antes no estábamos haciendo. Esa es una de las cosas que, creo que sí he aprendido. Yo creo que la cuarentena no ha sido tan mala para mí porque aprendes a ver que no necesitas ir cada fin de semana a tal lugar o un lugar en específico, como el gimnasio, para sentirte bien, puedes hacer otras actividades. Creo que he cambiado mi mentalidad totalmente a lo que yo pensaba antes. Te digo, las primeras semanas sí era así de: “no puedo salir”. Yo era una persona muy activa, te digo: no pisaba bien mi casa desde que me despertaba hasta que regresaba. Y ahorita creo que ya no quiero salir [se ríe]. Ya no me gusta tanto, entonces nos va a hacer falta definitivamente una reintegración a lo que puede ser normal para nosotros. Pero creo que no ha sido tan mala.

Qué bonito que lo veas así. Me da mucho gusto, y ya falta poquito. Muy poquito, en realidad.

No te preocupes, yo estoy disfrutando la plática. He estado haciendo muchas videollamadas. Yo creo que esto es mi nueva normalidad, estar haciendo videollamadas y por eso no extraño tanto eso de ver a mis amigos. A lo mejor sí, un cafecito y el contacto de cerquita, pero hemos estado tranquilos hasta eso.

Qué bueno. Antes de terminar me gustaría que me contaras alguna anécdota que te haya marcado o que haya sido muy significativa para ti respecto a bajar o subir de peso. La que tú elijas... En específico lo que me interesa es saber cómo te sentiste tú. No tiene que ser reciente.

Principalmente cuando subí de peso una época en la prepa que, te digo que hay veces en la que nosotros no nos vemos realmente como somos. Entonces, yo me sentía bien, me sentía contenta con mi cuerpo, pero fue que vi unas fotos y dije: "sí. Creo que sí estoy muy arriba de mi peso. Sí tengo que cuidar mi alimentación, sí tengo que seguir haciendo ejercicio y más seguido". Porque sí definitivamente eso de una vida sedentaria no estaba dejando nada bueno, y más porque ya sabes que en la prepa ya te interesa fulanito, ¿no? Ya lo viste bonito. Entonces así de: "¿qué puedo hacer para que me voltee a ver?" Pues investigué qué tipo de niñas le gustaban a fulanito. A eso llegué, y yo estaba como que en lo opuesto del cuerpo que le gustaba. Entonces, fue así de: tengo que hacerlo, entonces. Esa fue una de las cosas que, no fue tan mala, pero sí me dio un: "oye, aquí. Tienes un problemita". Y ya después entiendes que no es tanto para gustarle a los niños, sino por salud. Tardas en entenderlo, pero bien o mal lo entiendes. Y, respecto a bajar de peso, yo creo que fue apenas hace un año donde se me metió la espinita de quererme meter a esto del fisiconstruccionismo, entonces empecé el plan de dieta bien, para llevarlo estructurado como era, en específico para eso. Y la verdad es que me sentí muy bien, pero sí realmente es inversión de tiempo, dinero y esfuerzo. Era de 6 am a las 11 30 pm que ya estaba yo tocando cama. Entonces sí te la vives cansada, pero sí es lo que quieres, yo creo que vale mucho la pena. Si es lo que realmente te gusta y realmente me sentí muy bien. Me gustó, yo creo que a todos nos gusta que nos digan que nos vemos bien, y ahí fue donde empecé, de hecho, a recibir más cumplidos así de: "oye, te ves muy bien", "pásame la receta", "¿qué te estás metiendo?", y yo así de: "nada más estoy comiendo sano" que, en palabras vulgares y de plano a veces decía: "Estoy cerrando el pico". Pero no, no era realmente por ese lado, sí estaba comiendo de todo, pero más limpio. Más natural.

Y ¿estas anécdotas tuvieron algo que ver con que tú quisieras estudiar nutrición?

Entre sí y no. Lo que me llamo, definitivamente, de nutrición fue cuando estaba yo jugando... bueno, toda mi vida jugué algún deporte, entonces yo me di cuenta con el tiempo que una buena alimentación puede ayudar o perjudicar en el deporte a algún atleta. Eso fue lo que me llamó la atención y me gustó. Y después te vas dando cuenta de que con la nutrición puedes prevenir demasiadas enfermedades. Principalmente México que ya ves que tiene uno de los número uno a nivel mundial en obesidad y en obesidad infantil. Eso también me llama muchísimo la atención de que, si yo pudiera aportar en ese aspecto para hacer, al menos, una reducción para, pues no cambiar, pero sí concientizar a la gente de que la alimentación realmente importa en muchos de los aspectos de la vida. Yo creo que eso sería... No sé, me daría mucha felicidad. A lo mejor suena como tipo utopía lo que estoy diciendo, pero sí es definitivamente una de las cosas en las que yo quisiera aportar, ya sea en deporte o en ambiente clínico porque los dos me gustan y aún no me decido si sí quiero deporte o ambiente clínico.

Me da mucho gusto. Me parece muy lindo. Oye, y ya por último, me interesa saber ¿cuál ha sido tu experiencia con otras mujeres en el ámbito del ejercicio, tanto positiva como negativamente? [Mónica sonríe y parece que quiere contestar ya] A ver, cuéntame.

Sí... Me he topado de todo. Yo creo que una de las personas que, definitivamente, sí me ha inspirado y quiero pensar que de cierta manera yo he aportado mi granito de arena ha sido con Elia. La conozco desde la secundaria, aunque no nos llevábamos tanto, yo sí la ubicaba, pero saber que puedo haber llegado o llegó parte de lo que fueron las olimpiadas. Yo dije: "esa mujer realmente está pesada". O sea, tú la ves y te impone a que lo hagas o lo hagas porque sí eso es lo que tiene. Es una amistad muy bonita que el gimnasio me ha dejado, precisamente en el gimnasio fue que volví a tomar contacto con ella porque íbamos al mismo gimnasio. Entonces, nos topamos y dijimos: "pues a ver qué día entrenamos juntas", y se empezó a dar: coincidíamos en horario y pues bueno... Te digo, yo creo que es una de las personas que me ha inspirado en cuanto a ejercicio y en cuanto a persona. Es una persona súper agradable, es una de las personas que todos necesitamos en la vida. Así como yo digo que necesitamos siempre en la familia un doctor y un abogado, yo creo que necesitamos alguien como ella. Ese es uno de los aspectos positivos que me ha dejado el gimnasio: conocer personas como ella. No es la única, gracias. Eso sí puedo agradecer, no es la única persona como ella que he podido conocer, pero sí un poquito más de las representativas y más presentes en mi vida.

Y malas experiencias: envidias, yo creo que eso es algo que siempre, tarde o temprano, te encuentras y más con el ego de un gimnasio. Sí hubo una situación por ahí y lo que es competencias. Llegas a un grado en el que estás logrando ciertas cosas y como que a ciertas personas como que les pesa. No logro entender por qué porque sí se supone que estamos en el mismo camino deberíamos llegar al mismo final, ¿no? Pero sí empiezan como rivalidades y yo lo que opto, más sano, es alejarme. A lo mejor no debería de ser, pero mi salud mental me importa un poquito más, entonces me alejo de ese tipo de situaciones.

Oye, ¿me puedes contar un poco más de esta anécdota? ¿O prefieres no? Si prefieres no...

No, por mí no hay ningún problema. Pues se podría decir que empezó como una amistad, pero, te digo, empezamos a tener ese jueguito... Y yo no me había dado cuenta, pero ese jueguito de: "mi casa es más grande que la tuya". Entonces, por parte de ella sí era así de: "es que yo voy a hacer esto", "yo voy a trabajar acá" y "me voy a comprar esto" Y yo así de: "Pues yo como tu amiga, te apoyo". Y sus logros, obviamente no son mis logros, pero me alegro de que lo hagas. Pero su actitud empezó a ser más de: "si yo lo tengo, nadie más lo puede tener". Y empezó a pasar con los tenis. Ya sabes, un día llegas y presumes, le dije: "me compré unos tenis" y ella: "ay, yo ya los tengo

en ese color". O sea... Ok. Gracias, te lo agradezco, pero sí había detallitos en los que como que le gustaba hacer menos a las personas y dije: "no". No me estás dejando nada bueno en esta amistad. No la corté como tal, o sea, es cordial, se podría decir: nos seguimos saludando. Porque yo creo que una amistad no la cortas así como tal, y obviamente lo que te contaron en secreto no lo vas a ir contando, entonces fue una de las situaciones que a ella se le salían por ahí. Entonces, obviamente por mi parte no voy a hacer lo mismo, pero sí voy a marcar mi línea y decir: "tu amistad estuvo muy rica y todo, pero hasta aquí". Nos saludamos cordialmente es lo que te podría decir: llevamos una relación normal.

Ok. Gracias por contarme y ya, última pregunta.

Tú sígueme.

[se ríen] Probablemente voy a regresar contigo a hacerte más preguntas, una vez que haya transcrito la entrevista, porque obvio quiero saber más de ti y quizá ahondar en algunos temas.

Ojalá sí. Me gustó.

A mí también, muchas gracias. Es muy importante para mí y para mi tesis [se ríe] todo lo que me dices. Entonces, última pregunta, al menos por ahora, preguntarte si alguna vez has considerado hacerte alguna cirugía estética o intervención no quirúrgica. Cuéntame

Ay, yo creo que lo que me ha faltado ha sido dinero [se ríe] porque, no es que no me guste mi cara porque realmente creo que mi cara sí me gusta, pero no me tiene muy feliz mi nariz. Siempre hay algo que no nos gusta, ¿no? Yo creo que a lo mejor... ¿cómo se le llama? No quirúrgica, pero el ácido hialurónico yo creo que, a lo mejor sí, lo estoy pensando. Sí, sí me gustaría. Y la bichectomía, puede ser en un futuro, no lo sé. Porque no sé qué onda con esto [se agarra la cara en la zona de los cachetes], no he ido con ningún especialista todavía, pero no sé si es grasita o ya ves que existe ahorita de que el músculo está muy desarrollado cuando masticas... Entonces no sé cuál de las dos.

Yo jamás pensaría en esas cirugías para ti...

[se ríen] Sí, te digo, yo creo que todos tenemos algo que no nos gusta de nosotros. Pero, yo creo que a lo mejor lo que sí haría sería el ácido hialurónico... Eso sí. Cuando bajé de peso estaba yo pensando en implantes, pero dije: "no, están muy caros y hay brasieres para eso" [se ríe] Así que no, ya mejor no.

Bueno, ahora voy a cerrar la entrevista: agradeciéndote un montón tu tiempo y preguntándote si en algún momento me surge alguna duda o quisiera ahondar en algún tema... ¿Si puedo volverte a contactar y hacer una segunda entrevista?

Claro que sí. Así como que muy muy muy ocupada estos días... muy poquito. Sí, me puedes marcar, escribir, lo que quieras. Realmente disfruté mucho la plática, como te podrás dar cuenta, me gusta hablar, o sea, nunca he sido una persona muy cerrada, pero me gusta mucho conocer gente y me gusta mucho conocer sus puntos de vista o sus actividades distintas o no distintas que pueden ser de las mías. Eres una persona muy agradable, gracias.

No, muchas gracias a ti.

#### ENTREVISTA MÓNICA GARCÍA MURRIETA. USUARIO: @momurrieta

**Fecha: 01/10/2020. Hora: 17:21 a 17:59. Duración: 38 minutos. Ella: Sentada con una bicicleta, pelota de yoga y pesas de fondo.**

Hola Mónica, ¿cómo estás? Veo en tu fondo una bicicleta para hacer ejercicio.

Sí. Estoy bien, dentro de lo que cabe bien. Tenía yo la intención de regresar al gym, pero nada más de pensar que hay gente que, aun cuando todo estaba normal no llevaban sus toallas o no limpiaban sus aparatos me da asco. Yo creo que, a lo mejor, si bien nos va, el próximo año. O sea, si no regresamos a clases no voy a regresar al gimnasio.

En Xalapa ya todos los gimnasios abrieron, ¿no?

Pues, cadenas grandes sí: Oxygen y otros gimnasios que no habían cerrado realmente, ya ahorita volvieron a abrir, pero te digo entre que antes yo dudaba que limpiaran, mejor no, o sea que huelva a limpia no quiere decir que esté limpio, ¿tú cómo estás?

Bien, gracias. Dándole a la tesis y hace unos días que hice las transcripciones me di cuenta de que me habían faltado cosas y ahondar en algunos temas, de hecho, por eso es esta segunda entrevista. Entonces, te quiero preguntar un poquito más sobre Instagram, en primer lugar, ¿por qué lo utilizas?

Al principio era nada más de chisme porque todo mundo tenía Instagram y ahí iba de corderito jeje, después vi que me gustó, ya sabes, queriendo andar subiendo fotos y queriendo poner todo hasta lo que no, ahí se ponía. Y ya después es una buena herramienta para lo que estoy haciendo y lo que estoy estudiante, es una buena manera de difundir información que puede ser correcta o incorrecta, entonces cuando

tienes conocimiento de algo luego te da sentimiento de enojo cuando ves que alguien está difundiendo la información que no es correcta o con tal de venderte algún producto hablando específicamente ahorita de nutrición. Entonces, si yo lo puedo hacer y puedo aportar pues qué mejor. Ahí descubrí que es una buena manera de darte a conocer y aportar, de ayudar a esa desinformación o mala información que hay.

Y, a partir de que estoy haciendo las entrevistas sobre Instagram me puse a revisar los perfiles de las chicas a las que estoy entrevistando y noté que no subías fotos desde noviembre del año pasado (2019) y comenzaste a subir fotos en marzo (2020), ¿me puedes platicar por qué? ¿o si hay alguna razón en particular?

¿Te acuerdas de que te dije que había subido de peso? Razón principal, aparte porque en ese momento no tenía inspiración, sucedieron ciertas cosas que me hicieron no tener ganas, solo me metía al chisme o a ver historias de familia o conocidos, pero hubo un rato en el que me di cuenta y dije: “¿desde cuándo no subo foto?”, y me di cuenta de que era momento de activarme y era hora de meterle ganas otra vez. Sí, fue en ese lapso en el que no hice nada de ejercicio y me di mis gustos y se disparó el peso en un ratito y dije: “no, si lo que yo estoy tratando de predicar yo no lo hago, pues no estoy siendo coherente”, y de ahí volví a empezar a subir contenido y donde quise empezar a subir las infografías que estoy tratando de hacer que, entre escuela y todo, se me va a complicar, pero en eso ando.

Pero la intención ahí está. Te quería preguntar si ¿subiste de peso por alguna razón en particular? Es que he escuchado que algunas chicas dicen que suben de peso por estar con su novio ¿o nada más subiste de peso y decidiste retomarlo?

No, subí de peso porque realmente era un rato de no estar haciendo nada y era estar viendo la tele o estar en mi cuarto y me entraban ratitos de ansiedad y entonces picaba y picaba comida y después me di cuenta de cuánto había comido en el día, y realmente en esa temporada no fueron muy buenas elecciones las que hice, o sea, me di mis gustos. A mí me encantan lo que son los panes dulces y eso, yo creo que, a todas, entonces ahí fue mi perdición. Entonces estoy tratando de recuperar los daños que hice.

Y ¿crees que haya tenido algo que ver esta temporada de otoño, el pan de muerto, las fiestas de diciembre?

Cuando subí de peso fue a finales de noviembre que fue que sí dejé de todo prácticamente, sí iba al gym, pero esporádicamente. Hasta noviembre me mantuve bien, empezando diciembre, enero, febrero, ahí se fueron mis meses que nada y, realmente no sé si tuvo algo específico que ver, pero yo creo que fue revoltura de todo: había estado saliendo con un chico y hubo problemas por ahí, ya sabes el no eres tú soy yo, pero dos semanas después sí era yo, entonces yo creo que por ahí eso tuvo que ver. Esa es una, la otra, yo creo que la escuela. Creo que fue así como un cachito de todas las cosas que normalmente tenemos en la vida y que a veces no podemos controlar, entonces en ese rato sí me dio para abajo la verdad.

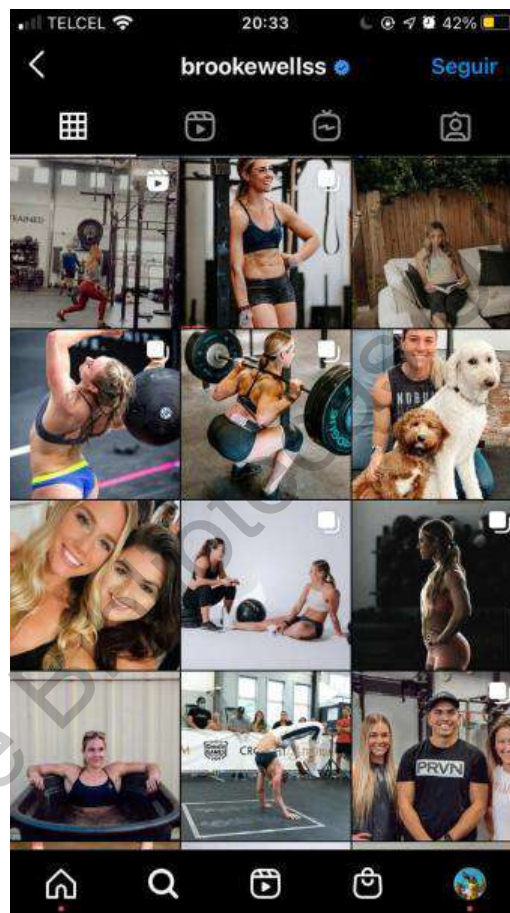
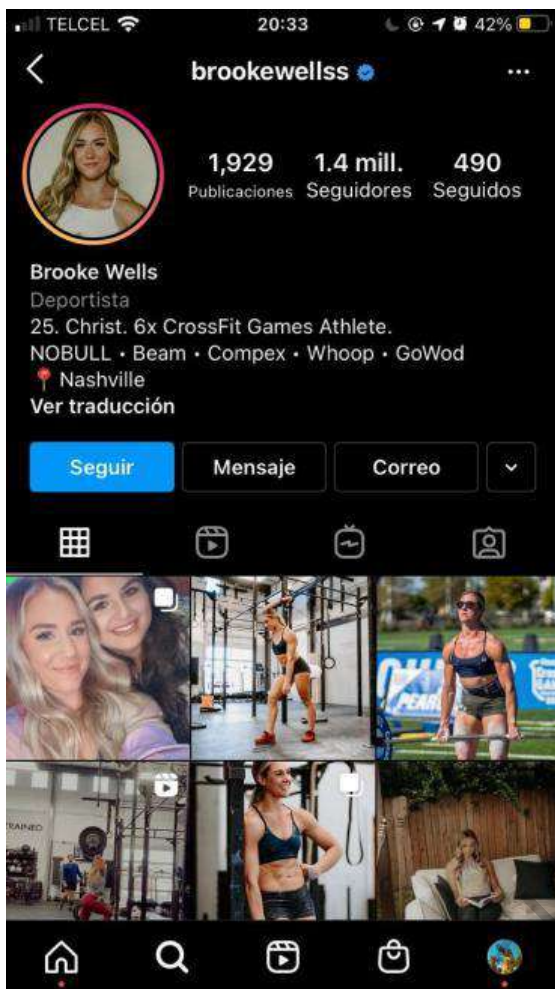
Como que tampoco, cuando hago ejercicio o me pongo una meta no es tanto porque deba hacerlo. Cuando ya dices “tengo que” como que le pierdes el chiste a lo que te gusta y tú quieres y en ese ratito sí hubo el lapso de que: “ay, tengo que ir al gimnasio”, “ay, tengo que hacer dieta” y ya, pierde todo el sentido, ¿no?

