



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Programa de Marketing

Percepciones de los internautas sobre el movimiento “Body positive” en las redes sociales

Autor:
Sergio Rafael García Marchena

Tutor:
Samir Ricardo Neme Chaves

Bogotá D.C.

2024

Agradecimientos

Agradezco a mis familiares que día a día están apoyándome para poder cumplir todas mis metas y haciendo un gran esfuerzo para costear mis estudios universitarios, brindándome todo ese apoyo emocional, agradezco a mi tía Marla Marchena, que es la persona que me ha ayudado a cumplir muchos de mis objetivos y me ha guiado en mi camino como profesional, a mis padres que son los que me motivan a seguir luchando por mis sueños y mis metas.

Tabla de contenido

<i>Agradecimientos</i>	2
<i>Resumen</i>	5
<i>Introducción</i>	6
<i>Justificación</i>	7
<i>Planteamiento del problema</i>	9
<i>Pregunta problema de investigación</i>	10
<i>Objetivos</i>	10
Objetivo General	10
Objetivos específicos	11
<i>Marco teórico</i>	11
Belleza femenina	11
Estética	12
Body positive	14
<i>Metodología</i>	17
Unidades de análisis	18
Procedimiento de recolección de datos	18
Criterios de selección	19
Ejemplos de Post's analizados	19
Youtube	19
Instagram	20
TikTok	21
<i>Resultados</i>	22
Análisis de datos	22
Análisis de escalonamiento multidimensional	;Error! Marcador no definido.
Análisis de cluster	;Error! Marcador no definido.
Análisis de correspondencia por palabras	;Error! Marcador no definido.
Análisis de correspondencias múltiples	;Error! Marcador no definido.
Análisis de escalamiento multidimensional	22
Análisis de Cluster	24

Análisis de correspondencia por palabra	25
Análisis de correspondencias múltiple.....	26
Percepciones sociales	28
Formación de creencias.....	28
<i>Discusión</i>	29
Diversidad de percepciones.....	32
Rol de las redes sociales.....	33
Impacto en la autoimagen	33
Implicaciones.....	33
Impacto académico	33
Impacto en las organizaciones	34
Impacto en el consumidor general	34
<i>Referencias</i>	35
<i>Anexos</i>	38

Índice de Figuras

<i>Figura 1. Post Youtube</i>	19
<i>Figura 2. Post Youtube</i>	19
<i>Figura 3. Post Instagram</i>	21
<i>Figura 4. Post TikTok</i>	21
<i>Figura 5. Escalamiento Multidimensional</i>	22
<i>Figura 6. Análisis de Cluster</i>	24
<i>Figura 7. Análisis de correspondencia por palabra</i>	25
<i>Figura 8. Análisis de correspondencias múltiple</i>	27

Índice de Anexos

<i>Anexo A. Tabla de análisis de contenido 1</i>	38
--	----

Resumen

El movimiento "*Body positive*" desafía las normas estéticas tradicionales y fomenta la aceptación y el respeto hacia la diversidad corporal. El objetivo de esta investigación identificar las percepciones construidas por los seguidores del movimiento "body positive" en las redes sociales durante el primer semestre del año 2024. Se utilizó una metodología netnográfica enfocada en la abducción analítica donde se analizaron datos cuantitativos de 150 internautas a través de recolección de post's de diferentes redes sociales y análisis de contenido de publicaciones. Los resultados mostraron que, si bien las percepciones hacia el movimiento "body positive" son mayoritariamente positivas, existe un escepticismo significativo hacia aquellas que se perciben como oportunistas. En conclusión, la autenticidad y la coherencia en las campañas de marketing relacionadas con este movimiento son esenciales para generar aceptación y lealtad, mientras que las percepciones de oportunismo pueden perjudicar gravemente la reputación de las marcas.

Palabras claves: redes sociales, body positive, marcas, Instagram, percepciones

Introducción

El movimiento "body positive" ha emergido como una fuerza significativa en las redes sociales, transformando las percepciones sobre la imagen corporal y la aceptación personal. Este movimiento, que promueve la aceptación y el amor propio independientemente de la forma, tamaño o apariencia del cuerpo, ha encontrado en plataformas como Instagram un espacio ideal para su difusión y crecimiento.

La presente investigación se centra en analizar las percepciones y creencias construidas por los internautas en torno al movimiento "body positive" en la red social Instagram durante el primer semestre del año 2024. Este análisis es crucial para entender cómo este movimiento, que desafía los estándares tradicionales de belleza, ha sido recibido y reinterpretado en el contexto colombiano, teniendo en cuenta las particularidades culturales y sociales del país.

La presente investigación se centra en analizar las percepciones y creencias construidas por los internautas en torno al movimiento "body positive" en la red social Instagram durante el primer semestre del año 2024. Este análisis es crucial para entender cómo este movimiento, que desafía los estándares tradicionales de belleza, ha sido recibido y reinterpretado en el contexto colombiano, teniendo en cuenta las particularidades culturales y sociales del país.

Con este estudio, se busca no solo aportar al conocimiento académico sobre la percepción del "body positive" en Colombia, sino también ofrecer insights valiosos para las marcas que desean alinearse auténticamente con este movimiento. Así, se pretende contribuir a una representación más diversa y realista de la belleza en la publicidad, fomentando la autoaceptación y el empoderamiento personal en la sociedad.

Justificación

La relevancia del movimiento body positive y su influencia en la percepción corporal dentro de la sociedad actual, especialmente en las redes sociales, fundamentan la realización de este estudio en Colombia. Aunque el body positive ha ganado popularidad a nivel global, resulta esencial examinar cómo se manifiesta en el contexto colombiano, considerando las particularidades culturales y sociales del país.

El movimiento "Body Positive" ha tenido un importante desarrollo a lo largo del tiempo, desde sus comienzos en internet hasta lograr una destacada presencia en diferentes medios. Este movimiento desafía los estándares tradicionales de belleza y surgió con el propósito de fomentar la aceptación y el amor propio de todos los cuerpos, independientemente de su forma, tamaño o apariencia. Por esto es resulta esencial comprender la evolución y los antecedentes de este movimiento en Colombia para contextualizar su impacto y evaluar cómo tanto las marcas como los internautas han reaccionado ante esta tendencia global.

Diversas marcas han asumido un papel importante en el movimiento del body positive, reconociendo la importancia de representar la diversidad corporal en sus campañas publicitarias. Desde la década de los 2000, Dove y H&M han llevado a cabo campañas enfocadas en "mujeres reales". Las redes sociales han sido cruciales en este movimiento utilizando a influencers en plataformas como Instagram, TikTok, entre otras, para así poder promover este movimiento.

El crecimiento de las redes sociales, particularmente Instagram, ha sido crucial para difundir el movimiento body positive. Este movimiento se ha expandido gracias al uso de hashtags, por ejemplo, en Instagram, el hashtag #bodypositive ha sido utilizado en más de 16 millones de publicaciones (Pasca, 2021). Al buscar el hashtag body positive en Instagram, aparecen 18,5 millones de publicaciones (Speroni, 2022, pág. 18).

La participación activa en comunidades virtuales y la participación de personas que no quieren seguir siendo criticadas por no encajar en el ideal de belleza de la sociedad, ha generado una conexión significativa, especialmente entre mujeres con cuerpos que no cumplen con los estándares de belleza convencionales. No obstante, también se han criticado por la comercialización del movimiento y su desviación de sus objetivos iniciales.

La realidad es que este movimiento al pasar los años ha tenido distintas posturas para las personas y principalmente en las redes sociales, específicamente en Instagram, ya que algunas personas la utilizan para expresarse y poder pertenecer a comunidades y redes de apoyo donde no sean juzgados, como lo expone Prada, Sánchez, & Pacheco, (2022) que entienden la potencialidad de Instagram para movimientos como el Body Positive mediante el uso de hashtags, las personas conocen el movimiento y se identifican con él, creando redes de apoyo donde no se restringen el body positive. Instagram ha sido fundamental para el movimiento body positive, ya que no solo permite a los internautas compartir sus experiencias personales, sino que también facilita la creación de espacios para expresar opiniones sobre campañas y críticas relacionadas con la corporalidad. A través de esta plataforma, los usuarios pueden acceder a una amplia variedad de contenidos que promueven la normalización de cuerpos no normativos. En pocas palabras, Instagram ha sido clave para el crecimiento y la difusión del movimiento, ampliando su alcance y visibilidad. (Prada, Sánchez, & Pacheco, 2022).

La realización de esta investigación es crucial para desentrañar las complejas dinámicas que rodean al movimiento *body positive* en Colombia, especialmente en un contexto donde las redes sociales han contribuido tanto a su difusión como a su posible distorsión. A pesar de los ideales inclusivos que promueve, el movimiento ha sido objeto de comercialización y, en algunos casos, ha perpetuado nuevos estereotipos bajo la apariencia de diversidad. Este estudio es indispensable para analizar críticamente cómo estas dinámicas están afectando las percepciones de los usuarios, particularmente en un país donde las presiones sociales y culturales pueden amplificar los efectos negativos de los estándares de belleza. Al investigar estas percepciones, se busca no solo evidenciar los beneficios, sino también las contradicciones inherentes al *body positive* en el entorno digital, con el fin de proporcionar una comprensión más profunda y matizada que pueda guiar tanto a académicos como a profesionales del marketing en la construcción de mensajes más auténticos y responsables.

El proyecto presentado tiene un impacto significativo en los ámbitos académico, social y empresarial. En el ámbito académico, esta investigación contribuirá al conocimiento sobre las percepciones y creencias en torno al movimiento *body positive* en Colombia, un tema que, aunque ha sido ampliamente explorado a nivel global, requiere un

análisis contextualizado para comprender su evolución y adaptación en el país. Al identificar patrones y tendencias en la percepción de este movimiento en redes sociales, el estudio proporcionará una base teórica sólida que enriquecerá el corpus académico relacionado con los estudios de marketing, sociología y estudios culturales.

A nivel social, el proyecto aportará una comprensión más profunda de cómo el movimiento *body positive* está influyendo en la percepción corporal de los internautas colombianos, particularmente en redes sociales como Instagram. Este análisis es esencial para valorar el impacto de este movimiento en la autoestima y el bienestar emocional de diferentes grupos demográficos, con un enfoque especial en las mujeres jóvenes, quienes son más susceptibles a los efectos negativos de los estereotipos de belleza impuestos. Al revelar los efectos positivos y negativos que los influencers pueden tener sobre sus seguidores, la investigación busca fomentar un discurso más crítico y consciente sobre la representación corporal en las plataformas digitales.