Vale, también me gustaría que me recomendaras usuarios de Instagram

¿Famosos?

No necesariamente famosos, pero que digas que debo seguirlos porque te gustan mucho.

Hay una chica, a mí me encanta los cuerpos de Crossfit creo que son muy fuertes, y esta chica es de crossfit y me encanta, se llama Brooke Wells. Es una chava fuertísima, no sabes, me encanta. A lo mejor no tanto el contenido, pero cuando veo que sube alguna fotillo por ahí sí me motiva, me hace darme cuenta de que sí quiero.



Vale, te quería preguntar por el contenido que he visto que subes a tus historias y a las publicaciones en tu perfil, ¿puedes platicarme cómo decides qué foto va a historias y qué foto va a tu perfil?

Ahorita lo que quiero hacer es subir prácticamente es subir información o los gráficos que hago para que se queden en el perfil y lo que llevo a meter a mis historias porque ahora sí ya estoy revisando qué contenido subo y qué no, qué sirve y qué no aporta, pues eso es de mi vida diaria y de gente que conozco y ahí es donde meto a mis close Friends, los desayunos que luego hago, mis comidas o algo así ya es que lo subo a las historias. Si quiero que se guarde lo dejo en mis destacados que ya lo tengo dividido en: ejercicio, ideas de comidas. Ahorita Tiktok no lo utilizo tanto para eso, pero sí hice algunos de recetas y también lo subí con los enlaces a Instagram.

Así es más o menos como lo divido: las infografías que quiero que se queden que sean directamente información se quedan en mi perfil y lo que siento yo que puede ser un contenido más visual que información se va a mis historias.

Y ¿cómo decides qué foto subir a tu perfil? Sea infografía, foto tuya o de alimento.

Ahorita me he estado preocupando un poquito más por eso y a lo mejor no sé si tenga tanto que ver, sí quiero manejar una sola paleta de colores. Los colores que siento que me identifican por decirlo así y los quiero manejar entre: negros, blancos y rojos. Más o menos esas fotos o infografías que quiero estar subiendo son y serán más o menos en esos tonos. Ahorita fotos mías solo subí una y creo que después la archivé... Una cosilla por ahí... Un chico con el que estoy saliendo me dijo: “no, es que el tipo de fotos. Pues no me gustaría que todo el mundo ande viendo cómo te ves” y dije: “Ok. Estamos bien, la archivaré tantito”. Ahí es más o menos lo que estoy tratando de hacer.

Y ¿vas a dejar de subir fotos tuyas porque esto ocasiona un problema?

No que no las vaya a subir porque realmente él no tiene Instagram, pero me siento cómoda con él. Ahorita no tengo contenido mío como para subir, entonces también me fui por ese lado. Lo que quiero es armar la página con información, progresos de mis clientes, es lo que voy a tratar de andar subiendo y de vez en cuando subir una foto mía.

Entonces, si yo te dijera: “Mónica tienes que dejar de usar Instagram” ¿lo dejarías?

Quién sabe. Si apareciera otra plataforma parecida lo pensaría.

¿Parecida en qué sentido?

Es que es muy cómodo a diferencia de Facebook porque nada más muestras pedacitos o fragmentos de tu vida, entonces es como darle una pequeña vista de lo que es tu vida a la gente, pero realmente no tienen idea de cómo es. Solo les das una probadita y en Facebook, yo siento que es más chisme, más social, como que publicas cada cosa que te encuentras. Si tú ves mi perfil de Instagram y ves mi perfil de Facebook yo creo que pensarías que son dos personas distintas si no ves fotos porque en Facebook subo pura jalada, cosas que me hacen reír, pero realmente como información no.

Si me dices que lo deje de usar, sí me costaría menos cerrar Facebook que Instagram.

O sea, ¿estarías dispuesta a cerrar Facebook, pero Instagram no?

Sí, yo creo que sí. Porque prácticamente Facebook ya no lo utilizo, nada más me pongo a ver vídeos o ver cualquier cosa nada más por matar tiempo.

¿Y con qué crees que tenga que ver?

Yo creo que, porque es más visual, más vídeos y siento que es más personal porque ya ves, en Facebook falta que es página de fans, pero en Instagram es más fácil sentirte más cerca de la persona o como tener más contacto directo. Yo creo que es por eso que me gusta más, es más personal.

A raíz de las transcripciones me di cuenta de no te pregunté ¿cuál es la razón por la cual decides empezar una dieta?

Al principio empecé con puro ejercicio, no llevaba realmente una dieta. Después fui viendo y analizando que, prácticamente, hay ciertos tipos de cuerpos que llaman más la atención que otros, entonces en cuanto a mercadotecnia te empiezas a sentir bombardeada de esos anuncios o de personas que ves en la calle, principalmente anuncios y dices: “yo quiero tener ese tipo de cuerpo porque es el tipo de cuerpo que llama la atención”. Y pensé que era momento de hacer dieta, pero en realidad en ese momento había muchísima desinformación sobre dejar de comer pan o tortillas y va más allá de eso.

Yo realmente nunca tuve algún desorden con la comida, pero sí era de que había ocasiones que sí me daba mis atracones y ya sabes, después la culpa de engordar a lo güey. Entonces yo creo que es mejor tratar de llevar una relación nada y equilibrada con tus comidas para evitarte esos sentimientos de culpa después de darte tus gustitos, pero yo creo que fue por eso.

Entonces, ¿tú te haces análisis de sangre y si sale algo mal por eso empiezas la dieta? ¿o es más bien por cómo te sientes?

Realmente nunca me he sentido mal, así de mareos cuando me paro o sentirme débil porque realmente mi dieta nunca ha sido tan baja, estricta o mal planeada que me haga tener alguna deficiencia o sentirme mal, pero fue más por estética, por lo que veía en el espejo. También por lo que veía en fotos porque ya sabes, la selfie donde buscas el mejor ángulo, entonces hay veces en las que escondemos ese tipo de cosas, pero no faltan las reuniones familiares donde hay fotos grupales y entonces dices: “¿así es como me ve la gente? ¡qué oso!”. Ahí es cuando digo ya no, hay que ponerse bien a llevar la alimentación sana, no es que yo quite mis gustos, pero sí le bajo de comérmelos tres veces a la semana cómetelo una vez a la semana.

¿Y a tus clientes les pides análisis de sangre?

No, yo ahorita no manejo patologías, o sea, a los diabéticos técnicamente yo no los puedo llevar porque no estoy todavía titulada y es meterme en un terreno que todavía no piso bien. Entonces prefiero decirles que no, yo ahorita trabajo personas deportistas activas y se han hecho análisis de sangre, obviamente, que sus niveles estén dentro de los normales. Patologías yo no manejo, sí me gustaría, pero no manejo.

Entiendo. Oye, me decías que hay algunos cuerpos que llaman más la atención que otros, ¿cuáles son?

Parecer y lo que yo vi en ese momento, que obviamente nunca voy a llegar a eso, eran niñas súper delgaditas y cinturitas finitas. O sea, mi tipo de cuerpo natural no es así, va a ser muy complicado que mi cuerpo llegue a ese nivel que yo vi en ese momento porque mis caderas son más anchas, mis hombros son más anchos, entonces realmente ni volviendo a nacer hubiera yo tenido ese cuerpo. Después te das cuenta de que puedes adaptarte a lo que tú buscas haciendo ejercicio y controlando tus alimentos y porcentaje de grasa.

También te quería preguntar sobre algo que me dijiste la entrevista pasada, me decías que hay algunos cuerpos que tienen más ventajas que otros. Platícame más sobre esto.

Yo creo que sí, visualmente hay unos cuerpos que llaman más la atención que otros. Yo creo que como mujeres siempre está el rollo de que por ser mujer a veces tienes más ventaja, por ejemplo, en los bares, ¿no? Entonces hay veces en las que te invitan una copita porque le gustaste al tipo, ¿no? Puede ser una de esas ventajas, aunque no está tan chido.



Pero también hablando sobre metabolismo, hay algunos que tienen más ventajas que otros. Hay cuerpos de mujeres que son casos no tan frecuentes en donde las mujeres comen y comen y no engordan, pero también puede ser que no están subiendo de peso, pero sus niveles de colesterol y triglicéridos están altos.

Hay algunos cuerpos que no almacenan grasa en las caderas, hay algunas mujeres que por los niveles de estrógenos o testosterona almacenan más la grasa en el centro, en el puro abdomen. Entonces, te digo, pueden tener ventajas y desventajas ciertos tipos de cuerpos, hay otros que bajan el porcentaje de grasa un poquito más rápido.

Yo sé que cuando éramos pequeñas permeaba mucho el cuerpo delgado, pero ahora con las Kardashians el cuerpo curvilíneo se ha visibilizado, ¿tú piensas que tiene este cuerpo tiene más ventajas o seguirías pensando que el que tiene mayores ventajas es el cuerpo delgado?

Sí y no porque es más fácil encontrar un pantalón recto o un pantalón al que no se le hagan bolsas para una persona más delgada que no tenga tanta cadera y su cinturita tan pequeña. Yo tengo muchos problemas para encontrar pantalones, yo creo que tú me puedes decir lo mismo, me pueden subir de las piernas, pero me nadan o se me hace una bolsa en la parte de atrás. Entonces si yo realmente quiero un pantalón de mezclilla ese es mi pesar, leggings son más cómodos, yo creo que la mayoría de mi ropa casi siempre es deportiva o los pantalones que ya sé que el modelo me adapta.

Yo creo que las ventajas de, a mí me encantan los bralettes, el cuerpo delgadito tiene esa ventaja de que puedes llevar un bralette tranquilamente y no lo consideran morbosos o no es lo primero que voltean a ver. Es así de, no tiene casi pecho, se ve bonito. Pero si tienes un poquito más, te pones los bralettes o una blusita un poquito más escotada es así de: me la tengo que estar subiendo y cuidando si me agacho. A mí eso me choca. Un cuerpo tan prominente de arriba a mí eso ya no me gusta, prefiero caderas, pero yo no puedo escoger, es lo que me tocó.

Es curioso porque otras mujeres dirían lo contrario, que tu cuerpo tiene más ventajas que el de ellas, ¿no? También, al platicar con otra chica me dijo ella se había dejado. Me gustaría que me platicaras, para ti, ¿cómo se ve una persona que se dejó?

Yo creo que se ve como todo lo contrario de como la ves normalmente, pero no en una manera positiva. Por ejemplo, de mí puedes decir que en el rato que te conté que subí de peso yo te puedo decir que sí, realmente me dejé. Si yo veo mis fotos de noviembre a mediados de febrero yo... Mi cuerpo es totalmente diferente. Y sí, realmente me dejé porque dejé de tener ganas, de comer bien, de hacer ejercicio, de preocuparme por mí. Y yo creo que a veces no vemos el daño que nos estamos haciendo realmente porque había días que yo no me quería parar de la cama como que no hubo motivación por ningún lado. Después de eso vas poco a poco tratando de regresar a lo que eras, pero yo creo que eso es de una manera negativa.

Entonces, ¿qué cosas haría una persona que se dejó?

Descuidarse, dejarse de preocupar por ella. Yo creo que todos vemos los cambios más rápido en las personas que en uno mismo, le puede cambiar el semblante, el ánimo, lo más notorio: su cuerpo cambió, o bajó de peso o subió de peso; si salía ahora ya no la ves tanto, ya no te manda mensajes. Yo siento que son señales de que se está dejando y alejando, pero realmente yo creo que dejarse tiene que ver más con el estado de ánimo que tiene esa persona.

Vale, ya casi terminamos. Me gustaría saber qué opinas de la gente que no se ejercita.

Realmente no tengo un comentario negativo. Obviamente es algo de salud, pero no puedes tomar como ejercitarse como precisamente ir al gimnasio, puedes los fines de semana ir a caminar a la montaña o que de vez en cuando nades por gusto, que en las tardes salgas a caminar o pasear a tu perrito, pero como tal ejercitarse yo no le veo nada de malo.

He conocido a algunas personas que estaban peleadas con el gimnasio, con sudar o despeinarse y ahorita me da mucho gusto ver que hace dieta, ejercicio y que se preocupa. Yo creo que eso debería ser de manera intrínseca no algo que te digan que tienes que porque cuando te dicen tienes que, una supone que es un esfuerzo. Yo creo que una persona que no hace ejercicio no tiene que ser una persona que esté enferma, simplemente no le gusta ejercitarse.

Y, casi, por último, ¿qué sientes cuando ves a alguien obeso?

No te podría decir que juzgo porque realmente nunca sabemos qué le está pasando a la otra persona, en qué momento de su vida la estás conociendo. No te podría tampoco decir que es un sentimiento condescendiente porque tampoco porque es su vida y cada quien sabe lo que hace con ella. Por eso me gusta ahorita Instagram para subir información porque de pronto una persona obesa muchas veces tiene miedo de que las juzguen, hay muchas personas que no hacen ejercicio o alguna actividad porque sienten que los van a juzgar o van a señalar como: "ya viste al gordito, ya está haciendo ejercicio". Entonces yo pienso que es contradictorio para ellos porque igual y quieren hacer ejercicio, pero el miedo a que los juzguen no los deja. O tampoco quieren ir con un nutriólogo porque realmente saben que tienen que bajar de peso, pero muchas veces algunos nutriólogos te regañan y un nutriólogo o un doctor nunca te tiene que regañar.

Hay una materia que ahorita me está gustando mucho que se llama Psicología de la Nutrición. Realmente tú no sabes qué problemas pueda tener esa persona con sobrepeso sobre por qué no está llevando bien su dieta o por qué no ha empezado un plan alimentación sano, tal vez nunca le enseñaron a comer bien. Una de las principales razones es porque la gente gordita, suena feo, pero, sienten que las van a juzgar.

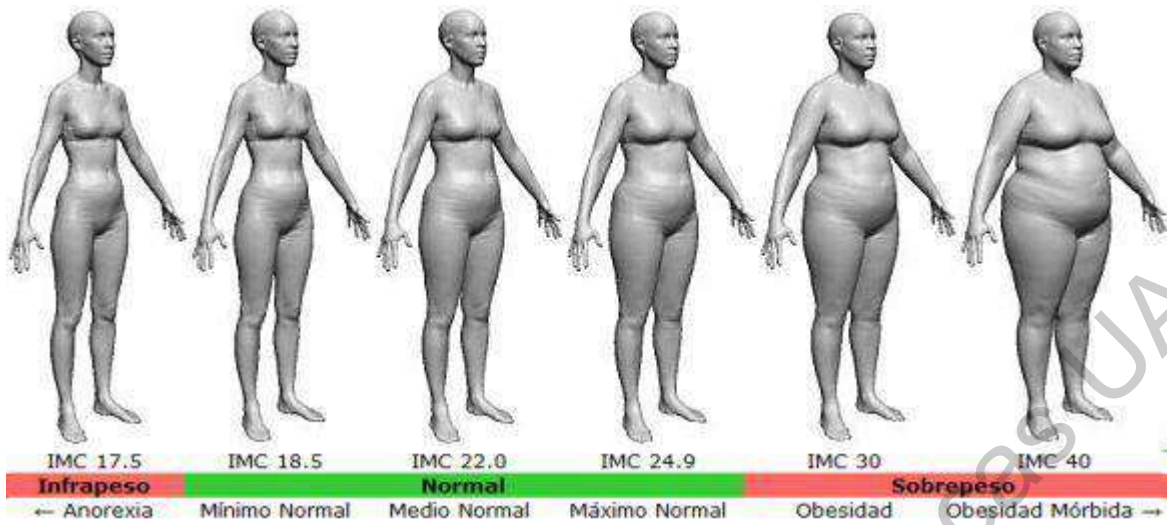
Entonces, ¿qué es lo primero que se te viene a la cabeza cuando ves a alguien con obesidad?

Me viene un sentimiento de quererlo ayudar. Pero tú no puedes ir con una persona a decirle: “te quiero ayudar” porque no todas reaccionan igual. Algunas personas pueden ser muy receptivas y aceptarlo y otras decirte para qué si no lo necesitan, ya saben que están gordos y así se quieren. Pero yo creo que sería más un sentimiento como de impotencia.

Ahora sí, por último, te mostraré dos imágenes y me gustaría que me dijeras con cuál de identificas tú.



El del centro, yo creo que es el más cercano. Para empezar mis hombros no son tan angostos, entonces el primer no. Gracias a Dios, a pesar de que he subido de peso mi tipo de cuerpo ha mantenido la forma en el centro.



Estoy en el máximo normal. Así es como mi cuerpo almacena grasa, en las caderas.

Vale. Ahora dejaré de grabar. Te agradezco mucho.

Dirección General de Bibliotecas UJAQ

## Gabriela

ENTREVISTA GABRIELA REYES. USUARIO: @gabbrielareyes

**Fecha: 09/09/2020. Hora: 20:06 a 16:53. Duración: 55 minutos. Ella: sentada en una silla, en el estudio de spinning (Velo Indoor Studio), sudada y terminando de tomar una clase.**

-Después de muchos cambios de día y de hora (dos veces de día y dos veces de hora) de parte de Gabriela porque tenía muchas cosas que hacer y tuvo varios imprevistos.

¡Hola! ¡Por fin lo logramos! ¿Cómo estás?

Ay, es que yo neta quería como tiempo bien porque dije, si no tenía tiempo no iba a contestar tranquila y así. De hecho, si me puedo ir como manejando contigo sin problema podemos seguir hablando porque ya casi me voy de aquí, entonces.

Súper, bueno, igual es rápido. Para la entrevista yo lo que busco... Y para eso te voy a platicar un poco más de mi tesis, justo para que te des una idea de lo que me gustaría que me platicaras, es súper libre esta entrevista, se llama narrativa porque busca que me contestes lo que tú quieras y puedes explayarte el tiempo que quieras. Es decir, contarme anécdotas o historias tuyas, que te acerques a mí de esa manera y está basada en seis temáticas porque lo que me interesa es conocer la interacción de las mujeres que se dedican al fitness con la plataforma Instagram, las experiencias y cómo ha sido el covid y entrenar en cuarentena. Y cada mujer que es mi informante tiene una historia de vida bien bonita y diferente, por eso también te elegí a ti. Me gustaría que me dijeras tu nombre completo, edad, profesión y a qué te dedicas.

Ok. Nombre completo: Gabriela Reyes Álvarez, tengo 32 años ya aunque me veo más joven yo lo sé [se carcajea], estoy trabajando ahorita en un spa porque estudié cosmetología, tengo también mi carrera de administración de negocios internacionales, la cual no ejerzo ahorita porque me encantó más estar en el spa y, acabo de tomar la certificación para trabajar aquí en Velo, que es donde estoy en este momento. Y también, estoy muy feliz porque voy a dar clases en el Velo Indoor Studio de esta amiga, así que está increíble, ya estamos próximos a abrir aquí y me emociona muchísimo porque es algo que también amo hacer, así que, ¿qué más? ¿qué más?

A mí me gustaría que me platicaras ¿qué significa para ti ser saludable?

Es un tema muy importante porque llevo haciendo ejercicio toda la vida. Desde que estoy en la primaria estoy en algún tipo de deporte, me metieron desde muy chiquita a fútbol, basquetbol, voleibol, danza, karate, yo me metía a todo lo que podía. Entonces, desde que estoy en quinto de primaria me meten a atletismo y fue para mí la parte que empezó a llenarme como persona o empezó a formarme desde muy pequeña porque el maestro que nos llevaba era una persona increíble, era un señor ya grande, que tenía ideas súper correctas en cuanto al ejercicio y cómo llevar tu vida, y, desde muy pequeña me orientó para este camino. Yo empecé desde que terminé la primaria y en la secundaria todo el tiempo compitiendo, mi prueba era 1500 metros y, la verdad, amaba competir. Nos íbamos a nacionales. En la prepa estuve los tres años, cuando me vengo para Xalapa a estudiar, porque yo soy de Misantla, dejo un poco esta vida porque no podía seguir entrenando y la carrera y aparte me metí a trabajar, y ya mis tiempos eran terribles y ya no podía hacerlos.

Entonces, el que yo lo haya tomado desde muy pequeña a mi mamá le causaba como mucho ruido porque empecé a cuidarme hasta con la comida. Llevo toda la vida como... si lo quieres ver, en dieta. Para mí no es dieta porque hoy en día es mi manera de comer, mi manera de vivir y mi manera de transmitirle a mi hija qué es lo que va a comer ella. O sea, a ella le das una galleta de avena con semillas y le encanta. Y yo es lo que quiero que también ella desde muy chiquita aprenda a que este tipo de cosas las tiene, puede comer dulces y por supuesto que los puede comer, es una niña y va a tener una infancia igual que todo el mundo, pero va a tener el conocimiento de ser saludable. Me ve haciendo ejercicio y ella replica lo que yo hago, de hecho, en las historias que subo a Instagram ella hace lo que yo estoy haciendo. Si yo hago una sentadilla, ella hace una sentadilla, si hago un desplante, ella también, porque todo imita. Y es la parte que, para mí, hoy que soy mamá, me llena de alegría el poderle dejar eso a mi hija.

Oye, y ¿en algún momento te has comparado con otras personas, tanto en positivo como en negativo? Es decir, me veo mejor o se ve mejor, soy más saludable o es más saludable que yo...

No ¿eh? O sea, no comparar. En algún punto me gusta agarrar ciertas cosas de personas que creo que son, tal vez, más saludables o que tienen un mejor físico o que, tal vez, admiro ese físico. No porque vaya a ser igual porque mi estructura tal vez no es igual a la de todas las demás personas, pero me gusta tomar ciertas cosas que pienso que me pueden funcionar. Y, en cuanto a lo malo, de que "ay, se ve mejor que yo", creo que ahí no es tema porque ningún cuerpo es igual, entonces yo no podría compararme con otra persona que tiene un cuerpo diferente, jamás vamos a estar igual, pero ni de broma. Entonces, para mí es: lo que sí me puede dejar y lo que puedo captar de alguien más, lo hago y si me funciona, lo dejo en mí, y si no me funciona lo deshecho y sigo con lo que sí me funciona.

Y, esto que mencionas de las características físicas de un "mejor cuerpo" o del cuerpo que admiras, ¿cómo es ese cuerpo?

Ah bueno, eso sí. Admiro a las personas que tienen un cuerpo muy desarrollado, o sea, que se nota cada parte de sus músculos y tienen esa definición de ese es tu hombro, ese es tu bicep, ese es tu cuádriceps, ese es tu femoral... O sea, que tengan esa definición de cada parte porque a veces, a mí en lo personal que soy muy delgadita y me cuesta mucho subir, de hecho en esta pandemia bajé siete kilos, lo cual es

para mí de: me voy a morir. Entonces, sí admiro la parte de la gente que puede seguir manteniéndose en sus formas porque yo, literal, dejo de hacer gimnasio y mis formas de pierden un poco, no por completo porque mi cuerpo tiene una memoria, pero bajé siete kilos. O sea, estoy siete kilos abajo y es mi admiración para esas personas que hoy, como sea que le estén haciendo, pueden mantener las formas. Y eso es lo que admiro de la gente que digo como: “wow”, no sabemos... Igual y ellos sí tienen un gimnasio, igual y tienen cosas que yo en este momento no tengo. Y no es que me dé el bajón, al contrario, trato de mantenerme con lo que hago en mi casa, en el estudio. Aparte como que en mi vida hay más, ¿sabes? El trabajo, mi hija, el perro, a todos les debo poner un poco de atención. Lo que hoy ya no me preocupa es si tengo o no tengo la forma porque sé que en cuanto regrese mi vida a la normalidad voy a regresar a tener lo que ya tenía y punto.

Oye, ¿y tú te consideras fitness? ¿O consideras que formas parte de la comunidad fitness? y, también, ¿cómo lo describirías?

Pues sí podría considerarme fitness porque en mi forma de ser, en cuanto a lo que yo creo que es fitness, es una persona que cuida su cuerpo, el ambiente, o sea, todo lo que es de cuidado de tu cuerpo, de tu mente. O sea, porque lo que comes se te va a todos lados, lo que respiras se te va a todos lados... Y para mí, el tener esa mentalidad fitness, la tengo, y es alimentar mi cuerpo y mi mente. Y lo tengo. Y probablemente ahorita mi cuerpo dices: “bueno, no estás tan fitness” Lo cual difiero porque sí sigo conservando, aunque esté bajita de peso, que no me gusta, eh, la verdad para mí, decir que estoy tan delgada siento que se me parte el corazón. Pero pues, me sigo manteniendo: tengo que salir a correr con el perro, más o menos corro como una hora, más venir al estudio que son 45 minutos de clase, aparte hago lo que puedo con mis ligas, mis mancuernas, mis pesas y con todo lo que tengo en mi casa y me mantengo. Entonces, sí. Y, sí no lo hago... Estuve una semana de descanso y ya no pude más. Mi mente fue así de: “ya no puedes seguir descansando. Necesitas hacer”. Si yo me hubiera tomado otra semana la ansiedad hubiera llegado a mí. O sea, es un tema de energía en mi cuerpo, si yo no recargo mi pila haciendo algo físico, por mucho que me mantuviera con la comida no se puede. O sea, por eso sí me creo fitness y considero el fitness como un conjunto de cosas en lo que te llevas, hacia lo que alimenta, hacia lo que estás visualizando, con la gente que te rodea, con lo que realmente tienes en el cuerpo y que puedes hacer. Y para mí, es eso.

Entonces, ¿dirías que el fitness es un estilo de vida?

100 por ciento.

Y, ¿me puedes contar un poco más de cómo empezaste a hacer ejercicio? Me comentabas que desde pequeña pasó, pero ¿por qué? ¿cómo fue?

Híjole, empecé a hacer ejercicio desde que estaba en la primaria, tenía como seis años y ya había entrado a danza. Lo primero que me metieron fue a danza y a karate porque yo estaba entre que mi mamá quería que fuera muy girly y yo no quería ser girly porque la danza la odiaba. Entonces le dije: “está bien, entro a danza, pero me metes a karate”. Y, eso me lo cuenta ella porque es muy chistoso que yo negocié con ella el que yo quería hacer algo, pero siempre y cuando fuera equitativo. Y ya después, en segundo de primaria empecé a meterme a voli y a basquet y terminaba moreteada. Yo era de las que se aventaba por el balón y siempre me gustó, ¿sabes? Desde que estoy en la primaria. Nunca he dejado de hacer... Mi periodo más largo que he dejado de hacer ejercicio son tres meses, en toda mi vida, tres meses porque fue el último mes del embarazo porque se me complicó con que ya tenía mal el intestino y el doctor no me dejó, y los dos meses del posparto porque fue cesárea. Y fue mi periodo más largo en la vida y ya me estaba volviendo loca. Yo al primer mes le decía al doctor que ya estaba bien y me decía que estaba loca, que él sabía que toda la vida había hecho ejercicio, pero que necesitaba cuidarme la herida. Y yo así de: “pero ya me siento bien”. Y en el segundo mes, literal, fui a consulta, me dijo que sí, y en la tarde yo ya estaba en el gimnasio.

Y el ejercicio en gimnasio ¿a qué edad empezaste? ¿recuerdas?

Ah, en el gym empecé cuando entré a la universidad: a los 17 años.

Y, te quería preguntar si consumes algún suplemento o complemento y ¿cuál?

Sí. Sí tomo proteína, tomo BCAAS, óxido nítrico y llegué a tomar glutamina en algunos momentos cuando mi cuerpo está como muy, siento, desgastado, la tomo para reforzar las articulaciones. Me han dicho otras cosas que se pueden utilizar o que la gente ha empezado a utilizar que son ya inyectadas. El chocho común que la gente conoce. Pero realmente yo en mi cuerpo no lo he hecho porque toda la vida he hecho ejercicio, entonces siento yo no necesitarlo. Y siempre me lo han dicho porque siempre me quejo de que soy muy flaquita y me dicen que con eso voy a subir, y yo: “mira, si no subo con comida pues ahí nos la llevamos súper tranqui”, y realmente la última temporada que fue cuando subí, llevaba una dieta tremenda de carbohidratos y logré subir siete kilos que son los que ahorita tengo abajo. O sea, mi peso natural es este, en 52. ¡Ah! ¡Bueno no! Hoy me pesé: pero 53.400 y yo dije: “¡Woowow!”. No sabes, yo un kilo y medio, para mí fue... Te lo juro, me sentía así de: “¡Subí un kilo! ¡Wow! ¡Sí, por favor!” La chava con la que trabajo, porque me pesé ahí me dijo: “eres la única loca que se sube a la báscula y que sube un kilo y lo celebra” y yo: “no me importa, estoy muy feliz. No puedo controlar esta felicidad”. Le escribí a mi entrenador y le dije que no lo he molestado con dieta ni nada porque no estoy haciendo ejercicio, le conté que había bajado, y hoy que le escribí para decirle que ya subí, me preguntó cómo y le dije: “pues medio revolví las dietas que me diste y ahí la llevo”, y más porque no estoy haciendo nada. Realmente no estoy haciendo ejercicio súper extenuante que digas... La verdad, no. Hago lo que puedo con lo que tengo y aun así subí y dije: ya. Me merezco un premio.

Es chistoso porque muchas mujeres justo queremos modificar o bajar esos kilos que están como “de más” [comillas con las manos] y justo me gustaría preguntarte si tú cambiarías algo de tu cuerpo...

Mmm no. No cambiaría nada [se carcajea]. No, fíjate que siempre que he querido algo digo: hójole la pantorrilla estaría increíble que la tuviera un poquito más grande, pero no me trauma porque soy delgada y ni modo que tuviera una pantorrillona... O sea, no hay manera. Me vería mal, realmente lo pienso y bueno, es una idea. Se vería un poquito bonito si tuviera un poquito más de volumen, pero no me lo cambiaría. Por ejemplo, me lo han preguntado, algo que no tiene nada que ver con los músculos que puedo trabajar y son las bubis... me han preguntado: “¿te operarías?” Y yo: “No. Me encantan mis bubis pequeñas”. Realmente me encanta ponerme un escote y que no se me vea nada porque me siento muy bien. En el bautizo de mi hija usé un vestido que tenía un escote hasta el ombligo y una espalda súper amplia y yo me sentía increíble. O sea, no, no me cambiaría nada.

Entiendo esto de no quererte cambiar nada, pero ¿hay algunas características físicas corporales que admiras? [Gabriela asiente repetidamente con la cabeza] ¿Me puedes decir cuáles son?

Ah sí. Fíjate que sigo a una chica que se llama... Greca... No recuerdo bien su nombre, luego te lo escribo. La sigo por recomendación de una amiga y dije: “wow. O sea, qué padrísimo cuerpo porque tiene súper definidas sus formas. Es como grande de las piernas, una pompa así como súper redondita; se le define el cuádriceps, se le define el femoral, tiene la pantorrilla que se ve que la ejercita, tiene un hombro súper formado... O sea, es como sus formas”. Ya no te cuento el abdomen como lo tiene porque yo quisiera en mis sueños, o sea, lo tiene demasiado perfecto. Pero, admiro tanto eso y me encanta verlo, pero siento que yo en mi cuerpo no lo llevaría a ese extremo. Yo admiro mucho eso porque sé lo que cuesta, sé lo que te lleva a eso porque la última temporada que, mi mejor momento fue en febrero, cuando ya subí un poco y la dieta. Y de verdad la dieta estaba fabulosa porque estaba elevada de carbohidratos de una manera maravillosa y como yo lo combinaba mucho con la bici porque estuve en certificación y estábamos cuatro horas en la bici y hacía dos horas de gimnasio. Entonces, no te quiero contar todo lo que me comía y mi cuerpo estaba increíble... O sea, yo tenía esas formas. Realmente yo podría ver una foto de febrero y una foto de esta chica que admiro y no le pediría nada a ella. Así me siento, pues, y no lo llevaría a más porque siento que ya no... También pierdes un poquito el estilo y tu esencia, o sea, como que está ya tan [indistinguible] porque ella se dedica a eso y es lo que vende, ella vende programas y es su parte para la gente, entonces obviamente debe esta fabulosa. Y la admiro, yo de verdad veo el esfuerzo que tiene que hacer porque yo lo sé. Y tan, yo siento, que ella ya se metió cosas, ¿me explico? Yo admiro eso, pero yo por ejemplo, de mi manera natural no le pediría nada porque en mi caso fue natural y ya, en esos casos, y mucha gente me lo dijo cuando les enseñé la foto de ella: “ella ya tiene hormona encima”, y entonces me siento muy orgullosa de mí misma por haber logrado esto con todo lo que he hecho. Yo realmente era muy estricta con mis comidas, o sea si me tocaban siete comidas y la primera era a las 6 am y me tenía que dormir a las 12 am para hacer la última comida, te lo juro que me esperaba hasta hacer la última. Sí soy muy así. Con mis comidas sí soy muy estricta. Ahorita no. No soy ni la mitad de estricta de lo que era cuando no estaba la pandemia. Pero, no es justificación, pero sí llega una temporada en la que la ansiedad te ataca y es como: ¿por qué no voy a comer esto que jamás como? Por ejemplo, este lunes me mandaron unos esquites con tostitos... ¿un lunes yo iba a comer eso? Jamás en la vida. Y me lo comí, no me importó, dije: al rato hago cardio, mañana hago ejercicio. Y ya no es como que me traume. El cuerpo va a llegar y si yo sé que ajusto una dieta mi cuerpo va a mejorar sí o sí.

Entonces, imaginemos que llega alguien súper inexperto y te pregunta: ¿cómo es el cuerpo de alguien fitness? ¿Cómo lo describirías?

Si alguien que no sabe nada de nada... O sea, para mí un cuerpo fitness es aquel donde se te nota, porque sí o sí, se te nota, que comes bien. Deja tú que hagas o no hagas, la manera de comer. Es más importante tu manera de comer que tu manera de ejercitarte porque yo en esta pandemia y no teniendo todas las herramientas para hacer ejercicio y realmente veo mi cuerpo hoy y a mí, yo, la comida... Sí he bajado, sí necesito el gimnasio para estar más voluminosa, ¿no? Ese volumen sí lo adquiero con el gimnasio 100%, ya no hay manera de que no. Si yo hoy en día fuera una persona que se metió algo, lo que sea, anabólico o esteroide o lo que sea, la gente normalmente lo que me ha dicho mi entrenador es que suben a un 100% y cuando dejan se quedan como en 50% y hay gente que rebota, pero ya no bajan bajan a como estaban antes de meterse eso. Yo, por ejemplo, como fue con la comida y el ejercicio bajé un montón. Tal vez si yo me hubiera metido algo hubiera quedado en la mitad, o sea, no hubiera bajado tanto porque lo que te meten hace que crezcas y te mantiene el tamaño. No sé cómo funciona, de eso sí no podría platicarte porque no tengo idea de cómo funciona ni cómo es, pero es lo que yo sé de lo poquito que me han contado. Y sí me dijo mucha curiosidad porque, en algún momento pensé probarlo en mí por este tema de crecer que es lo que a mí me cuesta, pero me dijeron: “¿tú para qué? ¿De verdad quieres estar súper grande?” Y dije: “tienes razón. Está bien. No va por ahí. Prefiero comer y hacer y chingarle como siempre” y con eso... Como que sí mi tema de que cuando me preguntaste ¿cambiarías algo en ti?, o sea, es como no me gusta ser tan flaquita, entonces, por eso siempre como que busco estar en mi forma fit, pero más grandecita porque cuando estoy como flaquita me veo fit, pero me veo pequeña, o sea, delgadita. Como siempre he sido tan delgada es como: “¿por qué no estoy más grande?”, pero sé que logro subir. O sea, no es tema, no es algo que me acompleje porque cuando tengo todas las herramientas puedo subir.