En el ámbito empresarial, el estudio ofrecerá insights valiosos para las marcas que desean alinearse con el movimiento *body positive* de manera auténtica y efectiva. Al analizar cómo las empresas han adoptado este movimiento en sus estrategias de marketing y publicidad, permitirá identificar buenas prácticas y áreas de mejora. Esto ayudará a las organizaciones a evitar prácticas superficiales que podrían ser percibidas como oportunistas y que podrían dañar su reputación. En última instancia, la investigación brindará herramientas para que las marcas puedan desarrollar campañas más inclusivas y genuinas, alineadas con los valores de diversidad y aceptación que promueve el movimiento *body positive*.

Planteamiento del problema

La problemática abordada en esta investigación se origina en la necesidad de comprender a fondo la dinámica del movimiento Body positive y su impacto en las percepciones de los usuarios en las redes sociales. Aunque el Body positive ha crecido y ha sido adoptado globalmente, es esencial analizar cómo ha evolucionado en Colombia, teniendo en cuenta las particularidades culturales y sociales del país. Este movimiento desafía los estándares tradicionales de belleza al promover la aceptación y el amor propio.

Sin embargo, la comercialización y la desviación de sus objetivos originales han suscitado dudas sobre su autenticidad y efectividad.

Diversos autores han subrayado la importancia de investigar este movimiento. Tiggemann (2004) enfatiza que es crucial estudiar el Body positive debido a su capacidad para influir significativamente en la imagen corporal y la autoestima. Por otro lado, Cohen (2019) señalan que, aunque el movimiento tiene intenciones positivas, podría tener efectos no deseados, como reforzar involuntariamente la importancia de la apariencia física. Además, Sastre (2014) advierte sobre el riesgo de que el movimiento sea cooptado por intereses comerciales a medida que se vuelve más mainstream, lo que podría diluir su mensaje original.

Analizar cómo las redes sociales influyen en este movimiento y cómo es percibido por los internautas no solo contribuirá a la sociedad, sino que también ofrecerá una perspectiva crítica sobre su impacto y relevancia en el ámbito empresarial, especialmente en su uso como estrategia de comercialización. Esta investigación busca abordar estas complejidades, explorando cómo el Body positive se manifiesta en el contexto colombiano y evaluando sus efectos tanto positivos como potencialmente problemáticos en la sociedad y en las estrategias de marketing.

Pregunta problema de investigación

¿Cuáles son las percepciones construidas por los internautas en torno al "body positive" en las redes sociales durante el primer semestre del año 2024?

Objetivos

Objetivo General

Identificar las percepciones construidas por los seguidores del movimiento "Body positive" en las redes sociales durante el primer semestre del año 2024

Objetivos específicos

1. Comprender las percepciones sociales construidas por parte del consumidor frente al movimiento “*Body positive*” y su interacción con las redes sociales.
2. Reconocer el papel de la red social Instagram en la formación de creencias de los internautas estudiados en torno al movimiento “*Body positive*”

Marco teórico

Belleza femenina

La belleza femenina es uno de los temas que tiene mucha relevancia con respecto al tema *body positive* debido a que está muy relacionado con los estándares de belleza impuestos socialmente y cómo estos han sido históricamente restrictivos y opresivos para las mujeres. La belleza femenina ha sido construida socialmente a lo largo de la historia, moldeada por estructuras patriarcales y relaciones de poder desiguales (Wolf, 1991), los ideales de belleza han sido utilizados como una forma de control y objetivación de los cuerpos de las mujeres, limitando su autonomía y autoestima (Bordo, 2001).

Según la teoría de la objetivación (Fredrickson & Roberts, 1997), las mujeres internalizan la mirada masculina y aprenden a tratarse a sí mismas como objetos para ser evaluados en función de su apariencia física. Esto puede conducir a una constante vigilancia y monitoreo del cuerpo, lo que puede tener consecuencias negativas para su bienestar mental y físico. El movimiento *Body Positive* surge precisamente para desafiar esta teoría, promoviendo la aceptación y el amor propio más allá de los estándares de belleza tradicionales. Al oponerse a la noción de que las mujeres deben ser valoradas únicamente por su apariencia, el *Body Positive* busca romper con la cultura de la objetivación, especialmente en un contexto como el colombiano, donde las presiones socioculturales sobre la imagen corporal son fuertes. A través de este movimiento, se pretende cambiar la forma en que las mujeres perciben sus cuerpos y aliviar las tensiones que afectan su autoestima, salud mental y relaciones sociales (Fredrickson & Roberts, 1997).

En este contexto, los medios de comunicación han jugado un papel fundamental en la perpetuación de estos ideales de belleza restrictivos, presentando imágenes de cuerpos delgados y perfectos como el estándar a alcanzar (Grabe, 2008, citado en Bazán & Miño, 2015). Esto ha generado una creciente insatisfacción corporal en las mujeres, quienes se comparan constantemente con estos ideales inalcanzables (Tiggeman & McGill, 2004, citado en Garcia, 2023).

Estética

La estética femenina ha sido un área de gran interés y debate dentro de los estudios feministas y de género. Su objetivo principal es cuestionar las representaciones tradicionales de la feminidad y la belleza femenina presentes en el arte, la literatura y los medios de comunicación, las cuales han sido moldeadas por una perspectiva predominantemente masculina (Korsmeyer, 2004).

Este concepto emergió con fuerza durante el movimiento feminista de la década de 1970, destacando las diferencias biológicas y sociales entre los géneros y promoviendo una autenticidad estética que trascienda las representaciones convencionales de lo femenino impuestas por el patriarcado (Bartky, 2015). Las teóricas feministas han criticado cómo la estética ha sido utilizada como una herramienta de opresión y objetivación de las mujeres, perpetuando ideales de belleza restrictivos y estructuras de poder desiguales (Wolf, 1991).

La estética femenina aborda cómo las mujeres perciben y expresan la belleza de manera distinta a los hombres, siendo un aspecto crucial en la lucha por la igualdad de género y el empoderamiento femenino. En una sociedad donde prevalece una visión masculina predominante, las mujeres han asimilado una noción de belleza que puede resultar en la pérdida de su propia identidad. Por ende, la estética femenina se propone desafiar estas concepciones preestablecidas y explorar una estética que refleje genuinamente la experiencia y la identidad femenina. Este concepto se ve respaldado por el sociólogo Pierre Bourdieu, quien sostiene que la identidad femenina ha sido históricamente construida bajo la dominación masculina. En su obra *La Dominación Masculina* (2000), Bourdieu argumenta que las mujeres han interiorizado una "violencia simbólica", lo que las lleva a reproducir los esquemas de percepción y valoración impuestos por los hombres.

Esta dinámica se manifiesta, por ejemplo, en la manera en que las mujeres perciben y expresan la belleza, pues, en una sociedad donde prevalece la mirada masculina, las mujeres tienden a adoptar estándares de belleza que pueden hacerlas perder su autonomía y agencia. Comprender esta construcción de la identidad femenina en relación con los cánones de belleza es esencial para analizar el impacto del movimiento *Body Positive*. Este movimiento tiene el potencial de desafiar estas estructuras de dominación, promoviendo una visión de la imagen corporal y la autoestima femenina que se aleje de los esquemas tradicionales. Al hacerlo, permite que las mujeres recuperen su autonomía y redefinan su propia noción de belleza desde una perspectiva más auténtica y personal. (Bourdieu, 2000, citado en Posada, 2017).

Desde esta perspectiva, los ideales de belleza femenina han sido moldeados por la mirada masculina, limitando la expresión auténtica de las mujeres y fomentando la insatisfacción corporal y la baja autoestima (Fredrickson & Roberts, 1997). El movimiento *body positive* se ha alineado con esta crítica, desafiando los estándares de belleza opresivos y promoviendo una representación más diversa y una celebración de la belleza en todas sus formas (Sastre, 2014).

La estética femenina propone una ruptura con estos ideales opresivos y una redefinición de la belleza desde una perspectiva auténticamente femenina. Esto implica valorar la diversidad de cuerpos, formas y expresiones, y permitir que las mujeres se sientan empoderadas para expresar su propia noción de belleza sin las limitaciones impuestas por la mirada masculina (Korsmeyer, 2004).

Algunas teóricas feministas han explorado la posibilidad de una estética femenina alternativa que celebre las experiencias corporales únicas de las mujeres, como el embarazo, la lactancia y la menstruación, las cuales han sido históricamente invisibilizadas o consideradas tabú (Young, 2005). Además, se ha enfatizado la importancia de una estética femenina que abarque la interseccionalidad, reconociendo las diversas experiencias de las mujeres en función de su raza, etnia, clase social y otras identidades (Crenshaw, 1989, citado en Galarza, 2023).

Body positive

El body positive es uno de los temas más importantes de este proyecto, ya que abarca el objetivo general el cual busca cuáles son las percepciones construidas por las redes en torno al Body positive en las redes sociales. Por lo que saber en que consiste este movimiento, indagar sobre su origen, objetivos, investigaciones realizadas y principios ayuda a estudiarlo de manera efectiva a través de las redes sociales.

Por ello se entiende como “un movimiento social, el cual pretende destruir cualquier tipo de discriminación, de represión o abuso sobre la diversidad de los cuerpos y sus capacidades podría ser el precursor de nuevas formas de entendimiento social, estructural y económico; si todos los cuerpos (y por lo tanto, sus características) son válidos y aceptados, las relaciones de dominación basadas en la discriminación física, étnica y de género ya no tendrían sentido y no serían posibles” (Salcedo, 2019, pág. 16).

La observación de la autora es muy intrigante porque sugiere que el movimiento tiene la capacidad de erradicar completamente la discriminación al reconfigurar las estructuras sociales existentes. Salcedo analiza el trabajo de Jessica Cwynar (2016, citado en Salcedo, 2019) donde define el body positive como “un movimiento social arraigado en la creencia de que todos los seres humanos deben tener una imagen corporal positiva; al hacerlo, desafía las formas en que la sociedad presenta y ve el cuerpo físico, pues el movimiento aboga por la aceptación de todos los cuerpos sin importar la forma, el tamaño o la apariencia” (Salcedo, 2019, pág. 1).

Dicho movimiento ayuda a construir valores como la autoconfianza, autoaceptación y autoestima quebrantadas por la idea de cuerpo que nos han implantado, abordando los estándares de belleza que claramente son poco realistas, a su vez supone una crítica a las industrias y los medios que se han encargado de crear una imagen falsa del cuerpo, donde la moda claramente hace parte de esto (Pineda, & Gómez, 2021, pág. 24).

Teniendo claro el concepto de Body positive se puede profundizar el posicionamiento que tienen las redes sociales sobre este movimiento. Además, para

comprender la magnitud y el alcance de este movimiento, es relevante considerar los estudios y estadísticas recientes.

En los últimos años el movimiento “body positive” cobró más importancia y se movió desde el internet hacia los grandes medios, la moda, el arte y la música. Aparecen campañas publicitarias, personas famosas, grupos activistas y comunidades digitales (Speroni, 2022). En Australia se encontró que los mensajes body positive pueden ayudar a prevenir desórdenes alimenticios y sugieren que estos movimientos en redes sociales pueden ser una buena manera de hacer que la sociedad empiece a cambiar la forma en la que ve el cuerpo y pueda tener visiones más positivas (Cohen, Newton-John, Slater, 2021, citado en Speroni, 2022). Pero según investigaciones, los textos positivos en las imágenes no tienen un efecto significativo. Sin embargo, las conclusiones de (Cohen, Fardouly y Slater, 2019, citado en Speroni, 2022) se pueden corroborar mediante reacciones a las imágenes. Los investigadores llegan a la conclusión de que “las imágenes visuales tienen un impacto en la imagen corporal mucho más fuerte que cualquier texto que las acompañe”.

Otro estudio en Estados Unidos muestra que, aunque las redes sociales pueden causar estigmas, también pueden servir como un espacio para generar solidaridad, ayudar a las personas a unirse, reducir el aislamiento social y aumentar la conciencia sobre el sesgo sobre los cuerpos (Speroni, 2022). En correspondencia el autor en mención expone otro estudio realizado en España por (Martínez, 2022, citado en Speroni, 2022) donde informa que “Instagram se convirtió en un principal difusor del movimiento body positive, y esto fue necesario e inevitable”, por lo mismo entiende a Instagram como uno de los pilares del movimiento y como lo expone Gonzales (2021) que Instagram desde el año 2012 y en la actualidad es una de las más utilizadas y los usuarios pueden compartir fotos que pueden llegar a todas las redes sociales por todo el mundo”.

Sin embargo, los estudios indican que el movimiento en las redes sociales no es del todo positivo, en este sentido autores como Brathwaite & DeAndrea (2022) concluyeron que “últimamente el movimiento ha dejado de tener el mismo impacto que tenía cuando inicio ya que muchas empresas y usuarios han utilizado este movimiento para mercantilizarlo y tener beneficios económicos para sí mismos”.

Las redes sociales cumplen un papel fundamental para este movimiento ya que en esta generación las personas, más que todo el género femenino ya no quieren seguir cargando con poder tener la aceptación de la sociedad, quieren aceptarse tal cual como son y tener amor propio sin que nadie los juzgue como lo asegura Pineda, y Gómez, (2021) “nuestras generaciones han venido cargando con unas imposiciones que ha creado la sociedad a través de la cultura, claramente existía un vacío y/o necesidad de un movimiento que invitara a la aceptación y amor propio de nuestro cuerpo, actualmente esto es posible gracias al Body Positive que se instauró con un propósito claro, romper todos los estándares y patrones anteriormente creados.” (p. 29). En este sentido las mujeres son un pilar fundamental para este movimiento ya que las marcas usan su cuerpo como un medio publicitario en las redes sociales, más que todo en la industria de la moda y belleza (Flores Chumacero & Melanie Jasmin, 2020, pág. 6).

Este movimiento fomenta la confianza en las consumidoras, puesto que, en el caso de la industria de la moda, al colocar a una mujer "real" con medidas reales, genera una percepción positiva sobre cómo la ropa le podría quedar al cuerpo de una consumidora verdaderamente. (Flores Chumacero & Melanie Jasmin, 2020, pág. 6). Knight (2018) afirma que el aumento de campañas con mujeres reales son necesarias ya que dan un impacto positivo en el autoestima. En ese sentido, diversas marcas han optado por otras medidas para realizar este tipo de campañas. Un ejemplo es la formulación de estrategias en Instagram, y el aumento en el uso de influencers como estrategia, puesto que genera una conexión menos agresiva y más efectiva (Flores Chumacero & Melanie Jasmin, 2020, pág. 7).

Como lo expone Salcedo (2019, citado en Flores Chamucero & Melanie Jasmin en 2020) Desde 2012, “gracias al aumento de popularidad de las plataformas de redes sociales, ha habido una mayor presencia del movimiento. El Body Positive desafió los estándares poco realistas de la belleza femenina como la piel suave, el tamaño del cuerpo y evitar cualquier imperfección. Las redes sociales como Instagram, TikTok y Youtube han sido utilizadas como una plataforma de publicidad para el movimiento. Mayoritariamente son las mujeres con cuerpos no normativos las que utilizan las plataformas para publicar fotos con el fin de desafiar los ideales dominantes de la belleza femenina, incluidas las demandas

para producir una piel suave, que se adhieren a las normas de tamaño corporal y evitan los fluidos corporales. Esto ha sido acompañado a su vez por un aluvión de medios de comunicación que informan al público sobre qué cuentas y medios necesitan en su vida para aumentar la confianza de su cuerpo y cómo ser un cuerpo positivo en Instagram para obtener más amor propio” (p. 7).

Se entiende que este movimiento se ha difundido principalmente a través de las redes sociales, especialmente Instagram. Estas plataformas han sido utilizadas por personas especialmente las de género femenino con cuerpos que no se ajustan a las normas tradicionales de belleza para compartir fotos y mensajes que desafían estos ideales como lo exponen Flores Chumacero & Melanie Jasmin, (2020), “se evidencia que este movimiento tiene gran acogida por el sector femenino, quienes se comprometen con la marca/influencer que promueve este tipo de amor propio” (p. 11).

Estas personas han demostrado valentía al mostrar la belleza en la diversidad, la imperfección y la autenticidad de sus cuerpos. Es importante destacar que este cambio va más allá de las redes sociales. Los medios también juegan un papel importante al enseñar al público qué cuentas y fuentes seguir para aumentar la confianza en sus cuerpos y abrazar la positividad corporal. Este cambio refleja un aumento en la conciencia y la importancia de la salud mental y la autoaceptación, en contraposición a las normas tradicionales de belleza que con frecuencia han llevado a la inseguridad y la presión.

Teniendo en cuenta lo anterior a y en búsqueda de responder el objetivo de la investigación que es identificar las percepciones y creencias construidas por los seguidores del movimiento "body positive" en las redes sociales durante el primer semestre del año 2024 . A continuación se planteará la metodología del presente estudio.

Metodología

La investigación se llevó a cabo utilizando un diseño cuantitativo transversal y análisis de datos textuales, desde la perspectiva de la abducción analítica. Este enfoque permite resumir grandes volúmenes de datos y proporcionar explicaciones para

observaciones inesperadas en eventos sociales novedosos, tal como lo proponen los estudios de Halpin y Norann (2021).

Unidades de análisis

Las unidades de análisis son post's individuales de redes sociales que promueven o discuten el movimiento "body positive". Estos post's pueden incluir texto, imágenes, videos, y las interacciones asociadas (comentarios, likes). Al analizar estos post's se buscará identificar patrones, temas recurrentes y percepciones dominantes que surjan en torno al movimiento Body positive en el contexto colombiano.

A partir de estos post's, se crearon diversos árboles de codificación utilizando las siguientes técnicas:

- Análisis de clúster
- Análisis de correspondencia múltiple
- Análisis de correspondencia por palabra
- Escalamiento multidimensional

Procedimiento de recolección de datos

Durante un período de 3 meses, se recolectaron aproximadamente 150 post's relacionados con el movimiento "body positive" de Instagram, TikTok y YouTube. El análisis se enfocó en los hilos de copys más populares o repetitivos dentro de estos post's para desarrollar códigos iniciales. La selección de estas plataformas se basa en su popularidad y la prevalencia de contenido relacionado con el "body positive".

La información fue recolectada poco a poco en distintas fechas durante un periodo de 3 meses en 2024, principalmente hay post's como los de Youtube que son comentarios de videos los cuales no hay muchos a la actualidad por lo que algunos son de hace unos 7 meses de antigüedad, teniendo en cuenta los de Tiktok y Instagram son post's recientes que se recolectaron en la semana santa, ya que esta semana por lo general las personas están de vacaciones y aprovechan para visitar lugares turísticos como playas, islas, etc. Donde las

personas suelen tomarse fotos en trajes de baño y así mostrar sus cuerpos promoviendo el movimiento.

Criterios de selección

Los criterios tenidos en cuenta para seleccionar como parte de análisis de los post's fueron los siguientes:

- Post's publicados entre fecha inicial y fecha final
- Contenido explícitamente relacionado con el movimiento "bodypositive"
- Mínimo de [300] interacciones entre likes y comentarios (para asegurar cierto nivel de engagement)

Ejemplos de Post's analizados

Youtube

En la plataforma de Youtube se recolectaron diferentes post de los comentarios de varios videos donde hablaban del tema body positive. Algunos ejemplos de estos post son los siguientes:

Figura 1. Post Youtube

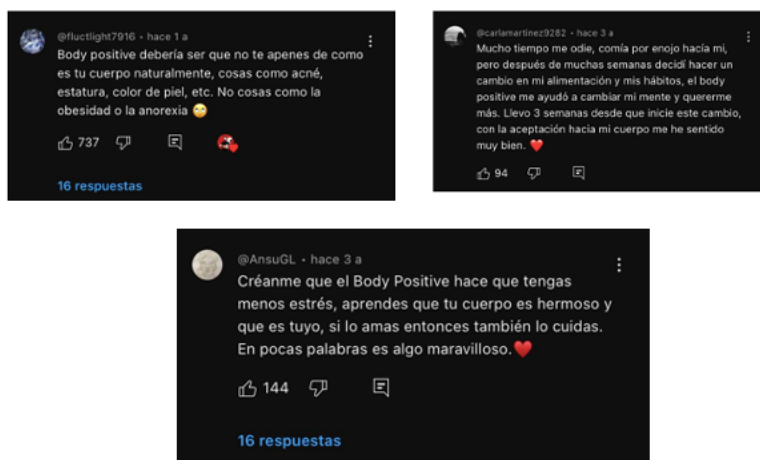


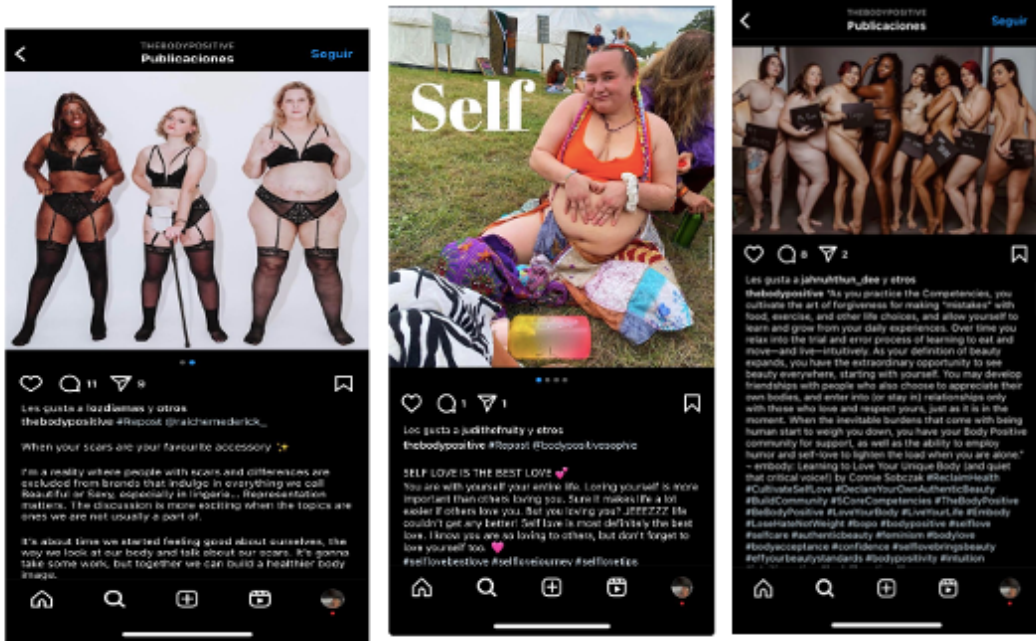
Figura 2. Post Youtube



Instagram

En la red social Instagram fue en la que principalmente se obtuvo mucha información de los distintos post y diferentes cuentas, que promueven este movimiento. En esta red las personas son muy activas y aprovechan cada momento de felicidad o alegría para mostrar hablar sobre este movimiento.

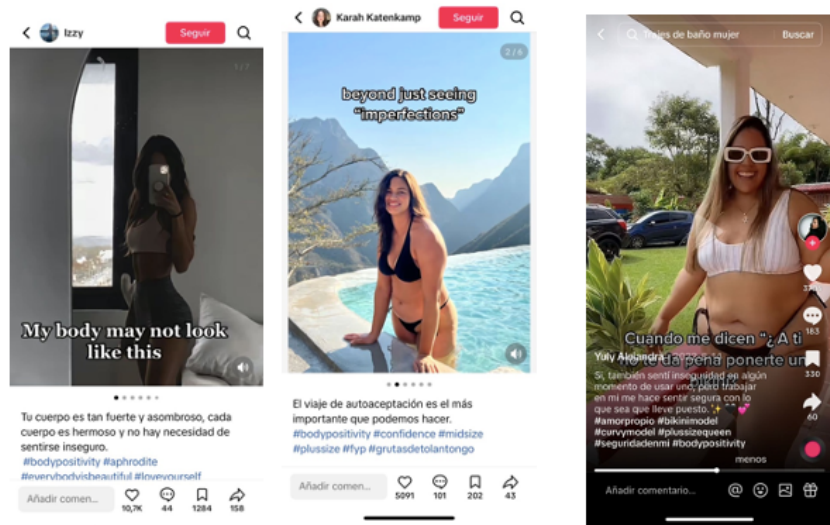
Figura 3. Post Instagram



TikTok

Hoy en día TikTok es una de las redes que tiene mayor fuerza en las tendencias, esta red fue fundamental para recopilar la información y poder diferenciar distintos puntos de vista que se tiene sobre el body positive, aquí las personas que pertenecen a esta comunidad son muy activas y brindan mucha información.

Figura 4. Post TikTok



Resultados

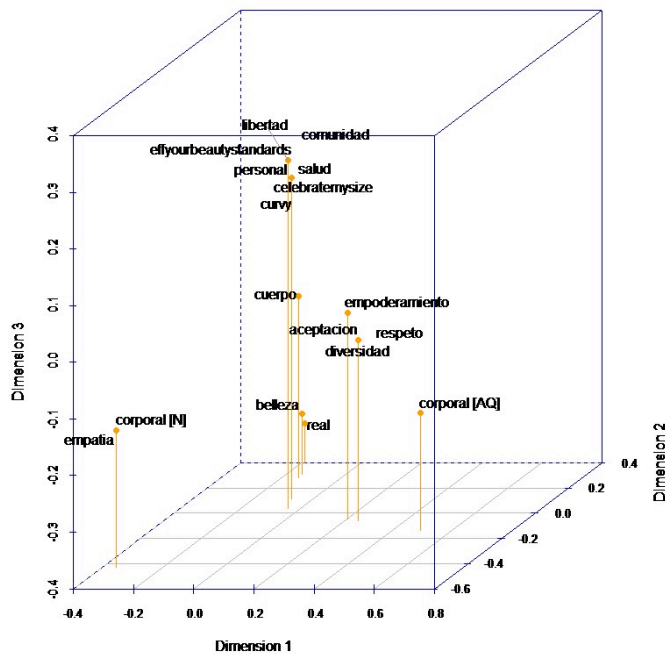
Análisis de datos

Para el análisis que se presenta a continuación se utilizaron: escalamiento multidimensional, el análisis de clúster, análisis de correspondencia por palabras y de correspondencias múltiple. A continuación, se explicara brevemente en qué consisten las técnicas de análisis textual seguido de los gráficos presentados, los cuales ilustran los resultados obtenidos y su interpretación.

Análisis de escalamiento multidimensional

Es un Análisis de Escalamiento Multidimensional (MDS, por sus siglas en inglés) en tres dimensiones. El MDS es una técnica utilizada para visualizar la similitud o disimilitud entre objetos o conceptos en un espacio de pocas dimensiones.

Figura 5. Escalamiento Multidimensional



En este caso, el gráfico representa una configuración tridimensional donde los puntos cercanos entre sí indican conceptos o ideas más similares de los post's, mientras que los puntos distantes representan conceptos o ideas más diferentes o disímiles.

Las tres dimensiones son representadas en los ejes X, Y y Z. Los conceptos o palabras están ubicados en diferentes posiciones dentro de este espacio tridimensional, agrupándose según su similitud percibida.

Algunos de los conceptos que se pueden observar son: "obesidad", "comunidad", "ciudad", "celebratemysize", "envy", "cuerpo", "empoderamiento", "aceptación", "respeto", "diversidad", "belleza", "real", "corporal", "AQI", entre otros.

Las palabras cercanas al origen (0,0,0) como "corporal", "empatía" y "belleza" parecen representar conceptos más neutrales o generales relacionados con el cuerpo y la imagen corporal.

En el cuadrante superior derecho, se encuentran palabras como "obesidad", "cityourbeautystandards" (estándares de belleza de la ciudad), "personal" y "salud", que parecen agruparse en torno a temas de apariencia física, estándares de belleza, y Preocupaciones relacionadas con la salud y el peso.

En el cuadrante inferior derecho, palabras como, "celebratemysize" (celebra mi talla) y "diversidad" sugieren conceptos relacionados con la aceptación de diferentes tallas corporales y el movimiento de imagen corporal positiva.

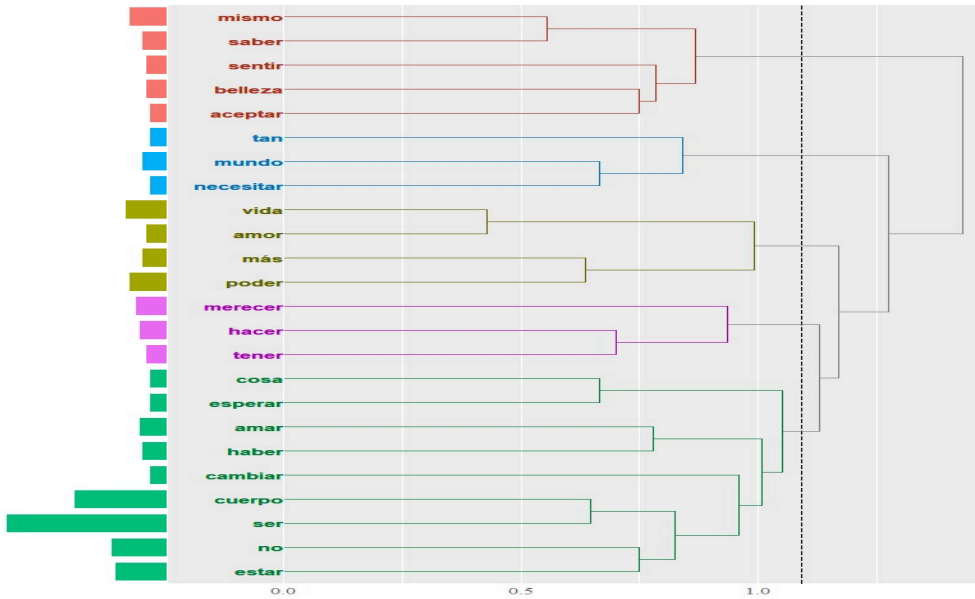
En el cuadrante superior izquierdo, términos como "cuerpo", "empoderamiento", "aceptación" y "respeto" parecen agruparse en torno a ideas de amor propio, confianza y aceptación del propio cuerpo.

Finalmente, en el cuadrante inferior izquierdo, palabras como "real", "corporal [AQI]" (posiblemente un acrónimo) y el punto más alejado del origen podrían representar conceptos más abstractos o diferentes perspectivas sobre la imagen corporal.

Análisis de Cluster

Este gráfico es un dendrograma que representa un análisis de clúster jerárquico. Es una herramienta utilizada en análisis de datos para explorar agrupaciones o patrones dentro de un conjunto de datos. En este caso, parece estar analizando la similitud o relación entre diferentes palabras o conceptos en español.

Figura 6. Análisis de Cluster



El eje horizontal representa la distancia o disimilitud entre los clústeres. Cuanto más a la derecha se encuentren las líneas verticales que unen dos palabras, mayor es la distancia o diferencia entre ellas.

El dendrograma muestra cómo se van agrupando las palabras de forma jerárquica en función de su similitud. Las palabras más similares se unen primero formando un clúster, y luego se van uniendo a otros clústeres en niveles superiores.