Entonces, el tema de la gente que no sabe nada, por ejemplo, los que no saben nada y te dicen eso... Yo no te puedo decir que lo veas como en un físico de: mira se ve fit, porque puede ser falso. Me refiero a esto de la gente que ocupa cosas. Esto se nota en lo que comemos, en la piel, una piel más luminosa... Yo ahora que ya estudié cosmetología, todo el tema de la cara... Todo es tu piel. Tu cuerpo refleja lo que tú comes. Todo se nota, si no tomas agua, si no consumes colágeno después de cierta edad y si estás comiendo cosas que no te estén ayudando, realmente una persona fit desde ahí: desde lo que estás metiendo a tu boca. No tanto por el ejercicio, o sea, sí tiene que ver. Pero sí, pienso yo que es más la alimentación, para mí.

Justo eso es lo que me importa, lo que para ti significa. Y te quiero preguntar si has llevado el registro de los cambios en tu cuerpo antes y durante la pandemia, es decir, mediante fotografías.

Pues subo vídeos de mí haciendo ejercicio desde que empezó la pandemia y sí hay como un cambio. Justo hace ratito estaba viendo unos vídeos que subí justo cuando empezó la pandemia cuando empecé a hacer ejercicio en casa y que aún conservaba mi forma de gimnasio,

¿no? Hoy sí me sigo viendo fuerte, pero más pequeña. No he perdido esas formas que me gusta, pero mi cuerpo ya no está como cuando empezó. Porque, tan solo de decirte que bajé 7 kilos, es muy considerable y sí se me nota. Quizá en los vídeos no tanto porque sí me dicen: “ay, te ves súper bien”, pero no me siento al cien. Yo sé que he bajado siete kilos. Y cuando empecé pues empecé normal. Los primeros dos meses seguía manteniendo porque sí entrenaba más fuerte, después como que en el inter de la pandemia me empezó a dar como que un bajón como entre la motivación, o sea, era un juego entre mi mente y lo que tenía que hacer porque si no lo hago sé que después me siento peor y fue donde más bajé, donde toqué el fondo de los siete kilos. Y ahorita, en este momento donde ya llevo unos días que ya estoy medio, y me tomé quince días de comer lo que quería, no moví un dedo, literal: de un fin de semana que, en la vida, me he quedado en la cama así, me quedé en la cama. Me decían: “vamos a vernos para ir a la montaña” y obviamente no es como que vaya a una fiesta y allá no me voy a encontrar a la gente, y yo siempre iba; y el fin de hace quince días dije: “no quiero ver a nadie”, me quedé en mi casa, me puse una serie y terminé una serie ese fin de semana y fue así de: “¿qué diablos?”. Y me la pasé comiendo, me pedí cosas al x24 y yo seguía comiendo. Y ya, el lunes fue así de: Ya. Ya descansaste, ya hiciste, ya comiste. Ok. Actívate y, empecé de nuevo. Y ahorita ya estoy recuperando y ya, nada pasa: otra vez la motivación, de hecho, empecé a subir lo poco que hago en casa, aunque no subo todo. Pero sí subo algunos vídeos de lo que ya hago. Porque es como expresar esa parte de mí en mis redes: me gusta expresarme. Ahí es donde subo cosas más, de mi trabajo, de mi hija, de lo que sea. Y ya estoy combinando lo del estudio y ya estoy, otra vez, para arriba, ya encaminándome.

Ok. Entonces, en Instagram publicas rutinas, ¿publicas recetas? ¿en otras redes sociales publicas también rutinas?

Solamente en Instagram porque estuve con una página que era un tipo noticiero y era que me tocaba hacer un día de rutina, pero después empecé a sentirlo como un compromiso que yo, si no tenía ganas, tenía que hacerlo y eso sí me tiene que nacer. A la hora que me nazca y a la hora que el cuerpo lo diga, entonces era un compromiso y ya no lo sentí tan padre. Entonces, yo me expreso y hago mi ejercicio o lo que tengo que hacer cuando quiero, si hoy no tengo ganas, si hoy solo voy a hacer veinte minutos o tres horas, es el tiempo que yo me quiero dedicar a mí. Y es lo que siempre he hecho. Entonces, bueno esta parte de compartir lo que hago, a veces no subo todo y a veces subo todo; a veces subo una rutina y meto como diez historias de puro ejercicio y a veces solo subo una o subo dos. De recetas y eso, luego me preguntan porque a veces como que subo cositas o detalles de lo que estoy comiendo y para mí como hacer cosas fit... Es que para mí es lo más fácil, o sea, ¿cómo no sabes? Pues no le pongas aceite. En mi casa no compro aceite, por ejemplo. Yo no lo consumo, mi hija no lo consume, la señora a veces como que bueno: “pues por favor me puede traer uno” y yo: “pues ponlo, pero por allá que nadie lo vea”, o sea, yo no lo consumo, no me gusta. Nada con aceite. Y, claro que sí, cuando ya me hago una comida lo que tú quieras o que voy a algún lado a comer, me lo como. Pero en mi casa, en el día a día, no lo consumo ni de broma. Entonces, para mí hacer avena de mil formas, hacer el pollo de otras mil formas, hacer la carne de res en mil formas, hacer lentejas, frijoles. Ponle epazote y chile y ya le cambias el sabor. Y, para mí, es muy fácil porque es lo que he hecho toda la vida. Y, si me preguntan si les digo: lo hago así y así. Y es cuando subo un platillo que me preparé y me mandan mensaje para saber qué le puse y ya les cuento. Pero así de subir recetas paso a paso, no.

Oye, ¿y sientes que a partir de la pandemia empezaste a subir más contenido o ya lo subías?

Ya lo subía, o sea, subía siempre... de hecho, en mi feed están como cuando estaba en el gimnasio o una selfie ahí, o una cosa que me toman fotos. Últimamente un amigo me toma fotos súper bonitas y también las publico o de mi hija. Como que de mi vida en general, y llegó un punto en el que dije: “bueno, pues ¿por qué no? Si es mi manera de expresarme y no es que alguien me esté limitando y a quien no le guste puede dar unfollow y ya”.

Oye, y respecto a esta interacción en Instagram, ¿podrías contarme alguna experiencia de un comentario positivo y una experiencia de un comentario negativo en Instagram?

La gente que ha hecho comentarios malos realmente es una cuenta falsa y pues no me lastimó, o sea, no es como que cuando hagan un comentario negativo no es que no me importe, pero es como que, lo leo y pienso: “no sé cómo estás tú como para hacer un comentario negativo hacia mí si ni siquiera me conoces”. Porque, o sea, realmente, alguien que me haya dicho un comentario negativo que sea una persona que yo conozca, no. Si para mí, es una persona que no conozco y que no es de mi círculo cercano pues, con toda la pena, ni me va a mover, ni me va a herir, ni me va a mover. Es como: es tu opinión y yo no puedo hacer nada al respecto, pues deberías hacer una cuenta bien y no una cuenta falsa donde tengas que escudarte para decirme algo, y ni lo recuerdo.

¿Y no te acuerdas cuál fue el comentario?

No me acuerdo, pero sí fue como agresión y así. Tan solo si es negativo... Te lo juro que por aquí lo leí y por aquí se me borró. Ok, respeto su opinión y no sé por qué tendría que hablar de una cuenta que ni siquiera es real porque si por lo menos hubiese sido real y yo le transmito algo negativo, hubiese sido una persona real diciéndomelo. Aquí lo leí y por acá lo deseché.

¿Y un comentario positivo que te hayan hecho en Instagram y te haya hecho sentir bonito?

Híjole, es que luego sí me escriben cosas bien bonitas personas y niñas que yo conozco en el gimnasio. Por ejemplo, hace poco fue un evento de Velo Indoor en un exterior y conocí a la chica que me había escrito un comentario que decía: “me inspiras muchísimo porque, o sea, eres mamá. Aparte de todo lo que eres, eres súper trabajadora y aparte tienes un cuerpazo” y ese día en el evento la conozco. Me dice: “hola, Gaby”, y yo así de: “[Hace un gesto para mostrar que se quedó con la duda de quién era la que la saludaba]”. Y me dice: “es que yo te escribí por Instagram porque, de verdad que si antes te admiraba ahora te admiro más” Y yo: “Ay, no. Neta qué bonito. Muchísimas gracias”. Te lo juro que fue así de que casi se me salía la lágrima y te lo juro que sí me llenó el corazón porque puede ser que no le llegue a mil personas, pero como esta chica que ni siquiera conocía en persona y ella ya me seguía, me la encontré ahí y que fue a mi clase ese

día, fue wow, súper bonito. Fue ya esa energía, con ella. Y me lo dijo después de mi clase, se acercó a mí y me dijo eso, que sus respetos y yo: me muero. Neta mis respetos.

Oye, yo quisiera saber más sobre Instagram y si en algún momento has tenido algún problema con tu pareja, amigos o familiares por lo que subes a Instagram.

No, para nada. Es que, creo que subo como lo que me gusta y lo que soy. Fíjate que conocí a una persona que me seguía en redes y no nos conocíamos en persona, y cuando me conoció dijo: “Es que creo que la cara”, digo la cara como esa cara en Instagram, “realmente no refleja todo lo que tú eres. Te estoy conociendo en persona y eres mucho más que esa cara. Como que le quedas debiendo a tu Instagram”. Y yo así de: “Eso está bien”. No sé si es bueno o malo, pero cuando ya me conoció en persona le encantó más mi persona, como soy, al conocerme, que cuando solamente veía lo que subía. Para mí, hasta físicamente, yo en una foto no me siento tan bonita como me siento en persona. Siempre he tenido esa idea de que me siento mejor en vivo que atrás de algo, o sea, de una imagen.

También, a partir del covid se ha modificado mucho el uso de las redes, y justo damos pie a cómo ha sido para ti la pandemia, aunque ya me platicabas un poco antes cómo se ha visto modificado el ejercitarte, la alimentación y las ganas de ejercitarte, pero me gustaría que me platicaras un poquito más al respecto.

O sea, ¿de cómo me afectó la pandemia con todo esto? Empecé súper motivada, fue así de: “nos van a guardar, no sé... Quince días” [se carcajea]. Y yo dije: no pasa nada, es un descanso, mi cuerpo no lo va a resentir. Dije: va a pasar súper rápido, realmente ¿cuánto nos pueden guardar? Sería imposible tener tanto tiempo dentro de tu casa, ¿y los negocios? La gente no puede. Y así de un mes... Falta poco, otro mes... ya está pasando durísimo, este tiempo no se acaba y va peor. Y ya, empecé con la tragedia, ¿no? Y en mi mente fue: Ok. No había manera de aburrirme porque pues mi hija y luego llegó el perro a mi vida, y entonces, para mí fue la locura y el amor total porque pues yo no me aburría ni de broma. O sea, aparte nosotros estuvimos trabajando porque en el spa también es medicina alternativa y mucha gente empezó a ir a reforzar su sistema inmunológico, a ponerse ozono, vitamina c, minerales, lo que fuera, a hacerse cosas porque realmente estaba súper asustados. Entonces, con todas las precauciones yo seguí trabajando. Para mí no fue un tema de no estar haciendo nada y estar en mi casa enloqueciendo, lo cual yo me reflejé en una amiga que no salía para nada y yo decía: “yo no podría ser tú”.

Yo creo que si a mí me hubieran quitado mi trabajo y mi todo que hacer sí me vuelvo loca. O sea, sí o sí me entra la ansiedad como hace tres meses... Porque llevamos ¿qué? ¿seis? Es una locura, ¿medio año encerrados? No había manera. Yo no podría decir eso: seguí trabajando, seguí haciendo mis cosas, obviamente aquí en el estudio teníamos que sí o sí venir a entrenar porque nos estábamos certificando, entonces, era un tema que yo no podía dejar de hacer. Y los fines de semana, cuando a mi hija le tocaba estar con su papá, yo me iba a la montaña donde no había gente. Entonces, para mí, realmente, así que me matara de locura, no. Pero sí veía a mucha gente cercana que sí. Y yo les decía: “yo, realmente no podría. En mi forma de ser de hiperactividad no podría. Me da un infarto, o sea”. Soy demasiado movida, me paro a las 6 am y me duermo a las 12 de la noche y yo acostada y sigo teniendo pila. Yo no podría estar en mi casa porque yo creo que termino rebotando en las paredes. Entonces, sí llegó un punto en el que sí. Lo que más me pegó fue lo del gimnasio porque es donde descargo mi energía y no la tengo desde hace seis meses y estoy tratando de enfocarme en mi casa, pero no tengo las herramientas que tenía, y al bajar de peso me empezó a entrar en la mente... Sí pudo conmigo. Sí me afectó. ME di quince días de relajación, pero sí me afectó y eso que no soy una persona que se súper encerró. De verdad no sé cómo le hacen las demás personas porque yo me cuelgo de a ver de dónde.

Oye, y ¿tuviste que comprar herramientas para hacer ejercicio en casa?

Fíjate que me regalaron una barra que está empotrada en mi pared y la barra tiene peso, entonces, la barra que tengo la puedo voltear y aparte puedo hacer dominadas. Realmente no le sufrí tanto. Aparte también unas ligas que son largas con tres intensidades y las empecé a utilizar como apoyo y ocupé garrafonas: dos... porque uno no es suficiente. Con eso, más o menos.

Y, ¿cuál ha sido tu experiencia con mujeres en el ámbito del ejercicio o del gimnasio?

¿Con otras mujeres? Pues nos volvemos mejores amigas, porque si le encanta el ejercicio ya puede ser mi amiga. Algunas, unas que son como del estilo que yo, yo que soy muy aferrada y que llego al gym a hacer ejercicio y a no platicar con nadie, me ha tocado convivir con chicas que son como yo y las ves con cara de: “ash”, pero llega como un momento en el que conoces a la chava y es como: “te amo”. Es porque eres como yo y tienes cara de pedo de que no vayan a agarrar el aparato porque lo estás usando y no te gusta compartir. Y yo entiendo eso porque, por ejemplo, yo cargaba mucho peso y llegaba una persona que le ponía un disco, entonces, tenía que descargar y volver a cargar el aparato y, es donde yo, yo, yo porque sí soy fea en cuanto al momento en el que entreno, de hecho, voy a una hora a la que no va nadie porque sí, yo sé que pongo una mala cara. De verdad, me conozco, les pongo cara de: “ni me toquen, ni me respiren cerca y ni se me acerquen” Y otras mujeres que son como de mi estilo ya después nos empezamos a llevar es como de: te ayudo, nos seguimos, no sé. Y no me ha tocado alguien conflictivo, aunque sean como muy de mi estilo como que termine peleando. Veo que algunas personas o algunas mujeres tienden a competir contigo, lo he visto, lo he vivido y me ha tocado, porque me han dicho a mí: “ay, es que Gaby se cree porque carga mucho, pero vela, está súper flaquita” y es como de: “Ok. Pero yo no me estoy metiendo contigo. Es tu opinión y no me representa, no estoy presumiendo”. Hay ciertos comentarios o tipo de rivalidad que me los dicen y es como: “Ah, chido”.

O sea, que ¿suceden, pero a ti no te afectan?



Exacto, nada. Cuando es negativo, la verdad, honestamente, ya nada me afecta, porque ya de por sí tengo que lidiar con mis pensamientos como para que todavía vaya a lidiar con los de alguien más. O sea, no hay manera.

Y, por último, ¿te harías alguna cirugía estética o no quirúrgica como las que haces en el spa? Mencionaste operarte los senos, pero no sé cómo lo vivas.

Ah no, o sea, lo de los senos no es algo, para mí, prioritario o primordial. Y hacerme otra cosa... No, realmente estoy muy cómoda con mi ser, en general.

Qué bonito.

Es que no, pues no. Si de por sí ni me maquillo... O sea, adornarte de más como que ¿pues pa qué? Para mí no, eso no funciona.

Y es, un poco, lo que decías de Instagram ¿no? Es como ponerte muchas pantallas, digámoslo así.

Sí, está padre usar filtros de vez en cuando, pero ok, súbete tal cual eres.

Bueno, Gabriela... Hemos llegado al final de esta entrevista. Muchísimas gracias. Si necesito hacerte algunas otras preguntas, ¿estás de acuerdo en que te contacte?

Claro que sí. Me encantó.

#### ENTREVISTA GABRIELA REYES. USUARIO: @gabbrielareyes

**Fecha: 14/10/2020. Hora: 12:20 a 12:58. Duración: 32:42 minutos. Ella: sentada en una silla, en el Centro de Spa (Renocel. Salud y belleza en cada célula).**

Hola, muchísimas gracias.

Es complicadísimo vernos. Perdóname que ayer te dejé colgada, pero te lo juro que anduve *full* y no pude mandarte mensaje.

No te preocupes, yo entiendo. Mi internet está fallando bastante entonces quitaré la cámara, pero aquí estoy. Esta segunda ronda de entrevista es para hacer hincapié en algunos temas que no supe preguntarte o que me faltó y cuando vi la transcripción de la entrevista noté que me habían hecho falta, son: Instagram e identidad corporal. Y vamos al grano para no interrumpirte mucho, la primera pregunta es: ¿por qué utilizas Instagram?

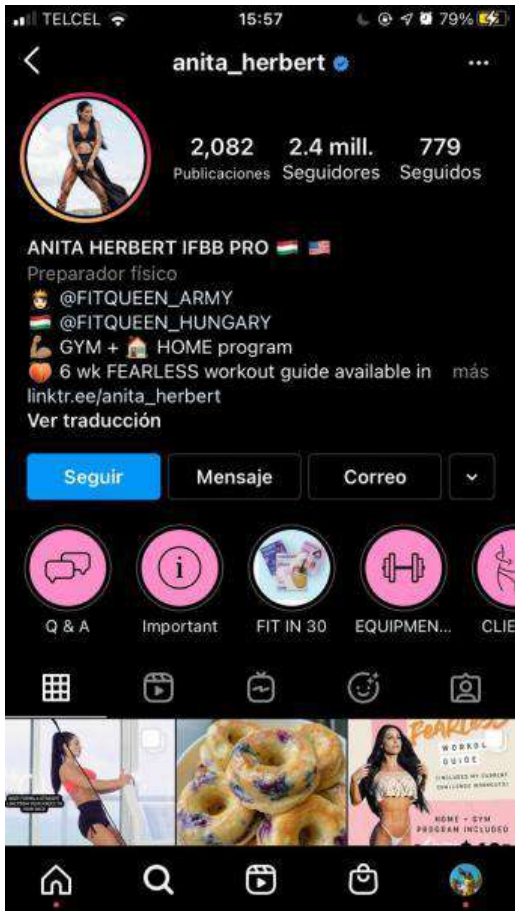
Pues fíjate que cuando empecé realmente no se utilizaba tanto, pero me llamó la atención que podías compartir cosas que tú quisieras. Antes era mucho de compartir comida o compartir lo que estaba pasando porque antes era más como hacer un post y no tanto como las historias. Y actualmente es compartir lo que es tu vida. Entonces, hay personas que lo tienen para chismear la vida de los demás y hay personas, como yo, que me gusta subir mi vida. Entonces, me gusta ser saludable y les comparto que soy una persona saludable, que soy mamá, que tengo un perro, que voy al gym, que ahora soy coach. Mi forma de transmitir un poco de mí porque realmente no es por completo. Entonces esa es la razón por la cual lo uso.