Algunas observaciones sobre los clusters:

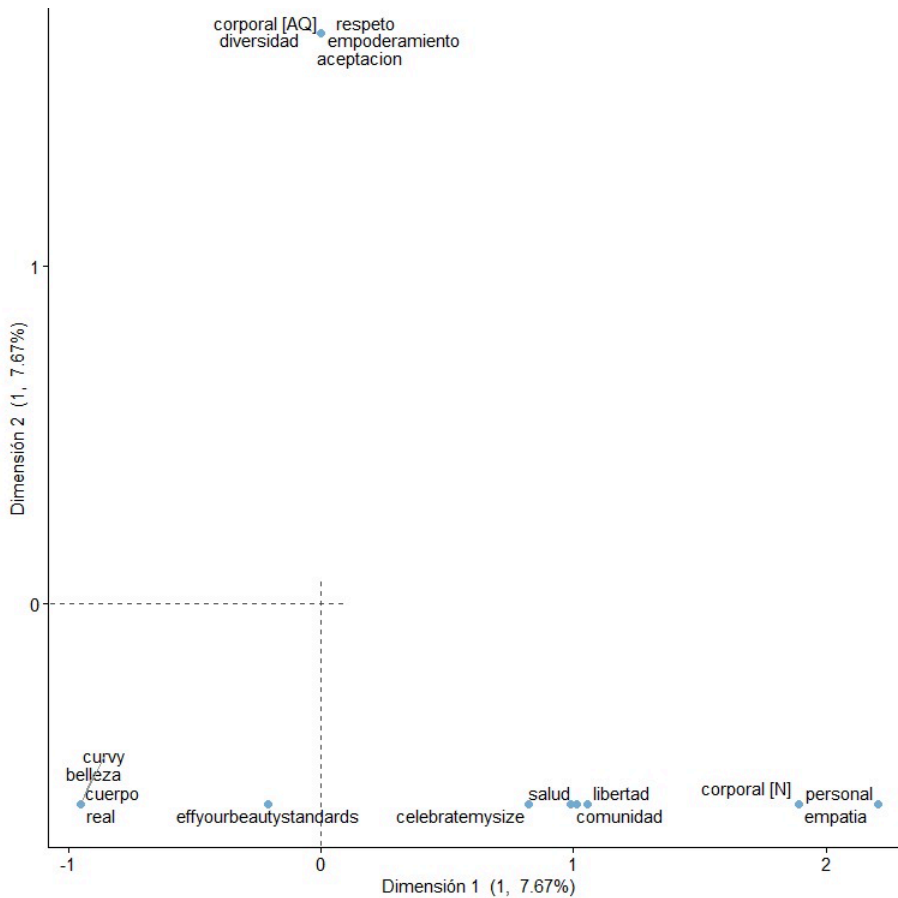
- "mismo" y "saber" son las más similares según el análisis.
- "sentir", "belleza" y "aceptar" forman un clúster próximo.
- "mundo" y "necesitar" también están próximas.

- Términos como "vida", "amor", "poder", "merecer" conforman otro grupo.
- Verbos como "hacer", "tener", "amar", "haber" se agrupan juntos.

Análisis de correspondencia por palabra

Este gráfico representa un Análisis de Correspondencia por palabra, que es una técnica para visualizar las asociaciones entre variables categóricas en un espacio de dimensiones reducidas.

Figura 7. Análisis de correspondencia por palabra



En el eje horizontal (Dimensión 1) se muestra la dimensión principal que captura la mayor variabilidad en los datos. El porcentaje indica que esta dimensión explica el 7.67% de la inercia total (variabilidad).

Las palabras o categorías se posicionan en el espacio de forma que aquellas cercanas entre sí están más asociadas o relacionadas.

Podemos observar algunos grupos o asociaciones:

1. "corporal [AQ]", "respeto", "diversidad", "empoderamiento", "aceptación" parecen estar estrechamente relacionados, posiblemente vinculados a conceptos de aceptación corporal, respeto a la diversidad y empoderamiento personal.
2. "curvy", "belleza", "cuerpo" y "real" forman otro grupo, que podría representar una visión más inclusiva y realista de la belleza corporal.
3. "effyourbeautystandards", "celebratemysize", "salud", "libertad" y "comunidad" se agrupan, sugiriendo un movimiento o comunidad que celebra la libertad corporal y la salud sin estándares de belleza restrictivos.
4. "corporal [N]", "personal" y "empatía" también parecen estar relacionadas, quizás representando una perspectiva más personal y empática sobre la imagen corporal.

Análisis de correspondencias múltiple

Este gráfico es un Análisis de Correspondencias Múltiples, que es una técnica de visualización multivariada que representa objetos (en este caso, palabras o conceptos) como puntos en un espacio de dimensiones reducidas. Permite explorar las asociaciones y patrones subyacentes entre las variables categóricas.

4. Palabras como "Salud mental", "Cuerpo feliz", "Cuerpo real" y "Salud" se agrupan, indicando una relación con la salud física y mental, así como una visión realista del cuerpo.
5. Términos como "cambiar", "Gordo", "Confianza interpersonal" y "mundo" se ubican en el cuadrante inferior, sugiriendo una asociación con la transformación personal y la confianza en uno mismo.
6. Palabras como "necesitar", "merecer" y "tan" se encuentran alejadas de los demás clústeres, lo que indica una menor asociación con los otros conceptos.

A partir de los análisis realizados, se presentan a continuación resultados relevantes para esta investigación, los cuales abordan aspectos clave directamente relacionados con los objetivos principales del estudio.

Percepciones sociales

En el análisis de las publicaciones en redes sociales, especialmente en Instagram, se identificaron patrones clave que revelan cómo se construyen las percepciones sociales en torno al movimiento *Body Positive*. A través de técnicas como el escalamiento multidimensional y el análisis de clúster, se observó que las percepciones sociales están fuertemente influenciadas por la interacción de los usuarios con contenido que promueve la diversidad corporal. Los términos más asociados, como "aceptación", "empoderamiento" y "respeto", indican que el movimiento ha logrado posicionarse como un vehículo para desafiar los estándares de belleza tradicionales. No obstante, también surgieron percepciones críticas, donde se cuestiona la autenticidad del movimiento, especialmente cuando se percibe que ha sido cooptado por intereses comerciales.

Formación de creencias

La formación de creencias en torno al movimiento *Body Positive* está estrechamente relacionada con la manera en que los usuarios interactúan con las narrativas visuales y textuales en las redes sociales. El análisis de correspondencias múltiples reveló que términos como "real", "belleza" y "empoderamiento" están altamente correlacionados con creencias positivas sobre la autoaceptación y la autenticidad corporal. Estas creencias se

fortalecen a medida que los usuarios participan activamente en comunidades que promueven estos valores, como se evidencia en la alta frecuencia de hashtags relacionados. Sin embargo, la formación de creencias también se ve afectada por la exposición a contenidos que, aunque se presentan como parte del movimiento, refuerzan estereotipos de belleza o son percibidos como oportunistas, lo que puede generar disonancia cognitiva entre los seguidores.

Discusión

La investigación sobre el movimiento "*Body positive*" en redes sociales, con un enfoque particular en Instagram, proporciona un análisis detallado de cómo esta plataforma ha facilitado un cambio cultural hacia una mayor aceptación de la diversidad corporal. Instagram, con su enfoque visual y su capacidad para conectar a personas de todo el mundo, se ha convertido en una herramienta poderosa para difundir mensajes de autoaceptación y empoderamiento. Los resultados indican que los usuarios utilizan esta plataforma para compartir historias personales y apoyarse mutuamente en el rechazo de los estándares de belleza convencionales. Estos resultados nos permite discutir con diversos autores del marco teórico para confirmar su teoría.

En este caso Fredrickson y Roberts (1997) argumentan que las mujeres, al internalizar la mirada masculina, tienden a objetivarse, llevando a una vigilancia constante de sus cuerpos. Los resultados de los post's analizados en Instagram muestran que, aunque el movimiento "*Body Positive*" promueve la aceptación y el amor propio, todavía persiste un grado de auto-objetivación. Las palabras clave utilizadas en muchos post's, como "belleza", "aceptación", y "cuerpo perfecto", indican que, si bien se rechazan los estándares de belleza tradicionales, aún se sigue prestando mucha atención a la apariencia física. Esto sugiere una tensión continua entre la autoaceptación y la vigilancia corporal.

Por otro lado temas relevantes en esta investigación como lo es la diversidad y la representación, los autores Pineda y Gómez (2021) subrayan la importancia de representar una diversidad de cuerpos en el movimiento "*Body Positive*". Sin embargo, los análisis

indican que, aunque hay un esfuerzo por incluir cuerpos diversos, persisten ciertos estereotipos. La repetición de términos como "curvas" y "tamaño" sugiere que, aunque se celebra la diversidad corporal, algunos cuerpos todavía reciben más visibilidad que otros, lo que podría limitar el alcance inclusivo del movimiento.

Dentro del marco teórico hablamos sobre estética femenina y basándonos en las teorías de Bartky (2015) y Young (2005) encontramos que ellos critican cómo el patriarcado impone normas restrictivas sobre la estética femenina. Los resultados de este estudio muestran que, aunque el *Body Positive* pretende desafiar estas normas, algunos post's continúan reproduciendo ciertos ideales patriarcales, como la glorificación de la feminidad tradicional. Las palabras y frases relacionadas con "feminidad" y "empoderamiento" reflejan una lucha continua por redefinir estos conceptos dentro del contexto del movimiento.

Temas que hablamos en el marco teórico como el impacto de los medios y la imagen corporal basándonos en las teorías de Tiggeman & McGill (2004), citado en García (2023), exponen cómo los medios de comunicación perpetúan ideales de belleza poco realistas que afectan negativamente la imagen corporal de las mujeres. Los resultados de los análisis de los post's indican que, aunque el "*Body Positive*" busca contrarrestar estos ideales, aún existe una fuerte influencia mediática en cómo los usuarios presentan y perciben sus cuerpos. Palabras como "real" y "auténtico" aparecen con frecuencia, lo que sugiere un esfuerzo consciente por parte de los usuarios para distinguir sus experiencias del contenido mediático tradicional.

Otro de los resultados obtenidos en esta investigación sobre el movimiento "*Body positive*" confirman muchas de las teorías presentadas en la literatura académica. Según Flores Chumacero & Melanie Jasmin (2020), el "*Body positive*" se ha difundido principalmente a través de redes sociales como Instagram, donde las personas, especialmente las mujeres, comparten fotos que desafían los ideales tradicionales de belleza. Los resultados corroboran dicha afirmación, ya que se observó que Instagram es la plataforma principal donde se promueven estos mensajes, y los usuarios la utilizan para compartir sus experiencias personales y desafiar los estándares convencionales de belleza.

Asimismo, Flores Chumacero & Melanie Jasmin (2020) destacan que el “*Body positive*” ha sido bien recibido por el sector femenino, quienes se identifican con el amor propio promovido por el movimiento. También se respalda esta perspectiva, dado que los resultados muestran que los post’s son mujeres y muchas de las participantes expresaron un fuerte sentido de autoaceptación, y apoyo hacia la diversidad corporal.

Otro de los temas claves es lo que expone el autor Speroni (2022) se centra en la idea de que las plataformas digitales, como Instagram, permiten la construcción de una identidad visual que desafía los estándares tradicionales de belleza. Según Speroni, los usuarios participan en la creación de un espacio que, aunque inclusivo en apariencia, aún está influenciado por normas sociales y comerciales preexistentes. Al comparar esto con los resultados, se puede argumentar que, aunque se observa un esfuerzo por incluir cuerpos diversos y desafiar los estándares tradicionales, la presencia continua de términos como "curvas" y "tamaño" sugiere que algunos cuerpos siguen siendo más visibles y celebrados que otros. Esto podría indicar que, a pesar de la intención del movimiento “Body Positive” de ser inclusivo, todavía existen barreras sociales que limitan la verdadera diversidad y aceptación, una conclusión alineada con las observaciones de Speroni

La teoría de Salcedo (2019) sobre el movimiento “*Body Positive*”, que propone la reconfiguración de estructuras sociales para erradicar la discriminación y promover la aceptación de todos los cuerpos, está en gran medida acorde con los resultados obtenidos en este estudio, que muestran una mayor aceptación de la diversidad corporal y un incremento del amor propio entre los usuarios de Instagram que siguen el movimiento. Sin embargo, los resultados revelan diferentes tensiones en cuanto a la autenticidad del movimiento, especialmente cuando se percibe su comercialización, lo que sugiere que el ideal de reconfigurar de las estructuras sociales enfrenta desafíos en la práctica. Esto aporta una visión más matizada y complementa la propuesta teórica de Salcedo, destacando tanto los logros como las limitaciones del Body Positive en el contexto actual de las redes sociales.

Por otro lado, Flores Chumacero & Melanie Jasmin (2020) subrayan la valentía de las personas que muestran la autenticidad y la diversidad de sus cuerpos en estas plataformas, los resultados revelan tensiones dentro del movimiento, especialmente en

relación con la autenticidad. Algunos participantes cuestionan la autenticidad del "body positive" cuando perciben que influenciadores o marcas lo cooptan con fines comerciales. Esto sugiere que, aunque el movimiento ha logrado un cambio cultural significativo, pero aún existen desafíos en mantener su esencia y evitar su comercialización desvirtuada.

Para finalizar la discusión, es relevante destacar que el análisis realizado sobre el movimiento Body positive en las redes sociales, ha ofrecido una perspectiva amplia y profunda sobre cómo este fenómeno cultural ha impactado la percepción de la diversidad corporal. A pesar de los progresos hacia una mayor aceptación y empoderamiento personal, aún persisten ciertas tensiones, especialmente en lo referente a la comercialización del movimiento y su efecto en la autenticidad de los mensajes. Este estudio ha puesto de manifiesto tanto los éxitos como las limitaciones del Body positive, señalando la importancia de un enfoque crítico en futuras investigaciones. Con esto, se da paso a las conclusiones e implicaciones, donde se examinarán las principales contribuciones de este trabajo y su posible influencia en diversos ámbitos, desde el académico hasta el empresarial.

Conclusiones e implicaciones

Los hallazgos resaltan cómo Instagram ha permitido a los usuarios desafiar los estándares de belleza convencionales y promover un sentido de comunidad basado en el amor propio. Sin embargo, se identifican problemas con la autenticidad del movimiento, especialmente debido a su comercialización, lo que indica que, aunque se han logrado avances significativos, aún existen tensiones que podrían afectar su impacto transformador en las estructuras sociales. Esto demuestra la importancia de continuar investigando el movimiento para asegurarse de que se mantenga fiel a sus principios originales en un entorno digital en constante evolución. Sin embargo, la investigación enfrentó ciertas limitaciones, particularmente en la dificultad de identificar perfiles públicos y activos en Colombia que promovieran de manera consistente el *body positive*. En plataformas como TikTok, algunos perfiles respondieron con desconfianza, cuestionando los motivos detrás de las interacciones, lo que afectó la recolección de datos. Esto subraya la importancia de

seguir investigando este fenómeno, profundizando en las dinámicas de confianza y privacidad en las redes sociales, para lograr una visión más integral y representativa.

Diversidad de percepciones

Las percepciones de los usuarios sobre el movimiento "body positive" varían ampliamente. Algunos lo ven como una herramienta crucial para la autoaceptación y la promoción de una imagen corporal saludable, mientras que otros lo critican por no ser inclusivo o por estar comercializado. Esta diversidad de opiniones subraya la importancia de abordar el movimiento con sensibilidad y autenticidad.

Rol de las redes sociales

Las plataformas de redes sociales, especialmente Instagram, son fundamentales para la difusión del "body positive". Estas plataformas permiten una visibilidad sin precedentes de diversas formas y tamaños corporales, desafiando así los ideales de belleza tradicionales. Además, proporcionan un espacio para el activismo y la educación, permitiendo que las personas cuestionen y redefinan los estándares de belleza.

Impacto en la autoimagen

El movimiento ha tenido un impacto notable en la autoimagen de muchos usuarios, promoviendo una mayor aceptación y amor propio. Sin embargo, también ha sido criticado por algunas personas que sienten que no se abordan adecuadamente todas las formas de diversidad corporal. Este punto refleja la necesidad de una representación más inclusiva y equitativa dentro del movimiento.

Implicaciones

Impacto académico

Esta investigación ofrece una visión integral de cómo los movimientos sociales pueden influir en las estrategias de marketing digital. Aprender sobre el "body positive" proporciona a los estudiantes ejemplos concretos de cómo las marcas pueden (o no) alinear sus mensajes con los valores de sus audiencias. Este estudio también destaca la importancia

de la autenticidad y la coherencia en la comunicación de marca, especialmente en un contexto donde los consumidores son cada vez más críticos y conscientes de las intenciones detrás de los mensajes de marketing.

Además, se tiene un enfoque en la segmentación de mercado, ya que muestra cómo diferentes demografías pueden interpretar el mismo mensaje de maneras diversas. Esto es esencial para los estudiantes de marketing, quienes deben aprender a crear campañas que no solo sean inclusivas sino que también resuenen con múltiples segmentos de la población.

Impacto en las organizaciones

Las organizaciones pueden utilizar los hallazgos de este estudio para refinar sus estrategias de comunicación en redes sociales. Es crucial que las marcas que desean asociarse con el "*Body positive*" lo hagan de manera auténtica y con un compromiso genuino hacia la diversidad y la inclusión. Las empresas deben evitar la superficialidad y el oportunismo, ya que los consumidores pueden percibir rápidamente la falta de sinceridad, lo que puede dañar la reputación de la marca.

Además, las organizaciones deberían considerar políticas internas que apoyen estos valores, como prácticas de contratación inclusivas y campañas internas de sensibilización. Esto no solo fortalece la coherencia entre los mensajes externos e internos, sino que también puede mejorar la moral y lealtad de los empleados.

Impacto en el consumidor general

El movimiento "body positive" ha sido un cambio positivo para muchos consumidores, ofreciendo un contrapeso a los ideales de belleza tradicionales y promoviendo la aceptación y el amor propio. Los consumidores que interactúan con contenido relacionado con el "body positive" pueden experimentar una mejora en su autoestima y bienestar emocional, ya que encuentran apoyo y representación en estos espacios.

Sin embargo, el estudio también señala que algunos consumidores siguen siendo escépticos, especialmente cuando perciben que el movimiento está siendo utilizado con

finés comerciales. Esto subraya la importancia de que las iniciativas de "body positive" en las redes sociales sean auténticas y estén verdaderamente alineadas con los valores de inclusión y diversidad. Para los consumidores generales, la representación genuina y diversificada del movimiento puede contribuir a una sociedad más inclusiva y comprensiva, donde todas las formas y tamaños de cuerpos sean valorados y celebrados.

Referencias

- Bazán, C. I., & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5645337>
- Bordo, S. (2001). *Peso insoportable: feminismo, cultura occidental y el cuerpo*. Prensa de la Universidad de California. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5202428>
- Bartky, SL (2015). *Feminidad y dominación: estudios en la fenomenología de la opresión*. Routledge. <https://philpapers.org/rec/BARFAD-2>
- Brathwaite, K. N., & DeAndrea, D. C. (2021). BOPoPRiation: How self-promotion and corporate commodification can undermine the body positivity (BOPO) movement on Instagram. *Communication Monographs*, 89(1), 2546. <https://doi.org/10.1080/03637751.2021.1925939>
- Cohen, R., Newton-John, T., y Slater, A. (2021). El caso de la positividad corporal en las redes sociales: Perspectivas sobre los avances actuales y las direcciones futuras. *Revista de psicología de la salud*, 26(13), 2365-2373. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T. y Slater, A. (2019). #BoPo en Instagram: una investigación experimental sobre los efectos de ver contenido positivo para el cuerpo en el estado de ánimo y la imagen corporal de las mujeres jóvenes. *Nuevos medios y sociedad*, 21(7), 1546-1564. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/195125/TFG_2021_PascaA.pdf?sequence=1
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139-167. <https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=uclf>
- Chumacero Flores, M. J.(2020) La representación del cuerpo de la tendencia Body Positive en la percepción de autenticidad de marca en Instagram.

“ <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653668> “

Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: Culture/Politics/Technology*, 8(2), 36-56. Recuperado de: <https://journals.sfu.ca/stream/index.php/stream/article/view/203>

Fredrickson, BL y Roberts, TA (1997). Teoría de la objetivación. *Psicología de la mujer trimestral*, 21(2), 173-206.

García, L. V. R. (2023). # selfie# anaymia# anaymialife; cuerpos entre etiquetas Pro-Ana, Pro-Mia en Instagram”: Generación de espacios digitales, orientados al favorecimiento de conductas alimentarias no adecuadas (Doctoral dissertation, Tese de Doutorado. Universidad del Rosario Bogotá-Colombia). https://doi.org/10.48713/10336_38619

Galarza, M. L. E. (2023). 1. La acción de inclinarse. L'antropologia importa: Textos en homenatge a Dolors Comas d'Argemir, 115.

Grabe, S., Ward, LM y Hyde, JS (2008). El papel de los medios de comunicación en las preocupaciones sobre la imagen corporal entre las mujeres: un metanálisis de estudios experimentales y correlacionales. *Boletín Psicológico*, 134(3), 460-476. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18444705/>

González Ortiz, N. (2021). Estudio y análisis del movimiento Bodypositive en la red social Instagram. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48703>

Knight, C. (2018). *El Body Positive como fenómeno social a través de Instagram* (Doctoral dissertation, Tesis de maestría, Universidad Camilo José Cela]. Repositorio Académico UCJC. <https://iddigitalschool.com/body-positive-instagram>).

Korsmeyer, C. (2004). *Gender and aesthetics: An introduction*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203646632>

Martínez Sariego, M.M. (2023). No soy musa, soy artista, y de las gordas"; activismo gordo hispánico en Instagram. *Lectora: revista de dones i textualitat*. 28 (Mar. 2023), 327–346.: <https://doi.org/10.1344/Lectora2022.28.18>.