¿Y cuáles son los aspectos de Instagram que más te gustan?

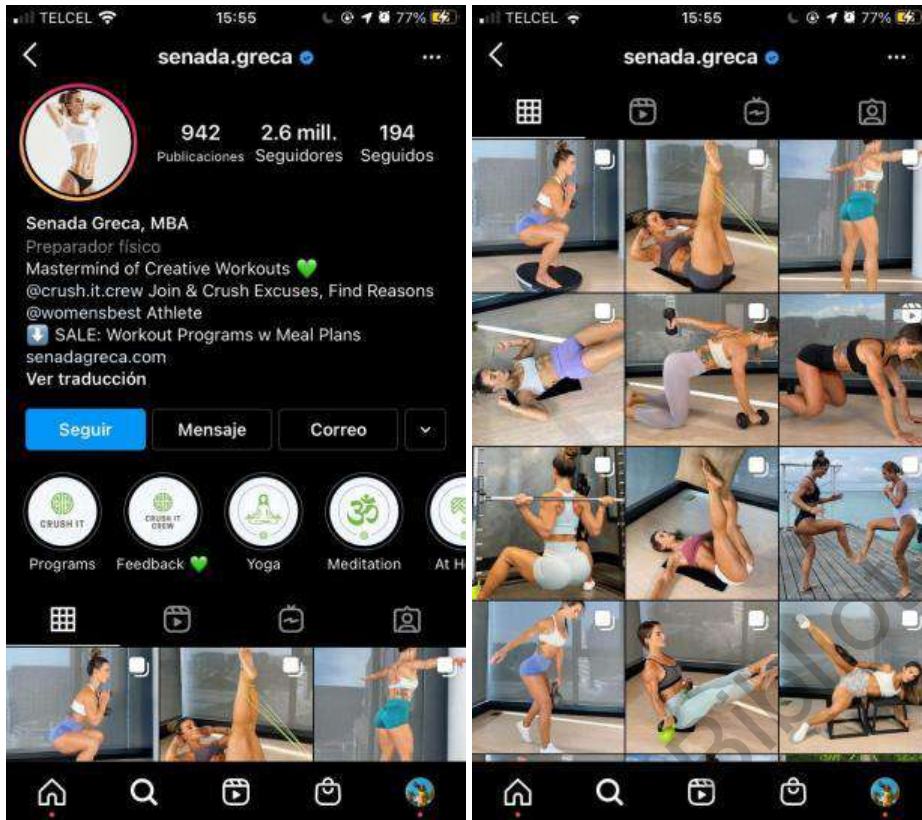
Fíjate que yo no le sé tanto, sé que hay gente más pro en este tema. Pero me gusta la interacción que se siente de poder ver lo que hace el de junto y que yo también pueda compartir. Por eso siento que es el tema de: "vean que comparto mi vida y compártanme la suya". Para mí es la herramienta por la cual la uso, por eso me gusta. Siento alguna cercanía como, por ejemplo, la chica de la cual soy muy fan de su cuerpo, la veo en sus historias y me siento más cerca de ella, como que siento que la conozco.

¿Cuál es el usuario de esta chica? ¿Podrías recomendarme otro usuario que a ti te guste mucho?

Senada Greca, así aparece. Hay otra chica que se llama Anita Herbert de cuerpo fit.



Dirección General



Vale. Gracias. También te quería preguntar, porque vi que volviste al gimnasio, ¿cómo verificas que tus entrenamientos están funcionando? También sé que ya abrieron los gimnasios en Xalapa.

¿En cuanto a mi cuerpo?

Sí.

Pues llevo en rutina con un entrenador y aparte de mi rutina ya llevo un plan de alimentación entonces hago los dos a la par. Y justo ayer lo estaba comentando con la señora que me ayuda en la casa que ya estoy viendo cambios. Llevo tres semanas que empecé el tema de volver, comer con plan alimenticio y se nota en la piel, mi cuerpo, ya me siento más recuperada y no he querido pesarme porque lo voy a hacer hasta terminando un mes de la dieta combinada con el ejercicio para no traumarlo porque aparte el peso no tiene un número para mí porque la intención no es subir o bajar es que se note el tono muscular y ya lo noto.

Y ¿cómo lo notas en tu piel?

Cuando comes un poco más limpio la piel como que se hace un poco más delgada. Yo ahorita llevo una dieta para subir y aún así no estoy subiendo grasa, estoy subiendo músculo, mi piel aún sigue siendo delgada al tacto.

Y ¿hay alguna diferencia entre el contenido que subes a tus historias y el que subes a las publicaciones en tu perfil?

Por ejemplo, en las historias es más como lo del día. Yo siendo una persona saludable o que le gusta el ejercicio, aparte mis historias son parte de las clases de spinning que doy, subo a mi hija, subo a mi perro. Y en mis publicaciones es más si el fin de semana me fui a la montaña pues publico lo de la montaña porque también me gusta esa vida, ¿no? O sea, es como una combinación, pero obviamente la foto de la montaña estaba más bonita y lo publico para que se quede ahí. Y no estaría chido hacer un post de yo haciendo ejercicio porque van a decir "esta loca. Ya te vimos que haces ejercicio diario, no lo tienes que publicar", obviamente mejor lo pongo en una historia que sé que se borra al otro día y al otro día les publico otra cosa que estoy haciendo de ejercicio. Sí tengo algunas publicaciones yo haciendo ejercicio, tengo otras que algunos amigos me toman fotos entonces la subo porque están muy bonitas. Subo con mi familia, con mi hija. Y sí tiene que ver lo que subo en historias y lo que subo en publicación, pero las historias son más mi día con día, pero también para no saturar a la gente al publicarles tres fotos por semana.

¿Cuidas más el perfil que las historias?

Es como que no le meto tanto, como que no saturó a la gente para ver una publicación mía. O si tengo algo muy padre que quiero compartir y que se quede ahí lo hago publicación y la historia es comentarles más mi día, por ejemplo, podría subir una historia diciendo que estoy en renocel porque aquí trabajo y después otra que me fui al gimnasio o a dar una clase en Velloor o ya llegué con mi hija a su primera ida al baño y lo publico. O sea, una tontera que para mí es momentánea. Pues que no voy a publicar a mi hija sentada en la taza haciendo pipí.

Oye y, ¿cómo decides qué foto subir a tu perfil?

Pues nada más porque me gusta. O sea, creo que es más marketing y yo no estoy en ese *mood* de tener cierto cuidado y hacer un post tal día, pero eso sí te mentiría porque no lo sé. No sé las estrategias de marketing que ocupa la gente para hacer un post, cómo debes elegirlo, el por qué y cuál debe ser. Yo realmente lo subo porque me gusta o porque está muy bonita la foto o lo que quería yo subir y que quiero que quede ahí plasmado, pero que me gusta a mí.

De las últimas subí una foto con mi hija, con Lokki, subí una foto sola que me tomaron en la montaña, subí otras que me tomó Héctor.

Se corta comunicación por problemas con Zoom.

Hola de nuevo Gabriela. Perdona que se cortó la llamada. Continuamos: quisiera saber cómo decides empezar una dieta o régimen alimenticio.

Porciones más controladas, peso la carne, mido en tazas lo que me toca. Me genera más beneficio para lo que yo quiero porque no me gusta ser tan delgada y llevo 15 años entrenando entonces sí quiero que mi cuerpo se vea diferente de como empecé hace 15 años a ahora. Que mi cuerpo tiene demasiada memoria, por ejemplo, en este tema de la pandemia y que regresé a entrenar, no es que esté entrenando igual de pesado, pero también necesito la alimentación que vaya de la mano. O sea, si yo quiero entrenar durísimo, aparte darle a la bici, aparte ser mamá, quiero acaparar todo, entonces yo necesito la alimentación para poder llevar a cabo todas mis actividades sin seguir bajando de peso, entonces me meto en el régimen para que sea un poquito más controlado y al final termine más contenta con los resultados de mi cuerpo.

Y ¿te has hecho algún estudio de sangre o algún análisis antes o después de hacer alguna dieta?

Me hago exámenes cada seis meses por control y porque estuve mal de la tiroides que ahorita ya desapareció, pero hace mucho tiempo estuve mal de eso. Ahorita ya no aparece nada, el nódulo desapareció y ya no volvió a darme lata. Entonces, sí de la mano con mis estudios siempre porque yo soy mucho de que me enfermo del estómago por alguna razón, que me dio hepatitis y me dio tifoidea y esas cosas, cuando era muy joven. Ahora ya no, salgo con niveles normales. O sea, no me altera y cuando empiezo la dieta es al final para un beneficio porque todo lo que consumo es muy natural, consumo mucha fibra, proteína, vegetales. Realmente creo que entre lo que como y cómo lo refleja mi cuerpo se nota que lo estoy nutriendo.

Oye, hace unas semanas entrevisté a otra chica y me llamó mucho la atención lo que me dijo, ella me dijo que unos cuerpos tienen mayores ventajas que otros ¿tú lo consideras así?

Para mí los cuerpos que tienen ventaja dependen de para qué. Un cuerpo que tiene ventaja es aquel que tiene volumen y ya solamente lo moldeas, pero hay gente que dice: “yo estoy gorda y no me gusta mi cuerpo” y es como: “bueno, pues a mí tampoco y yo soy flaca”, a mí cuando ya estoy muy delgada no me gusta. Entonces es pues los extremos, entonces a qué podrías llamarle un cuerpo con ventaja, o sea qué tipo de ventaja podría tener un cuerpo, eso creo que es muy personal.

La mayoría podrían decir que mi cuerpo es una ventaja, pero no saben lo que a mí me cuesta subir, es más tema subir que bajar de peso. Porque el bajar es mucho controlar a la gente con lo que come, aunque hay gente que por enfermedad les cuesta trabajo bajar por las hormonas, no puedes juzgar a esa persona porque no baja de peso, aunque lleve régimen alimenticio y aunque respire y coma una lechuga y tome tres vasos de agua al día y no puede bajar, que no es tema comer una lechuga y tomar tres vasos de agua porque la gente está como: deja de comer y vas a bajar. Realmente es todo lo contrario, tendrías que comer cada tres horas para que tu metabolismo se acelere, pero depende mucho de la gente o de a quién se lo estás preguntando cómo ven un cuerpo con ventaja, es difícil contestar esa pregunta.

Pero, para tí, Gabriela Reyes, ¿cuáles son las características físicas de un cuerpo que tiene ventaja?

Un cuerpo con ventaja sería de ese tipo de cuerpos que ni le cuesta subir ni le cuesta bajar y sí hay gente que si come se infla y si deja de comer carbohidratos se marca. Ese sería un cuerpo con ventaja porque puede subir a su antojo y bajar a su antojo. Y ya los que están en desventaja sería aquel cuerpo que es una persona un poquito más llenita y le cuesta trabajo bajar, hay personas que les mueves la dieta y así suben rapidísimo y así bajan rapidísimo.

Entonces, ¿la ventaja recae en que es más adaptable?

Sí, pero depende del metabolismo o su anatomía. No sé qué tipo de beneficios tenga ese cuerpo que es muy moldeable.

La siguiente pregunta surge a raíz de una entrevista con otra chica que me comentó que se había dejado, eso me llamo la atención y te quiero preguntar, para tí Gabriela Reyes ¿cómo se ve alguien que se dejó?

En el descuido, pues. Podría ser esa persona que llevó algún régimen, llámese ejercicio, alimentación, activa y se dejó. O sea, ya no hacer nada, ya no comer sano e ir por la vida comiendo lo que se presenta en mi casa o lo que compro, que no le importa y no tiene ese cuidado y no está realizando ningún ejercicio físico que le haga mejorar su, yo lo llamo salud, cuidar el cuerpo es como salud. O sea, yo lo hago porque me fascina, aparte de que sé que me hace bien, me encanta la parte de sacar mi energía, entonces, tal vez esas personas que se dejan es porque dejan de hacer algo que quizá llevaban haciendo algún tiempo.

Gracias. Te quiero preguntar, también, ¿qué opinas de la gente que no se ejercita?

Mira, yo respeto mucho a cada persona. No cualquiera tiene la disposición, yo lo he visto con algunas personas que se me acercan y me dicen: "ay, me motivas, pero se me atravesó un pedazo de pan y ya se me olvidó la motivación". Yo no tengo nada en contra de las personas que no lo hacen porque es personal, a mí me gusta, a mí me hace bien, a mí me hace muy feliz y yo no puedo opinar del que tengo junto. Obviamente la gente que tengo a mi alrededor regularmente es gente a la que le gusta el mismo estilo de vida que yo, o sea, porque son los que veo. Voy a la bici y veo gente que va a la bici, voy al gimnasio y veo gente que va al gimnasio, estoy en un spa donde trabajo todo lo físico, el cuerpo y todo eso. Entonces, en mi entorno está gente que se cuida, sí o sí, de alguno u otro modo cuidan algo de su ser. Llámese que alguna persona quiere venir y quiere que lo inyectemos para verse menos gordito, a mí eso en lo personal no me gusta tanto. Yo le diría mejor come bien y empieza por lo menos a caminar, pero sería mi recomendación. Pero a mí porque me gusta transmitir que el ejercicio es bueno para la gente que conozco, aunque quien no quiere entrarle a ese ritmo, no tengo nada en contra de esas personas. Pero sí mi tema es que sí quiero que me vean y decir tips y ayudar a quienes dicen que quisiera mi cuerpo y yo decirles que cada cuerpo es diferente y que puedo decirles lo que hago yo, pero puede ser que no le funcione.

No tengo nada en contra, si acudiera a mí alguien que no se ejercita y quiere hacerlo yo podría darle tips porque llevo tiempo haciéndolo. Y parte del ejercicio va de la mano con comer bien porque mucha gente es de: "ya me maté dos horas haciendo ejercicio y ahora me voy a comer diez tamalitos" y tampoco así funciona. Si quieres un cuerpo saludable debe ir de la mano una cosa con la otra, pero cada quien.

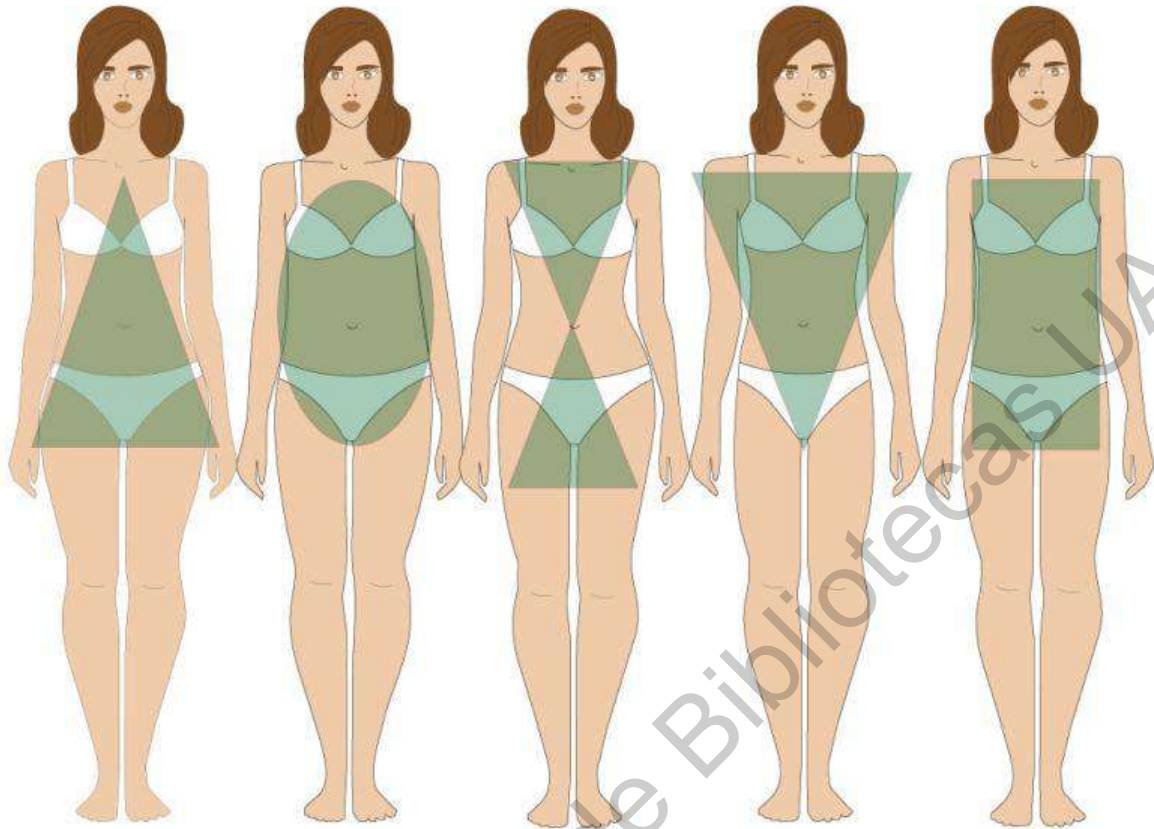
Por último, ¿qué sientes cuando ves a alguien que tiene obesidad?

Pues de hecho sí he visto a gente así. Nos ha tocado a gente en el consultorio que vienen con ese tema de querer bajar de peso, entonces, la mayoría de los que nos han tocado son personas adultas que vienen con un tema de dolor en las rodillas, entonces es como lo que tengo que hacer es bajar por salud. Entonces buscan alternativas de hacer una dieta y combinarlo con ejercicio. Lo que opino de esas personas o por lo menos lo que yo he vivido es que vienen buscando bajar y/o contener ese sobrepeso. No es como: "Ay, tengo treinta kilos arriba ¡estoy feliz!".