Halpin, M & Norann, R. (2021). An invitation to analytic abduction, *Methods in Psychology*, Volume 5, 2021, 100052, ISSN 2590-2601, <https://doi.org/10.1016/j.metip.2021.100052>.

Pasca, A. G. (2021). La percepción del “Body Positive” en las redes sociales y su impacto entre los jóvenes. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/195125/TFG_2021_PascaA.pdf?sequence=1

Pineda Álvarez, L. F., & Gómez Arboleda, V. (2021). *Body Positive y la idea de cuerpo femenino promovido por las marcas de ropa interior a través de sus productos y campañas*

publicitarias (Bachelor's thesis, Escuela de Arquitectura y Diseño). “
<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/9902> “

Posada Kubissa, Luisa. (2017). Sobre Bourdieu, el habitus y la dominación masculina: tres apuntes. *Revista de filosofía*, 73, 251-257. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602017000100251>

Prada, A. R. F., Sánchez, L. R., & Pacheco, R. C. (2022). # Mereclamomía: representaciones y narrativas en torno al cuerpo femenino de instagrammers# bodypositive. *Clepsydra. Revista Internacional de Estudios de Género y Teoría Feminista*, (23), 196-223.
<https://www.ull.es/revistas/index.php/clepsydra/article/view/4909/3342>

Salcedo, V. H. (2019). El body positive: Una representación social del cuerpo. España.
https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/37444/TFG_SanchezSalcedoVictoriaH.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Speroni, S. M. (2022). Influencers argentinas en Instagram: la militancia del body positive.
“<https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/22987/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Com.%20Speroni,%20Sofia%20Magdalena.pdf>”

Sastre, A. (2014). Hacia un positivismo corporal radical: lectura del “movimiento corporal positivo” en línea. *Feminist Media Estudios*, 14 (6), 929–943.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2014.883420>

Tiggemann, M. y McGill, B. (2004). El papel de la comparación social en el efecto de los anuncios en revistas sobre el estado de ánimo y la insatisfacción corporal de las mujeres. *Diario de Psicología social y clínica*, vol. 23, núm. 1, pág. 23-44.

Wolf, N. (1991). El mito de la belleza: cómo se utilizan las imágenes de belleza contra las mujeres. Nueva York: William Morrow and Company.
https://www.academia.edu/77222225/El_mito_de_la_belleza

Young, I. M. (2005). *On female body experience: "Throwing like a girl" and other essays*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0195161920.001.0001>

Anexos

Anexo A. Tabla de análisis de contenido 1

Palabras	Definicion	Url	Copy de publicaciones	# Likes	# Comentarios
Autoaceptación	Es aceptar y aprobarse a uno mismo y cada una de las partes que nos forman o nos integran, teniendo en cuenta tanto nuestras virtudes y nuestros defectos, ya que todos forman parte de nuestro ser.	https://www.antonimartin.ezpsicologo.com/autoaceptacion/	Mereces alegría en tu cuerpo actual.	446	279

selflove	Es el grado de aceptación, respeto y consideración que sentimos para con nosotros mismos	https://concepto.de/amor-propio/	Estás contigo mismo toda tu vida. Amarte a ti mismo es más importante que que otros te amen. Seguro que la vida es mucho más fácil si los demás te aman. ¿Pero te amas? ¡JEEZZZ la vida no podría ser mejor! El amor propio	399	239
----------	--	---	--	-----	-----

			es definitivamente el mejor amor. Sé que eres muy cariñoso con los demás, pero no olvides amarte a ti mismo.		
Autoestima	Rosenberg la define como un sentimiento que tienen las personas hacia sí mismas que puede ser tanto negativo como positivo. Rosenberg (1965 ; citado en Rojas-Barahona et al., 2009)	https://www.psicoglobal.com/blog/autoestima-que-es	"Mi cuerpo es hermoso con cada ondulación, cada caída, cada estría, cada peca, todas las caídas, bolsas y curvas creadas para mí para traer vida al mundo, acunar vida en mi corazón y derramar amor en cada grieta. ¡Mi cuerpo está hecho solo para que MÍ me mantenga fuerte! ¡Soy HERMOSA porque DEFINO MI PROPIA BELLEZA! ¡Soy absolutamente fabulosa!	510	276

Freethepimple	Amar tu piel		"No estás obligado a cubrir tu piel para usar maquillaje divertido, colorido y brillante. Juega. Diviértete. Sé creativo. Arruina. Sé audaz. Usa base si quieres. Déjalo ser un proceso creativo y una elección para ti mismo. Pero nunca jamás te disculpes ni te sientas mal por no poder estar a la altura del ideal retocado e impecable que muy pocos de nosotros podemos alcanzar"	250	221
BodyPositivity				337	377
Diversidad corporal	Celebrar la variedad de tamaños, formas y colores de los cuerpos.	https://www.instagram.com/thebodypositive/?hl=en		389	284

Cuerpo real	Mostrar cuerpos sin filtros ni retoques, tal como son.	https://www.instagram.com/thebodypositive/?hl=en	Mi cuerpo es aprovecha mi alma. Mi cuerpo merece estar aquí. Mi cuerpo es un cuerpo, todo cuerpo tiene un cuerpo.	166	226
No retocado	Imágenes sin edición digital.	https://www.instagram.com/thebodypositive/?hl=en		570	255
Sin complejos	Abrazar nuestras diferencias sin sentir vergüenza.		¡Prepárate para todas las fotos en bikini que aman el cuerpo!	430	289
Empoderamiento corporal	Fortalecer la confianza y autoestima relacionada con el cuerpo.		Mereces tener citas calientes	160	299
Belleza interior	Reconocer que la belleza va más allá de lo superficial.			364	302
Cuerpo curvy	Celebrar las curvas y formas naturales.			155	376
Cuerpo sano	Enfatizar la salud y bienestar en lugar de la apariencia.		Mereces comer comida deliciosa	316	373
Sin juicio	Evitar criticar o juzgar a otros por su aspecto.			168	255
Respeto corporal	Tratar todos los cuerpos			515	197

	con respeto y empatía.				
Cuerpo único	Aceptar que cada cuerpo es único y valioso.		Mereces reservar el viaje incluso si necesitas reservar 2 asientos	177	290
Cuerpo feliz	Encontrar alegría y satisfacción en nuestro propio cuerpo.		Mereces mover tu cuerpo de una manera que te haga sentir bien, y no como castigo por el tamaño de tu cuerpo	454	345
Cuerpo auténtico	Ser genuino y auténtico en la representación de nuestro cuerpo.			444	324
Cuerpo sin etiquetas	No definirnos por estándares o etiquetas.		Mereces ser parte de los recuerdos y que no te importe cómo luce tu cuerpo en el momento.	167	398
Cuerpo sin vergüenza	Liberarnos de la vergüenza relacionada con la apariencia.			481	375
Cuerpo sin restricciones	No limitarnos por normas impuestas.		Con el tiempo, tu El cuerpo cambiará.	151	364
Cuerpo sin odio	Promover la positividad y evitar el odio		Recuerda lo que tu cuerpo ha hecho por	495	334

	hacia los cuerpos.		ti, y no cómo puedes cambiarlo para que sirva a un estándar de belleza obsoleto.		
Cuerpo sin comparacion es	No compararnos con otros ni aspirar a ser como alguien más.			505	257
Salud mental	La salud mental incluye nuestro bienestar emocional, psicológico y social. Afecta la forma en que pensamos, sentimos y actuamos. También nos ayuda a determinar cómo manejar el estrés, relacionarnos con otras personas y tomar decisiones.	https://www.samhsa.gov/salud-mental#:~:text=La%20salud%20mental%20incluye%20nuestro,o%20tras%20personas%20y%20tomar%20decisiones.	derecho a buscar SALUD sin tener que perder peso para hacerlo	509	311
Confianza interpersonal	Rotter (1967, 1980) definió la confianza interpersonal como la expectativa que tiene un individuo de	https://www.redalyc.org/pdf/2819/281921800004.pdf	Sé brillante, sé tan grande, tan audaz, tan talentoso, tan “extra” como tú. Naturalmente, el mundo	190	204

	que puede fiarse de la palabra, promesa o afirmación verbal o escrita de otro individuo o grupo.		está esperando los regalos que sólo tú puedes darle al mundo. Sé tú mismo, vive en voz alta sin vergüenza ni disculpas. Este mundo necesita que brilles lo más que puedas.		
Belleza real	campana Dove		La belleza consiste en sentirse cómoda con uno mismo. Se trata de saber y aceptar quién eres”.	342	389
Aceptacion corporal	la consonancia entre nuestros defectos y nuestras virtudes y consiste en verse tal y como una es, sin esconder nada	https://anamoralespsicologa.com/que-es-la-aceptacion-corporal/	Es posible que veas tu CUERPO como el obstáculo que te impide alcanzar las cosas. Pero no lo es.	542	386
Tallas grandes				203	372
Cuerpo real	Una persona que acepta su cuerpo, tal cual es, que no controla ni busca una perfección prácticamente	https://maymoron.com/cuerpo-ideal-vs-cuerpo-real/#:~:text=Una%20persona%20que%20acepta%		171	326

	e inexistente, es una persona que se permite ser ella misma.	20su,se%20permite%20ser%20ella%20misma.			
Orgullo	Sentimiento de satisfacción por los logros, capacidades o méritos propios o por algo en lo que una persona se siente con cernida	https://dle.rae.es/orgullo	Se siente bien	333	318
Bienestar	el bienestar es el estado que se alcanza cuando uno se siente y desenvuelve bien en la vida.	https://www.ibo.org/global-assets/new-structure/research/pdfs/what-is-well-being-es.pdf		423	369
Autenticidad	consiste en identificar mi yo subjetivo con lo que objetivamente soy, sin una separación entre lo que soy y lo que quisiera ser.	https://www.ipade.mx/new-media/factor-humano/la-importancia-de-la-autenticidad/#:~:text=La%20autenticidad%20consiste%20en%20identificar,aceptamos%20cuando%20nos%20queremos%20rectamente.		235	238
Inclusion	Pertenecer o ser parte de algo. A veces, este	https://www.cancer.gov/es-panol/publicaciones/diccio		198	248

	término también se refiere a crear un entorno que promueva el sentido de pertenencia de una persona o grupo, de manera que se sienta apoyada, respetada y valorada.	narios/diccionario-cancer/def/inclusion#:~:text=Pertenece r%20o%20se r%20parte%20de,sienta%20apoyada%20C%20respetada%20y%20valorada.			
Liberacion personal	La liberación personal permite ser asertivo, trabajar para transformar lo que no te gusta y tomar decisiones que puedan dar lugar a consecuencias agradables y duraderas	https://lamenteesmaravillosa.com/hacia-la-liberacion-personal/#:~:text=La%20liberaci%C3%B3n%20personal%20permite%20ser,mundo%20tal%20y%20como%20es.	Vive esa buena vida de verano!	419	312
Realidad	La realidad es aquello que acontece de manera verdadera o cierta, en oposición a lo que pertenece al terreno de la fantasía, la imaginación o la ilusión.	https://definicion.de/realidad/#:~:text=La%20realidad%20es%20aquello%20que,es%20lo%20que%20existe%20efectivamente.	Es tu CEREBRO. Son años de condicionamiento de la cultura dietética.	262	244
Valia				271	191