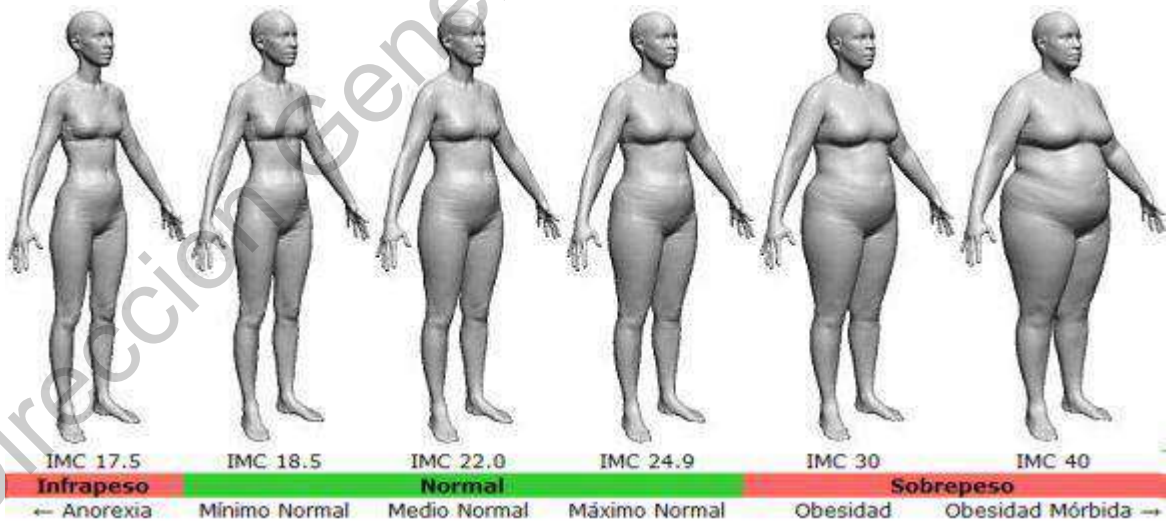
Vale, es que me he encontrado con muchas publicaciones de mujeres que tienen más de treinta kilos arriba y argumentan que están felices, pero en tu experiencia ha sido que acuden a ti porque se sienten mal o están enfermos.

Ajá, y un tema de que hay demasiada fatiga al caminar, el peso en sus piernas y tienen tema de várices, dolor en las articulaciones, les duelen las rodillas. Entonces, de mi experiencia sí, la gente que ha estado cerca de mí con ese tipo de problema sí no ha estado feliz. O sea, han venido acá por tratar de bajar.

Ok. Muchas gracias. Ahora, por último, te mostraré unas imágenes y me gustaría que me dijeras con cuál te identificas.



Híjole, yo creo que yo sería justo la del centro porque viendo mis proporciones, no tengo la cadera ni muy ancha y sí mis hombros si los trabajo tiendo a que mi espalda se vea más voluminosos, entonces depende cómo lo ejercite. Justo la del centro porque sí tengo cintura y mi proporción de arriba no es tan chiquita como en la primera y mi cadera no es tan chiquita como en la cuarta.



Híjole, ahorita no sé cuánto tengo.

No importa tanto el número exacto, sino físicamente cómo te ubicas.

Creo que estoy como en el 19.

Vale. Muchísimas gracias.

## Zihu

### ENTREVISTA KAREN ZIHUNELY AGUILAR BRAVO. USUARIO: @ziihu

**Fecha: 24/09/2020. Hora: 18:35 a 19:57. Duración: 01 hora con 22 minutos. Ella: Acostada y de vez en cuando sentada en la cama de su cuarto.**

Hola, me gustaría que me dijeras tu nombre, edad, donde vives, a qué te dedicas y si tienes alguna carrera o profesión.

Ok. Mi nombre es Karen Zihunely Aguilar Bravo, vivo en Xalapa. Cerca de Xalapa que se llama Banderilla. Tengo 27 años, estudié una licenciatura en ciencias de la educación en la Universidad de Xalapa e hice una maestría en gestión educativa en el Instituto Universitario Veracruzano y ya. Trabajo en COBAEV (Colegio de Bachilleres del Estado de Veracruz), la dependencia de gobierno, en el área administrativa.

¿Me puedes decir cómo se escribe tu nombre?

Zihunely.

Gracias. Te aviso que tus datos están protegidos, voy a modificar tu nombre y sí haré captura de pantalla de tu perfil de Instagram y si tú lo deseas podemos borrar tu usuario.

Sí, no te preocupes.

Entonces, iniciamos. A mí me interesa conocer ¿qué significa para ti ser saludable?

Mira, para mí ser saludable, siento que muchos están enfocados directamente con la alimentación y sí es uno de los factores importantes y la ejercitación. Pero para mí, lo más importante es lo emocional. La parte emocional es lo que te va a dar salud total, no importa el hecho de que hagas ejercicio o te cuides en la alimentación porque si realmente emocionalmente estás mal, no te va a ayudar ni te va a beneficiar en nada todo lo demás. Porque esa acumulación de muchas cosas que solo utilizas el ejercicio para sacar ese tipo de emociones. Digamos que es un lapso muy corto en el que ocupas el ejercicio para soltar cosas, pero el resto de tu día sigues estando igual. Entonces, siento que es un complemento de todo.

¿Y tienes alguna manera de demostrarle a otros que eres saludable?

Por ejemplo, cuando a mí me operaron de la tiroides, realmente está súper super mal. Estaba deprimida, tenía ansiedad y muchísimas emociones ahí. Entonces, yo hacía ejercicio, y por más que me esforzaba en llevar una dieta súper estricta y por más que hiciera ejercicio constantemente no bajaba y me frustraba un buen. Entonces me solté y empecé a escuchar mi cuerpo y cómo me presionaba a algo que no quería y mejor lo enfoqué desde otra perspectiva. Entonces dejé que mi cuerpo hablara: si estaba cansado pues no hacía ejercicio, si me sentía mal prefería acostarme, el chiste era no forzarlo a algo que no quería hacer. Y entonces después me di cuenta de que cuando empezaba a observar mi entorno, mis acciones, a mí y a mi cuerpo la clave estaba ahí.

Pero uno va por la vida sobreviviendo y no está en el presente ni se percata de las cosas. Yo podría decir que estoy saludable porque me siento súper bien conmigo, aprendí a aceptar mi cuerpo totalmente. Mi complejo más grande eran mis brazos y lo empecé a aceptar porque el cuerpo es la herramienta más importante que todos tenemos. Empecé a aceptar mi cuerpo, mis emociones y ya no me pongo mal cuando estoy triste, me abrazo en ese momento y está bien. Así es como he dejado fluir todo y mi cuerpo se ha estado acomodando muchísimo más. Entonces ya no me preocupo por nada de eso.

Ok. Oye, ¿te ha pasado que te has comparado con otras personas? Tanto en positivo como en negativo

Sí, las redes sociales se prestan muchísimo a eso porque nos vendieron la idea del cuerpo perfecto. Entonces el cuerpo perfecto es el tuyo, ¿no? No hay otro cuerpo perfecto porque ese es el que tú debes tener, entonces nos venden esa idea y obviamente en las redes subes tu mejor foto. Sí te comparas, pero siento que es parte normal que nosotras las mujeres pasamos porque hay lapsos o días en los que te sientes insuficiente de acuerdo con los rangos o las personas que tengas en tus redes, pero eso te hace sentir insuficiente porque tú solita te provocas esa insuficiencia. ¿sabes? Es como de: "Ok. No me siento a gusto con esto o no me veo bien así porque ya vi que a fulanita se le ve mejor", entonces es como esa guerra contigo misma por sentirte así. Pero, personalmente, a raíz de que aprendí esto, nunca me he enfocado en que alguien tiene mejor cuerpo que yo o algo se le ve mejor. Desde mi punto de vista, yo sí exploto todo eso que yo puedo tener y eso me da parte de la seguridad.

Me percate de que en tu Instagram tienes la palabra *fitness*, y me gustaría saber cómo lo describirías.

El ser fitness para mí es un complemento de todo, pero desde mi punto de vista es el cuidado personal general de todo, cuidado físico, cuidado emocional y cuidado de todo. Por ejemplo, yo antes le metía mucho peso porque me obsesionaba con tener piernas grandes, y después me pregunté para qué y me he adaptado. El ser fitness, para mí, es hacer ejercicio por cuidado personal y amor propio sin llegar al punto en el que te vuelvas obsesiva. Es disfrutar el hecho de hacer ejercicio, no por tener un resultado sino porque te gusta.

¿Cómo sería ser o volverse obsesivo con el fitness?

Por ejemplo, hay muchas mujeres que buscan glúteo, entonces se vuelven obsesivas por el tiempo que les puede ocupar al día. Por ejemplo, yo veo súper bien una hora, pero hay gente que se mete dos horas o dos horas y media y que entrenan hasta los domingos. Yo creo que eso está fuera de lugar porque ya ni lo disfrutas y cuando no lo disfrutas ya se vuelve obsesión porque entonces lo haces por obtener algo, algo que ni siquiera sabes si se te va a dar porque tu cuerpo no está listo para eso.

Entonces, ¿tú te consideras fitness?

Sí, porque me gusta y lo disfruto y el concepto que yo tengo de eso pues sí porque es cuidado general.

También, me gustaría saber cómo fue que empezaste a hacer ejercicio, ¿a qué edad y por qué fue?

Sí, eso fue hace como seis años, y empecé a hacer ejercicio porque tuve un trauma de chiquita, no gordita, llenita, bueno, desde la secundaria era llenita y mi obsesión siempre era que me molestaban con eso. Entonces, después de que las personas me generaron trauma por las palabras que decían sobre mi cuerpo yo empecé a tomar medicamento para bajar de peso y recuerdo que la doctora que me dio el medicamento me dijo: “después de esta pastilla que tomarás durante dos meses, ya no te voy a dar otra caja, necesito que te pongas a hacer ejercicio”. Entonces me metí a hacer ejercicio para mantenerme. Llegué a pesar 44 kilos y cuando eso pasó me encantaba hacer ejercicio y después estaba súper delgada y pasó lo de mi tiroides, me operaron y tuve rebote. Después de eso traté de volver a esforzarme y ya no se pudo, estaba forzando mucho a mi cuerpo para tener el peso que había obtenido y ya no se daba. Por más que hiciera cardio. Entonces ya estaba yo obsesionada con las pastillas y ver los resultados rápido.

Me mencionaste que te molestaba estar llenita, me podrías decir a tu manera de verlo, ¿cuál es la diferencia entre estar llenita y estar gordita?

Ok. Por ejemplo, ser llenita para mí abarca tener un poco de grasita no tan elevada, no llegar al sobrepeso. Yo lo notaba porque mi grasita se acumula en mis brazos, entonces yo puedo estar delgada del abdomen, pero de mis brazos no, entonces eso me hace ver llenita. No estoy gorda, pero me veo llenita.

Y, ¿podrías platicarme un poco más sobre tu relación con la comida actualmente?

Yo soy fan de comer jeje, amo comer. La verdad es que me encanta comer. Pero después de lo que pasó con mi cirugía, como tengo problemas de tiroides, la cantidad de hormona que suelta es mínima, entonces mi cuerpo no trabaja rápido, por eso es que tardeo en procesar la comida y mi metabolismo es súper lento. Por esa razón siempre trato de cuidarme. Entonces busco, por ejemplo, ahorita cambié mi dieta porque ya trato de hacer dietas como a mí se me ocurran o como se me antojen, no es como que vaya con alguien, y ahorita empecé a hacer dieta de fruta en la mañana, jugos verdes y así, muy saludable y natural. Pero he probado de todo, hago cereal de avena, como carne y la tortilla obviamente no la dejé, pero sí trato de medirme una o dos diarias. No es como que lleve una dieta súper estricta para verme bien, pero sí trato de cuidarme porque mi metabolismo es muy lento.

Y ¿por qué no vas con algún nutriólogo?

He ido con un chorro de nutriólogos, muchísimos, y ninguno me ha funcionado y me desgasta muchísimo porque le invierto un mes y sí me gusta lo que me dan, pero no es que busque resultados y más bien te enseñan a comer, pero en esa enseñanza sí busco algo que me diga. Esa es otra cosa que no me gusta, siento que más que ir con un nutriólogo la gente lo hace porque forzosamente quiere ver números y a mí eso no me gusta eso, se me hace muy estructurado. O sea, saber tu porcentaje de grasa, tu peso, para mí eso es muy cansado porque se vuelve obsesión y si no bajas después de un mes dicen que la dieta no funciona.

Yo prefiero que, si mi cuerpo tiene hambre, pues como algo que me llene. Yo trato de moldearlo conforme a lo que quiera comer y me ha funcionado súper bien, me he sentido bien. Me siento más activa, más relajada, mi cuerpo ya no pesa, funciona perfecto para hacer ejercicio, no me canso. Por eso dejé de ir con nutriólogos.

¿Y consumes algún complemento o suplemento cuando haces ejercicio?

No, nada. Antes de hacer ejercicio solo tomo un jugo verde y ya.

Vale. Ahora plantearé un escenario hipotético en el que alguien llega y te dice: “A ver, Zihu, ¿cómo reconoces a alguien fitness?”

Pues es que también siento que no se trata de estar marcado, sino de hacer algo que te gusta y te apasiona. En este caso no es como que yo te pueda decir: “mira, esa chava está súper fitness y marcadísima”, pero en realidad se operó, ¿no? Entonces no es como que las distingas. Yo te puedo decir que es fitness porque... Ay, no sé. Es que realmente como ahorita las operaciones están muy de moda está muy cañón identificar quién sí y quién no, a menos que ya sepas que desde hace tiempo está haciendo ejercicio, entonces sí te podría decir que entra en ese rango.

Entonces ¿crees que lo fitness no se puede ver en el cuerpo, pero quizá en el hacer ejercicio?

Sé que sí se puede ver en el cuerpo. Puede haber una persona que le guste hacer ejercicio sin estar marcada y eso está bien. O sea, idealizan el hecho de hacer ejercicio con que estés marcadísima y no. Para mí, lo natural y lo normal es hacerlo porque te gusta, pero verte bien, ¿no? Simplemente por abarcar un rango que te permite el ejercicio durante el día. Pero de verse, pues obviamente sí se ve porque si le metes



pesas obviamente te marcas súper rápido las piernas y te das cuenta por su forma de piel. La piel se vuelve muy maciza, muy durita. No se ve aguada, entonces ahí es cuando notas que alguien hace ejercicio, sin llegar a que están súper marcados.

¿Y hay alguna otra manera de identificar a estas personas que son fitness? Es decir, que tienen el cuerpo así por ejercicio y no por operación.

La verdad, si nos metemos a las redes sociales ayudaría muchísimo por cómo lo comparten. Ahí es una forma de darte cuenta de que le gusta y desde años lleva haciendo eso. También te das cuenta en su físico, en sus brazos, en la fuerza, pero no están tan marcados. Se ven tonificados, ese es el punto.

Entonces, ¿te refieres a que las redes nos permiten ver el proceso de las personas?

Sí, por ejemplo, hay chavas que yo conozco desde hace años cuando estaban llenitas y empezaron a bajar y a bajar y a bajar y después de bajar se empezaron a tonificar sin llegar a marcarse. O sea, si alza su bracito se le ve redondito, si enfoca su espalda se le ve marcadita, pero se ve bonito. No llega al grado del abdomen súper marcado, eso lo tendrás en más años, pero en cinco años no lo logras.

Entonces, ¿las fotos en las redes nos permiten ver si alguien es fitness o no?

Pues no sé. La verdad es que hay veces que la gente edita sus fotos, entonces está cañón identificar eso. O sea, las redes sociales para mí son un engaño total. Literal. Hay mucha gente infeliz subiendo cosas que son felices y realmente no lo es.

Vale. Te quería preguntar porque algo que he notado es que las mujeres estamos muy conscientes de nuestro cuerpo y quisiera saber si en algún momento has pensado que te gustaría cambiar algo de tu cuerpo y si sí, ¿qué?

Mira, en algún momento sí lo pensé y eran mis brazos, sin duda. Pero después de que me enfoqué más en mí y en el amor propio pensé: “hay personas que ni siquiera tienen brazos y yo me quejo de los míos” y realmente me funcionan súper bien, me ayudan a hacer ejercicio, me ayudan a hacer cosas que me apasionan y como ¿por qué tendría que modificar algo si la función es la misma? Obviamente mis brazos delgados, gorditos, lo que sea, van a funcionar igual, simplemente es por estética y a lo mejor la gente no lo visualiza y yo soy la única que está acomplejada con eso. Puede ser que haya personas que ni siquiera detectan que mis brazos están así, pero yo ya lo dije. Solo es percepción de cada quien, y creo que la percepción a tu cuerpo te la das tu misma, no es por aceptación de nadie. Y a final de cuentas la gente no va por la vida viéndote qué tienes mal, simplemente es tu complejo y tú crees que la gente lo visualiza y hay veces que la gente ni siquiera se da cuenta.

Y, por ejemplo, ¿cuáles serían las características físicas de un cuerpo que sería de admirarse para ti?

Pues, el típico cuerpo que siempre han vendido: delgadas, marcadas y así, ese es el cuerpo que, yo creo, toda mujer busca. Pero cuando entiendes que tu genética no te deja tener ese cuerpo, entonces buscas algo que te veas para ti bien. Por ejemplo, a mí antes sí me acomplejaba y yo forzosamente quería ser delgada, pero me di cuenta de que mi cuerpo no me deja: tengo mucha pierna, mucha cadera, entonces fue así como dije: claro, el cuerpo perfecto todas lo queremos, ¿no? 90-60-90, pero hasta esas medidas, para mí, llegas a un punto en el que te ves como anoréxica. A mí me encanta la gente con carnita, con piernitas boluditas y así. Es más, que tenga pancita, ¿no? No tiene nada de malo, para eso existen las poses, las haces y si te quieres ver como tal persona pues posas y te vas a ver súper bien.

Entonces el cómo te ves en redes también depende de las poses, ¿puedes contarme un poquito más de eso?

Sí. Por ejemplo, yo soy chaparrita, entonces mi mejor posición es tomarme las fotos desde abajo para verme más larga porque como estoy cortita pues me veo chaparrita. Pero, si me las toman desde abajo me veo más estilizada y me veo más larga. Entonces sí depende de las fotos, depende mucho. Es también conocerte en cómo tomarte una foto y verte bien, pero es por, literal, la foto, Instagram.

Entonces, regresando al cuerpo que te gusta es con más volumen y más natural, ¿no?

Ajá. Exacto.

Te quería preguntar si quieres compartirme alguna anécdota sobre subir o bajar de peso y cómo te has sentido con eso.

Me pasa muy seguido porque con la situación que tengo de tiroides es más común. Al inicio de la cuarentena yo estaba súper bien y me sentía súper bien con mi cuerpo porque yo sentía que estaba en un peso ideal. Inició la cuarentena y me descuidé un poco y empecé a comer alitas, hamburguesas solo para cenar y eso hizo que yo subiera de peso. Pero cuando subo de peso yo me empiezo a sentir de malas, irritada, frustrada y cansada, muy cansada, porque mi cuerpo se siente súper súper súper pesado, o sea quiero hacer ejercicio y de plano no puedo ni saltar porque me pesan las piernas. Entonces ahí es cuando me doy cuenta de que, ya exageré en mis comidas y debo hacer un cambio para poder estar otra vez como estaba. Y obviamente lo emocional también te acaba porque cuando recién entré a la cuarentena, pues un mes o dos meses estuve súper bien, pero después estaba súper decaída, cansada, triste y no sé por qué. No tenía razones, simplemente era que tenía que pasar eso, pero me agotaba muchísimo. Es cuando me doy cuenta de que subo de peso, cuando me siento así. Aparte está la mente que te dice: “ya no te queda este pantalón” entonces, también le damos mucha importancia a lo que pensamos.

Entonces, ¿cómo es que decides empezar a cuidar tu alimentación? ¿cuáles son los factores que deben estar presentes en tu vida?

Cuando detecto que me hincho del estómago, o me da colitis nerviosa o no me quedan los pantalones o me siento súper hinchada e inflamada de las piernas y cansada. Ahí es cuando cambio la alimentación porque ya es demasiado.

Entonces, ¿supongo que te haces análisis de sangre antes de iniciar una dieta debido a la situación de la tiroides?

Fíjate que no. Cuando empiezo a hacer dietas no suelo ir a sacarme estudios porque una de las cosas que me dijeron los doctores es que no me pedían que me quitara ningún alimento, simplemente fue tratar de medirme. No es como de no comer tortilla o brócoli, mucha gente me empezó a decir que comiera guanábana porque era muy buena. Entonces, dejé de idealizar esa parte de que debo dejar de comer cosas por la tiroides.

Vale. Regresaré un poco al tema del cuerpo, me gustaría saber si crees que hay cuerpos que tienen mayores ventajas que otros.

No sé, he visto personas que tienen el metabolismo muy rápido y por más que comen no suben de peso, pero he visto que esas personas cuando se casan son las primeras que suben de peso. No sé por qué, pero sí he visto muchas amigas y conocidas que les pasa. No sé si es después del embarazo o por la depresión postparto, no sé si eso les influye.

Pero no, no creo que haya un cuerpo en esa situación, creo que todos. Por ejemplo, las chicas delgadas tienen la ventaja de comer mucho y no engordar, en cambio una que es gordita o lletita si come y no se mide suele aumentar de peso. Yo creo que debería haber un equilibrio entre la alimentación y todo para no llegar a esos extremos.

Es que yo he leído que hay algunos tipos de cuerpos muy reconocidos como el del reloj de arena, el triángulo invertido, la manzana... ¿tú sabes de esto?

La verdad sí los he visto, pero no es como que me meta a investigar todo eso. Sí los identifico, es que hay un buen de cuerpos. La verdad ahí sí no sé decirte porque no lo he leído, pero sí los identifico.

También me he encontrado con que muchas personas hablan de sí mismas y de otras cuando suben de peso o se descuidan, dicen "se dejó", no sé si has escuchado esto... ¿Cómo podrías describir a alguien que "se dejó"?

No sé. Mira, esa pregunta es bien complicada porque para decirle algo a alguien yo soy muy de medir qué decirle, y también tienes que conocer a la persona. Yo soy muy reservada y evito opinar de las personas porque luego les dices algo y no sabes cómo lo van a tomar, aunque suelo ser muy directa. Es bien complicado porque yo, desde mi perspectiva, por lo que he conocido y me encanta observar a la gente, yo podría decir que a lo mejor la chica estaba pasando por un proceso complejo y no está como para recibir opiniones de ese tipo, sobre todo de su cuerpo cuando emocionalmente puede estar mal. Como yo observo esas cositas, evitaría hacerle un comentario y simplemente preguntarle si está bien, se siente bien o ayudarla porque noto que ha estado diferente a como estaba y me causa intriga saber si está bien. Pero no es como de: "te ves ya gorda", eso sí no me gusta.

Y has de cuenta que llega una amiga tuya y te comenta que vio a otra persona que "se dejó por completo", ¿a qué pensarías que se refiere tu amiga cuando dice que una mujer se dejó?

Es que, por ejemplo, literal, eso de "se dejó" la ocupan en el aspecto de descuido, ya se descuidó o se puso fea. Desde mi percepción es alguien que ya de descuidó muchísimo en todos los aspectos, por ejemplo, he escuchado que muchas mujeres lo utilizan cuando era una mujer súper arreglada y cuidadosa y de repente sube de peso, ya no se arregla ni se pone ropa bonita. Como que toda su imagen cambió.

Vale, ¿y qué opinas de la gente que no se ejercita?

Pues no lo sé. Esa pregunta es muy difícil porque te digo que no me gusta opinar de nadie. Siento que, a lo mejor no les gusta, pero hay muchas personas que les da flojera o no toman en serio la parte de que es importante ejercitarnos al menos una hora diaria, sobre todo, por un cuidado personal, ¿no? Siento que, también creo que se van por el camino fácil. He visto muchísimas chicas que no se ejercitan, pero sí se operan, entonces es como el camino fácil: no me cuesta, no todos los días me tengo que levantar. Y está súper padre porque si tienen el dinero que padre, pero yo creo que cambiar hábitos hace que cambies de percepción y hace que cambies la forma de ver la vida y hace que veas tu vida más valiosa porque te está costando, te estás esmerando a hacerlo día a día. Yo creo que sí influye mucho entre que les da flojera. También existe una parte de tabú, es como: "si hago ejercicio tengo que llevar una dieta" y no quieren dejar de comer; y otros lo ven como: "si hago ejercicio necesito suplementos", entonces lo ven como un gasto y no tienen ese hábito por eso.

Yo quiero entender cómo nos sentimos las mujeres y quisiera saber, ¿qué sientes cuando ves a alguien que tiene diez kilos de más y si es diferente esa sensación cuando ves a alguien que tiene más de 50 kg?

La verdad no me provoca ninguna emoción, pero visualizo a una persona que tiene menos peso y yo siento que aquí en México normalizamos todo eso. Es como: Ah, es normal, gordito normal cuando sabemos que es un país que tiene mucho sobrepeso. Pero ya una persona que tiene 50 kilos de más ya me parece increíble, ¿qué pasa por su mente que no se enfoca en que eso le puede afectar? Porque a raíz de eso se vienen un chorro de enfermedades. Entonces me pongo en el lugar y yo soy mucho de querer ayudar porque yo ya pasé por una cirugía y el operarse nada más por el descuido, se me hace una tontería. Entonces es llegar y decirle a todo mundo: quírete y cuídate porque yo ya pasé por una cirugía, aunque fue mínima, es feo y el proceso de recuperación es complejo. Entonces, sé que las personas pueden cambiar sus hábitos y con los hábitos van a mejorar muchísimo. ¿Cómo por qué llegar al extremo de que les quiten algo por no cuidarse? Y por no tener esa precaución de la alimentación, cuando se puede.

Entonces, cuando ves a alguien ¿piensas en el proceso que conlleva el quitarse esa obesidad?

Sí, es como que quisiera ayudarlo con mi experiencia de vida que, con una cirugía tan mínima me hizo cambiar mi vida y cómo es que una persona que se está dando cuenta porque su cuerpo le está reflejando que está mal porque ya tiene obesidad ¿cómo es que no entiendes que tienes que modificar tus hábitos alimenticios? Sí es muy complejo, aunque independientemente de eso yo soy muy de que si es feliz está bien, pero no se está haciendo bien. Me pongo en la situación de querer ayudar a alguien a ver la vida de otra manera.

Vale. Ahora me gustaría saber por qué utilizas Instagram.

Al principio lo abrí porque ya todo mundo tenía, pero después empecé mi negocio y vi que en Instagram tenía más ventas porque era el boom. Facebook me cae mal, en Facebook solo hay puro chisme, noticias malas y se me hace increíble, es algo que platicaba con mi prima, que todas son redes sociales y puedes ver que tienen esas mismas personalidades. Por ejemplo, tengo personas que en Facebook tiran indirectas a personas, pero van a Instagram y juran y perjuran ser la persona más amorosa y con el amor propio más elevado y vas a Twitter y es la persona más sabia. O sea, las redes sociales me dan mucho de qué hablar de las personas porque las tengo en las tres aplicaciones y en las tres te enseña algo que está fuera de contexto. Qué increíble conocer a una persona por cómo se expresa en cada red social.

Bueno, Insta la ocupé porque me gustaban las fotos, me encanta tomarme fotos, entonces empecé a subir fotos equis al principio, ahorita ya me esmero un poquito por tomarme mejores fotos, pero siempre he visto que las fotos de Insta son muy procesadas, o sea sí les echan demasiado ingenio. Por eso me gustó insta, más que chisme, más que fomentar miedos, agresiones y demás, me gustaba por eso. Es demasiado limpio.

¿Y cuánto tiempo llevas utilizándola?

No sé, yo creo que como cinco años.

¿Y has notado que hay algún incremento, en tu caso, por la cuarentena? O sea, usarlo más.

Sí, la verdad sí. Por ejemplo, ahorita ya dejé de usar Facebook, ya casi no subo fotos, comparto memes y cosas así. Pero Instagram es de compartir más contenido visual, se me hace mucho más creativo, por ejemplo, ahorita que acaban de poner la herramienta para hacer tipo tiktoks: los reels están súper cúl porque cuando estás grabando ya te deja una partecita donde puedes ver dónde te quedaste. Ya está súper completo y eso es lo que agrada. ¿no? Que constantemente están en innovación, pero no llegan al punto de quitarle el plus que es Instagram. Por ejemplo, Facebook quiere hacer lo mismo, pero no se ve padre y ya no llama la atención, pero Instagram como que no pierde su esencia aun modificándole cosas y volviéndolo mejor.

¿Y cuál dirías que es su esencia? ¿Cuál es ese extra que tiene Instagram?

Ah pues la parte de compartir imágenes súper creativas, como que es la plataforma que más creatividad te saca, ¿no? porque hasta para tomar una taza de café buscas algo que se vea de fondo bonito para subirla y si fuera otra aplicación pues te da igual. Eso está súper padre porque te esmeras a que tus fotos y el contenido se vea mejor.

Y ¿podrías recomendarme algún usuario en Instagram?

Sí, te voy a recomendar a alguien que es fotógrafo porque como yo me considero muy sensual pues me encantan sus fotos sensuales. Se llama santiagopgm. Toma fotos de chavas desnudas, pero no se ve lo morbos, simplemente se ve muy sexy y muy sensual. Me gusta su contenido porque siempre busca la creatividad para todo, hubo una foto que subió de una chava con una taza, pero la taza cubría su vientre y la tomó desde arriba y no se veían sus pezones. Estaba padrísima.

Gracias por la recomendación. Y en cuanto a tu perfil, ¿las fotos que subes a tus historias son distintas a las que subes a tu perfil?

Sí, en mi perfil sí soy más de compartir fotos que me gusten mucho mucho más y mis frases que ahorita empecé a hacer eso que también me gusta mucho. Trato de dar a mi feed y compartir que soy espiritual, pero soy sensual y sexy y me encanta eso. Entonces, comparto esta parte de amor propio, pero me encanta ser sensual, sexy y demás. En mis historias es más como si voy por un café, o si estoy con una prima y cantamos en el coche. Es como algo típico o de un día normal que me nazca subir, ahí sí no le pienso para editar.

Vale. Me comentabas que para subir una foto a tu perfil tiene que gustarte más, pero ¿cómo es el proceso de decidir qué foto subes? ¿Qué característica tiene que tener la foto para elegir entre dos muy parecidas?

Justo siempre la postura del cuerpo o busco mucho que me guste de la cara. Evito que se vea mi papadita... Siempre busco el mínimo error, desde mi percepción, así es como decido. Pero siempre busco la pose. Yo sé que la gente no está ahí viendo qué cosa se ve mal, pero sí busco hasta el mínimo detalle.

¿Y por qué evitas que se te vea la papada?

Porque, por ejemplo, no me gusta mi papada, pero no es algo que me acompleja. Siento que si me estoy esmerando en subir una foto padre al feed no quiero que salga algo que no me agrada al 100%

Y, quisiera saber si tu documentas el proceso o los cambios de tu cuerpo a través de fotografías.

No, nunca.

Ni siquiera como referencia, por ejemplo, ¿ver tu feed de hace unos años?

Si me tomé una foto de hace como dos o tres años y me vuelvo a tomar una foto con esa ropa pues solo como que... Pero no, fíjate que no tengo ese problema de compararme con mi yo del pasado. Siento que en este momento mi cuerpo está mejor que antes y siento que se ve mejor que antes, pero fíjate que nunca me he obsesionado en buscar o comparar el antes y el después. Realmente es que antes estaba delgada y ahorita siento que estoy tonificada. Me gusta más como me veo ahora.

Y ¿qué opinas de este contenido cuando te sale en tu feed de Instagram?

Cuando veo fotos de antes sí veo que estaba súper delgada y pienso hasta dónde llegué por estar tan traumada con bajar de eso. Porque los comentarios ahorita que me puedan hacer, que hasta la fecha muchos me hablan, pero de mi estatura, no me deberían de afectar como en su momento me afectaron los comentarios sobre mi peso. Yo creo que todo es un aprendizaje, con el tiempo vas aprendiendo a soltar cositas que no te benefician que lo único que hacen es obsesionarte para llegar a algo que no quieres, pero solo es para demostrarle a las personas que bajaste de peso para que te perciban mejor, pero realmente no es como que quieras eso.

Y, por ejemplo, no sé si sigues algún nutriólogo en Instagram y ellos suben estas fotografías de sus pacientes, tipo antes y después, ¿qué sientes o qué piensas?

Ay, soy bien rara en ese aspecto. Lo único que te puedo decir es que alguna vez un nutriólogo quiso hacer eso, pero es como ¿para qué vas a mostrar o exhibir a tus clientes o pacientes? ¿para que la gente venga a ti y te compre? Pero para mí eso está de más y fuera de lugar. Yo creo que cada quien hace el proceso como puede y como quiere, pero eso no depende del nutriólogo, depende de lo que tú hagas para llevar a cabo esa dieta, no depende de lo que el nutriólogo te esté dando o de lo que te diga. Se me hace fuera de lugar lo de las fotos del antes y el después porque sé que a los nutriólogos les da gusto, pero es un proceso que tiene la persona y no ellos. Entonces siento que el hecho de exhibirlos, porque para mí sí es parte de exhibirlos porque es un proceso interno y le estás dando para que alguien te acepte o diga que por el nutriólogo estás así. Se me hace que comparten las fotos como de: “miren, yo logré que el cambio de esta persona pase” y pues no. Yo no lo veo así y por eso no me gusta. Sí está fuera de lugar solo para poder jalar gente.

Y, por ejemplo, que fuera una amiga tuya que tuvo un cambio de bajar muchos kilos y pone su antes y después.

Si yo soy la que bajó de peso y subo mi proceso de antes y después, lo único que pienso es qué chido porque la neta te costó y lo hiciste sola y te esmeras, ya cambiaste un hábito, ahora ya haces más cosas por verte mejor y está padre porque empiezas ese proceso de quererte y aceptarte y cambiar cosas. Sí es como que un orgullo ver que alguien que a lo mejor no podía, lo logró, y no con medicamentos sino con el esfuerzo que hizo con prepararse las comidas.

¿Tú llegarías a subir alguna fotografía así?

No lo sé.

Yo sé que utilizas Instagram para mostrar tu sensualidad, tus frases y tu espiritualidad, pero ¿has pensado en subir rutinas o recetas?

Sí me gustaría, no la utilizo para eso. Pero sí me gustaría. Yo soy más de hacer las cosas y no tanto de pensarlas, pero el hecho de pensar, para mí, si subo una rutina no es solo subirla porque sí, para mí va más allá de que lo hagas por tener un glúteo grande. Para mí es hacer ejercicio por algo más grande, siento que tiene más profundidad porque para hacer ejercicio tienes que disfrutarlo.

No lo hago porque Xalapa es muy pequeño y la gente es súper envidiosa y no te pueden ver algo que haces igual a alguien que conoces porque es como: ahora resulta que ella ni estudió esto y ahora se va a chutar rutinas, por eso evito también eso. Te lo juro que yo soy de las personas que no me importan el qué dirán, pero tampoco me meto en problemas y menos por tonterías así. Pero no eres tú, son las personas que no entienden que para todos hay, pero ellas sí la ven como envidia porque lo ven como competencia. Sí es feo, por eso lo he pensado. Cuando yo tenga ganas de subir algo es porque voy a explicar la profundidad y la razón de ser, no simplemente porque hagan la rutina y les crezcan los glúteos, sino que hay algo más profundo que eso.

Vale. Ahora sí, me gustaría que me contaras alguna anécdota sobre si has recibido algún comentario positivo en Instagram.

La gente me empezaba a seguir porque yo hice un vídeo de la situación que pasé de tiroides y me hablaban porque entraban en el proceso de ansiedad, depresión... Yo empecé a subir fotos con frases de amor propio y esas mismas personas, no tiene mucho, como cuatro meses, seis personas me escribían y me decían que les gustaría tener el valor que yo tengo para subir las fotos que subo porque más que el amor propio es que aceptas el cuerpo que tienes y aparte te ves bien porque tus ojos brillas y me dicen que es bonito seguirme porque le agrego al pie de foto algo lindo que realmente marca. Y cuando yo escribo no lo pienso, simplemente me fluyen las ideas.

Lo que más me impactó es que son chavas las que me escriben eso, porque los chavos escriben morbosamente, pero ni los pelo. Pero cuando te escriben mujeres que dicen que te admiran y me hacen preguntas para saber cómo me quité la ansiedad. Esas son de las cosas más bonitas porque me escriben cosas padres mujeres y algo que he admirado mucho y no sé a qué se deba, yo sé que muchas mujeres reciben *hate*, hay muchas mujeres que se acaban a las otras por las fotos que suben o que les escriben cosas muy feas, y a mí nunca me ha pasado eso. Jamás me ha pasado eso.

Se me hace súper increíble porque yo siento que todas las mujeres han pasado por una situación así, de siempre estar siendo criticada por alguien y en mi caso no. Yo creo que se dan cuenta de que no me importa, pero sí, esas cosas son muy bonitas. Recibir mensajes de mujeres que dicen que te admiran, no sé ni por qué.

Justo quería preguntarte si en algún momento habías recibido algún mensaje o comentario negativo.

Nunca. Ni de hombres ni de mujeres que me digan algo feo. A lo mejor es cómo lo percibo yo, ¿no? Porque sí he recibido comentarios, por ejemplo, de un chavo que me invitó a hacer un vídeo porno. Y yo solo le contesté: “agradezco tu buen gusto”.

Vale ¿Y has tenido algún problema con tu pareja, amigos, amigas o familia por lo que subes a Instagram?

Como tal, problema, no. Pero soy la oveja negra de la familia y luego mi mamá ve mis fotos y me dice: “mira esa foto, te ves no sé qué”, entonces siempre le digo: “sí, má. Me veo bien, me veo sexy”. Soy fan de meter a la gente en conflictos, entonces si a mi mamá no le gusta eso, pues más lo hago. O cositas que me dicen, pero son mis papás, ellos son muy de la antiigiita, muy estructurados y me dicen pecadora, pero a mí me vale todo. Y también tengo a mi hermano que me dice cosas, pero siempre le contesto que es mi vida y se preocupen por sus cosas. No soy grosera, pero trato de poner a la gente en conflicto con lo que les molesta y más lo hago.

Entonces, quizá no es que no hayas recibido esos comentarios, sino que tu manera de interpretarlo no es así.

Exacto. Por ejemplo, a mí hay muchos chavos que me dicen: “estás bien buena”, “bien rica”, “deliciosa” y cuando los leo solo es: Ok. A veces les doy corazón y los dejo en visto, pero realmente no me provoca ninguna incomodidad que me visualicen así. Yo tengo un amigo que vive en Puebla y tiene tiempo que no lo veo, hasta dejamos de vernos porque él sí me hizo un comentario me dijo: “ay, amiga, te pusiste bien buena y con tus fotos me malviajo” y le contesté: “mis fotos las subo porque a mí me gustan, le hecho de que mi foto provoque algo en ti, ese sí no es mi problema”. Y ya nada más me contestó que tenía razón. Desde ahí ya no me escribe nada. Pero siempre busco dejarlos con algo de: “es tu problema”.

Y si tuvieras que dejar de usar Instagram, ¿lo harías?

No jejeje. Podría dejar de usar Facebook o Twitter, pero Instagram no.

Ahora, me gustaría saber cuál ha sido tu experiencia en cuanto a ejercitarse debido al covid ¿Cómo fue para ti dejar de ir al gym, no sé si ibas al gimnasio, a tener que ejercitarte en tu casa?

Mira, el hecho de ir a un gym es salir de tus cuatro paredes, es ir a otro lugar después del trabajo, es como mi des estrés. Cuando llega la cuarentena yo empiezo a hacer ejercicio aquí y me fracturé la cadera, cuando hice peso muerto me lastimé la cadera. Tuve que ir con un fisioterapeuta para que me ayudara. Y yo me pregunté por qué si yo ya sabía todo lo de lo emocional ya sabía que por ahí se reflejaba algo que a lo mejor yo no quería ver y pensé que una recámara no es tan cómoda como estar en otro lugar haciendo ejercicio. Después de todo eso sí se me complicó porque dejé de hacer ejercicio con la persona que iba porque sus rutinas se me hacían, literal, rutinarias, y me aburrían. Entonces busqué a un hombre y cada rutina, todos los días, es diferente. Muy diferente. No repite el ejercicio que me puso hoy. Me di cuenta de que me aburre lo rutinario, entonces con él me adapté muy bien.

No sé qué paso, mi vida dio un giro en ese aspecto porque ya no visualizo hacer ejercicio con obsesionarme en que hoy tengo que hacer porque todos los días hago. Sino que ahora hago ejercicio, hago mi rutina y después paso a un proceso de relajación, pero para estirar y ya cuando me relajo me subo a la caminadora a correr, entonces vi que eso era lo que necesitaba porque me encontré de otra forma. Yo soy cero fan del cardio, me canso horrible, pero pensé que necesitaba hacerlo porque está padre e hice un complemento y ahorita me siento súper bien, muy cómoda. Mis piernas bajaron mucho porque estaban más gorditas, tenían más músculo, pero ya se veían toscas. Bajaron mucho y ahorita están tonificadas. Mi complejo de los brazos, como este es chavo pues se enfoca más en la parte superior, entonces, las rutinas que me manda son tres o cuatro veces a la semana parte superior, entonces me agrada muchísimo más y ya hago los ejercicios. Se lo platicué a él y es increíble porque después de tanto tiempo esforzarme en que me gustara la parte superior, pero con él así fue. Sus rutinas hacen que ya no lo vea como cansado o que no me guste.

La verdad es que disfruto mucho y de este tiempo para acá ha cambiado mucho el hacer ejercicio en casa y te puedo jurar que, prefiero mil veces hacerlo en casa que ir a un gym.

Vale ¿Y tuviste que comprar herramientas o implementos para hacer ejercicio en casa?

Yo ya tenía. Tengo pesas de 6, 8, 12 kilos, un tapete, bancos, tengo bici de spinning, caminadora y polainas. O sea, ya tenía varias cosas porque en algún punto yo sí pensaba salirme del gym y hacerlo en mi casa, entonces fui comprando poco a poco y hasta que se dio por lo de la cuarentena. Por eso te digo que me gusta más, porque vas a tu ritmo y pones la música que tú quieras.

Entonces, antes de que empezara la cuarentena y durante la cuarentena ¿has experimentado cambios en tu cuerpo, con la alimentación o con las ganas de ejercitarte?

Sí, antes de empezar la cuarentena yo iba al gym y me sentía súper bien, pero llega la cuarentena, empecé a comer de más y mi cuerpo empezó a percibir que había cosas malas y se cansaba. Llegué a ese momento de no hacer ejercicio y fue cuando me pasó lo de la cadera, cuando empecé a forzar mi cuerpo me pasó lo de la cadera y estuve un mes sin hacer ejercicio. Y fue así como de: “Ok. Ya entendí que no debo forzarlo si no quiere”. Y después, ya que me recuperé empecé a hacer ejercicio y todo súper bien. Es más, he cargado el mismo peso con el que me lastimé la cadera para hacer peso muerto y ya ni siquiera tengo el malestar. Entonces sí, fue como que mi cuerpo me dijo que no quería y que me relajara, también que le hiciera caso.

Ahorita ya estoy súper bien, no me cuesta para nada al levantarme tomarme mi jugo y hacer ejercicio, porque me gusta hacerlo y más con música. Por eso es que ahorita he estado súper bien.

Fíjate que disfruté descansar y no hacer ejercicio, disfruté estar en cama, lo que sea. Te digo que a veces pienso que mi percepción, no sé qué tengo, que no le encuentro nada malo a nada. Ni la cuarentena para mí ha sido mala, claro que he tenido emociones muy densas, pero está padre también estar ahí.

Claro, también es algo que necesitábamos, ¿no?

Claro.

Oye, y no sé si te gustaría contarme alguna anécdota respecto a bajar o subir de peso, la más significativa para ti.

No sé. En cuestión del cuerpo... subir o bajar, no tengo una como tal. Lo único que te puedo decir es que sí cuesta. Sí me costó muchísimo llegar a lo que soy ahorita, sobre todo, físicamente porque me cuesta mucho trabajo bajar y una de las cuestiones, yo siento que, no hay que forzar nada porque cuando lo haces así ni siquiera se te da. Una de las experiencias que me ha ayudado muchísimo es entender mi cuerpo, observar que me indica que algo no está bien y a no forzarlo a algo que no quiere. Por ejemplo, con la alimentación también, hay días que me da mucha hambre y si me da hambre pues como, y hay días que no me da hambre y si no me da hambre pues no como. Pero no estoy obsesionada con llevar una dieta tal cual te la dice un nutriólogo o como tal una rutina con tanto peso. Siento que te tienes que conocer demasiado para saber hasta dónde es tu límite en tal cuestión, en la alimentación, en el ejercicio. Sobre todo, cuando he platicado con unas chavas que me cuentan que tienen que bajar 12 kilos y me preguntan cómo le hice para estar en mi peso ideal y yo les dije que para mí el peso ideal no existe, el ideal es como me siento yo. Y me dicen que me ven bien, no delgada ni flaca que se me vean los huesos, pero estoy bien. Y me dicen que ellas quieren llegar a eso porque ellas sí están gorditas y tienen que bajar 12 kilos, y yo le dije: haz lo que tengas que hacer para ti. Y a los dos meses me vuelve a escribir para decirme que ya bajó 9 kilos y le faltan tres y le dije: “¿cómo te sientes?” y me dice: “frustrada, cansada porque por más que llevo la dieta como debo ya no bajo los tres kilos, y le pregunté cómo podía sentirse tan mal, tan frustrada, tan cansada si ya bajó 9. O sea, por qué se empeña en bajar los otros tres cuando ya bajó nueve. No entiendo el afán de obsesión llegar a eso, tres kilos de más ni se te ven. Es demasiado lo que le estás haciendo por tu cuerpo cuando tu cuerpo te dice: “hasta aquí, escúchame. Estás perfecta”. Y ya, me dijo: “no lo había pensado así. Realmente ni siquiera disfruté mi proceso en bajar los nueve porque me estoy enfocando en llegar al peso que se tenía que llegar”. Y yo le dije que ese es el problema, que se estructuran a que ese es el peso ideal, pero ni siquiera saben qué onda, cada cuerpo es diferente. Si tú te sientes ya cómoda, observa y ahí es.

Ahora sí, ya casi terminamos, me gustaría que me contaras cuál ha sido tu experiencia con otras mujeres en el ámbito del fitness o del ejercicio.

Mira, he convivido con muchas mujeres y sí es muy caótico porque cada quien lleva su proceso a su ritmo y a su manera y el hecho de llevarse con personas que están muy metidas en esa onda a veces es bien complicado porque hay mucha comparación. Te dicen: “mira, te falta más peso porque te falta glúteo”; “mira, súbele más peso a la pierna porque no se te marca tanto”; “tienes que hacer más parte superior porque...” ¿me explico?

Eso es lo que no me gusta cuando hay más mujeres así. Yo creo que cada mujer llega a sentirse experta en el tema y quiere que tengas el cuerpo o te dice lo que a ellas les funcionó, pero realmente a ti no te funciona. Y creen saberlo todo por esa razón, sobre todo con las mujeres porque están viéndote qué te hace falta para que lo trabajes y modifiques haciendo los ejercicios que a ellas les sirvió, cosa que sabes que a todos no nos puede funcionar porque cada cuerpo es diferente.

Sí, hay quienes acumulamos grasa en zonas diferentes y un ejercicio puede funcionarnos. Al inicio de la entrevista mencionabas lo de las cirugías, quisiera saber si has pensado en hacerte alguna cirugía estética.

Sí, en algún momento pensaba operarme los brazos. Sí pensé en eso, la verdad ya no, ya no me importa mucho. Antes sí estaba bien obsesionada porque yo utilizaba blusitas de tirantes y no me gustaban porque mis brazos se veían gordos y sí pensaba en operármelos porque aparte es una cirugía en la que no está en riesgo nada y a lo mejor quedo bien, pero después dije: “no. Si esto de la tiroides, que no fue por estética, me afectó un buen. Como por qué le voy a dar más trabajo a mi cuerpo”. Mejor lo trabajo con el ejercicio, con una rutina, aunque sé que es tardado.

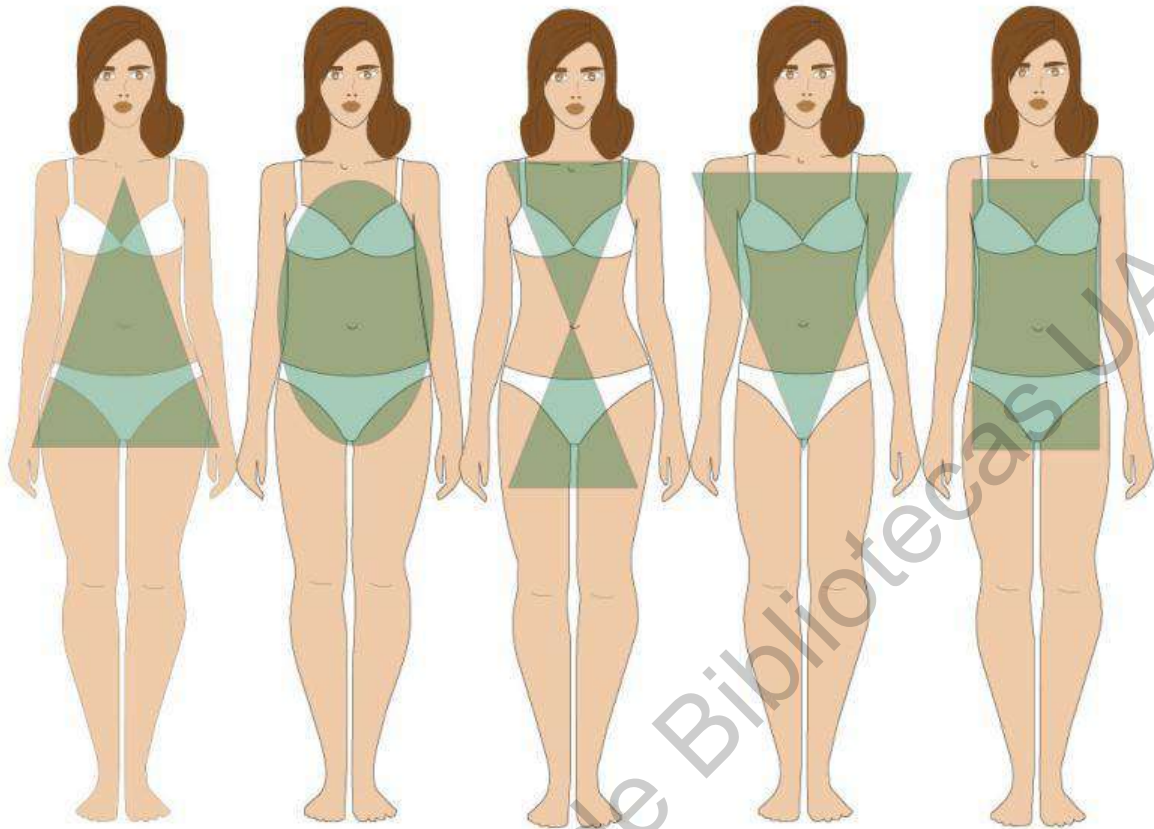
Pero imagínate que me llegue un proceso en el cual pase que me sienta mal y empiece a comer mucho y yo entiendo que mi grasa se acumula en mis brazos, imagínate que me vuelva a pasar que coma y coma y otra vez se me va a volver a hacer. Por eso evito eso, porque tienes rebote si no te cuidas al cien, aunque te hayan operado.

Me gustaría que me contaras alguna anécdota positiva o negativa que hayas tenido con alguna mujer en el ámbito del fitness.

Pues mira, la verdad, como tal nunca había entrenado con nadie más que con Arzit, con ella sí iba a hacer ejercicio y sí iba a su gym. Y no sé, esa situación fue buena y mala. Es buena porque estás en chinga, pero a la vez era muy cansado porque obviamente quería meterme el peso que ella carga y es bien complicado, a lo mejor es por su personalidad, pero siempre se comparaba conmigo y yo siempre le decía: “pero tú tienes más pierna” y me decía: “pero tú cargas más”, y eso qué. Yo nunca entendí porque no tiene mal cuerpo, pero no entiendo por qué se compara conmigo. Yo no me considero como ella que ella sí hasta los domingos entrena y yo si entreno tres días a la semana está súper bien, no me obsesiono porque todos los días tengo que hacerlo.

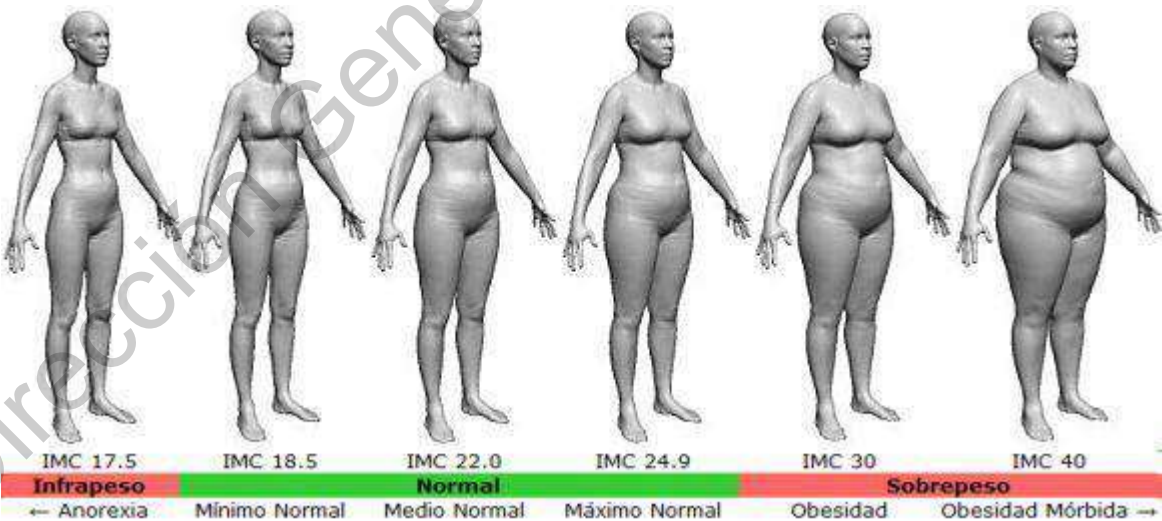
Eso no me gustaba porque se comparaba conmigo solo porque cargaba más peso y me presumía que cargaba más peso de brazo ella. No sé cuál era su afán, pero siempre era competencia o ganarme.

Vale. Por último, te compartiré dos imágenes y por favor dime en qué tipo de cuerpo te identificas.



Es que tengo como que el triángulo de arriba del cuarto, estoy muy anchita de arriba, pero tengo la cintura del tercero. Estoy entre el tercero y el cuarto.

Vale. Y de esta segunda imagen, ¿dónde te ubicas?



En el tercero.

Te agradezco un montón el tiempo y la información.

Dirección General de Bibliotecas UAQ