Positividad Corporal			Aprender a aceptar todas las transiciones por las que está pasando mi cuerpo definitivamente ha sido difícil, pero trato de rodearme de pensamientos positivos y personas positivas que me aman y me aceptan en cada etapa por la que ha pasado mi cuerpo.	180	302
Seguridad	estado de ausencia de peligros y de condiciones que puedan provocar daño físico, psicológico o material en los individuos y en la sociedad en general.	https://www.eseopress.com/palabrasclavefronteras/chapter/seguridad/#:~:text=La%20seguridad%20puede%20considerarse%20como,Libre%20y%20exento%20de%20riesgo%E2%80%9D .		562	240
Salud	es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o			450	295

	un grupo u organización.	ext=Presencia%20de%20personas%20con%20diferentes,%2C%20idioma%2C%20ingresos%20y%20formaci%C3%B3n.			
Libertad	facultad o capacidad del ser humano de actuar según sus valores, criterios, razón y voluntad, sin más limitaciones que el respeto a la libertad de los demás	https://www.diarioconstitucional.cl/temas-civicos/libertad/#:~:text=Libertad%20es%20la%20facultad%20o,por%20parte%20de%20otros%20sujetos.	tira los chales y los suéteres cortos de manga corta. Cúbrete los brazos con tatuajes de tus cosas favoritas. Ama esta parte de tu cuerpo que ha estado esperando TANTO tiempo por tu amabilidad. La vida es demasiado corta, tu cuerpo es perfecto tal como está. Y si alguien intenta derribarte, dale una palmada con el ala de murciélago y termina el día. Avergonzar a la grasa es SO 2010.		284
					281

Respeto	preocuparse por el impacto de nuestras acciones en los demás, ser inclusivos y aceptar a los demás por lo que son, incluso cuando son diferentes	https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/respect.html#:~:text=Respetar%2C%20pensar%20y%20actuar%20positivamente,son%2C%20incluso%20cuando%20son%20diferentes.		292	374
Gordo			“No es necesario cambiar para adaptarse al mundo. El mundo necesita cambiar para adaptarse a los cuerpos gordos”.	247	294
Equidad	implica un trato diferenciado en cuanto a situaciones específicas, siempre con el fin de lograr igualdad en el ejercicio de derechos			359	330
Igualdad	La igualdad es el trato idéntico que un organismo, estado, empresa, asociación,	https://www.asamblea.go.cr/ci/ciev/Documentos%20compartidos/VALORES%20-%20PEI%20-		448	319

	grupo o individuo le brinda a las personas sin que medie ningún tipo de reparo por la raza, sexo, clase social u otra circunstancia plausible de diferencia o para hacerlo más práctico, es la ausencia de cualquier tipo de discriminación.	%20Igualdad.pdf			
Transformación				300	240
Apoyo			Estamos rodeados de voces que nos dicen que cambiemos estas cosas, así que si te resulta difícil aceptarlas, no estás solo.	265	257
Gratitud	consiste en apreciar los aspectos (no materialistas) de la vida y la voluntad de reconocer que los demás desempeñan un papel en nuestro	https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/gratitud.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Gratitud%3F,papel%20en%20nue		258	317

	bienestar emocional.	stro%20bienestar%20emocional.			
Empatia	Es la capacidad de percibir, comprender y sentir las emociones que otra persona experimenta.	https://concepto.de/empatia/#:~:text=Es%20la%20capacidad%20de%20percibir,%E2%80%9Cponerse%20en%20sus%20zapatos%E2%80%9D.	"Me tomé tiempo darme cuenta de que nadie miraba una foto mía y la escaneaba en busca de defectos, y si lo hacían, en primer lugar nunca me miraban. Hay poder en liberar los demonios de otras personas y abrir paso a tu propio espíritu."	592	267
Decencia				595	320
Autoexpresión	Según el Dr. O. D"Angelo la autoexpresión personal es: Revelar a los demás nuestra propia identidad, nuestras virtudes y defectos en vías de transformación, pero, también es	https://www.monografias.com/trabajos106/autoexpresion-personal-y-su-tratamiento-orientacion-profesional/autoexpresion-personal-y-su-tratamiento-orientacion-profesional#:~:text=Seg%	"No necesitas nada para ser femenina: pelo largo o corto, pechos, usar vestidos, maquillaje o cualquier otra cosa. Además, ni siquiera tienes que ser femenina. Haces lo que quieres. Lo que necesitas	281	307

	recibir el respeto del resto de la sociedad, sin desconocer los elementos críticos constructivos que se pueden integrar al mejoramiento personal.	C3%BA%20el%20Dr., pueden%20integrar%20al%20mejoramiento%20personal.	es ser quien quieres y en sintonía contigo mismo, eso es todo”.		
Resiliencia	La resiliencia es el proceso de adaptarse bien a la adversidad, a un trauma, tragedia, amenaza, o fuentes de tensión significativas, como problemas familiares o de relaciones personales, problemas serios de salud o situaciones estresantes del trabajo o financieras.	https://www.apa.org/topics/resilience/camino#:~:text=La%20resiliencia%20es%20el%20proceso,estresantes%20del%20trabajo%20o%20financieras.		292	270
Honestidad	La honestidad, hablar y actuar con sinceridad, es más que no mentir, engañar, robar o hacer trampas.	https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/honesty.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Honestida		290	388

	Implica mostrar respeto hacia los demás y tener integridad y conciencia de sí mismo	d%3F,y%20conciencia%20de%20s%3AD%20mismo.			
Empoderamiento Femenino				187	379
Empatia Corporal			Es tu cuerpo, así que ámallo sin cesar.	288	382
Libertad de eleccion	es algo que supone los actos de la deliberación y la decisión, lo cual permite que el ser humano pueda tener la libertad para elegir y llegar a la felicidad.	https://revista.sinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/11059/9938/38858#:~:text=La%20libertad%20de%20elecci%C3%B3n%20es,y%20llegar%20a%20la%20felicidad.		360	198
Coraje				241	378
autodeterminacion	capacidad para tomar decisiones sobre nuestras identidades y nuestro futuro, definir por nosotros mismos quiénes somos y quiénes deseamos ser sin el control	http://www.midecision.org/modulo/eleccion-autonomia-autodeterminacion/#:~:text=Autodeterminaci%C3%B3n%20hace%20referencia%20a%20nuestra,de%20personas%20o%20fuerzas%20externas.		552	224

	de personas o fuerzas externas.				
Tolerancia	La tolerancia significa el respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias, así como el reconocimiento, la aceptación y el aprecio al pluralismo cultural, a las formas de expresión, a los derechos humanos de los demás	https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-05/32-DH-tolerancia.pdf		182	205
Desafío de normas				538	333
Defensa				319	374
Solidaridad	La solidaridad es una virtud porque a través de ella nos mostramos unidos a otras personas, compartiendo sus intereses, inquietudes y necesidades,	https://worldvisionamericalatina.org/blog/pporque-la-solidaridad-es-una-virtud-y-como-explicarla-a-los-ninos#:~:text=La%20solidaridad%20es		566	237

	sin necesariamente tener un lazo afectivo que los una.	%20una%20 virtud%20po rque%20a%2 0trav%C3% A9s%20de% 20ella,mano %20amiga% 20en%20su% 20vida.			
Representación				571	265
Autocuidado				547	334
#NoaLosEstándares				482	340
Plenitud				414	240
Valoración				364	307
Inspiración				273	283
Motivación	La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta de la persona hacia metas o fines determinados	https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-10-18/que-es-la-motivacion-y-que-podemos-hacer-para-aumentarla-todos-los-dias_42710/#:~:text=La%20motivaci%C3%B3n%20es%20un%20estado,en%20ellas%20para%20su%20culminaci%C3%B3n.	Honrarte a ti mismo y tu recuperación debe ser tu máxima prioridad	581	274
Derechos Humanos	Son el conjunto de derechos y libertades fundamentales	http://www.tfca.gob.mx/es/TFCA/cbDH#:~:text=%C2%BFQU%C		291	283

	s para el disfrute de la vida humana en condiciones de plena dignidad	3%89%20SON%20LOS%20DERECHOS%20HUMANOS,de%20pertener%20al%20g%C3%A9nero%20humano.			
aceptacion	La aceptación es la capacidad para asumir la vida, tal como es, significa aceptar la realidad, con situaciones agradables o desagradables, sin intentar cambiar o combatir aquello que no podemos controlar.	https://www.areahumana.es/aceptacion-aceptar-la-realidad/#:~:text=de%20autorregulaci%C3%B3n%20emocional.-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20aceptaci%C3%B3n%3F,adaptaci%C3%B3n%20(nono%20de%20lucha).	Podemos trabajar hacia la aceptación a pesar de lo que el mundo ha tratado de decirnos si es "correcto" o no.	317	381
Cambio	es la acción de transformar una cosa en otra, abandonar una cosa o situación por otra, o intercambiar alguna cosa por otra que se considera de un valor semejante.	https://concepto.de/cambio-2/#:~:text=Cambio%20clim%C3%A1tico.-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20cambio%3F,considera%20de%20un%20valor%20semejante.	Ni yo estoy preparada para verme así	431	311
compasion	es el deseo de actuar para evitar el sufrimiento	https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-	No es ninguna vergüenza admitir ante	193	218

	de otras personas cuando se enfrentan a él.	skills/compasion.html#:~: text=La%20compasi%C3%B3n%20permite%20la%20bondad,cuando%20se%20enfrentan%20a%20%C3%A9l.	ti mismo (y ante los demás) si estás pasando por un momento difícil.		
Compromiso				304	224
Admiracion				217	302
Crecimiento	El crecimiento es definido como un proceso a través del cual la persona genera construcciones integradoras cada vez más complejas sobre su realidad interior (individual) y exterior (social) que le significan cambios positivos como ser humano.	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8654436#:~: text=El%20crecimiento%20es%20definido%20como,cambios%20positivos%20como%20ser%20humano.		350	380
Visibilidad				274	198
Comunidad	Una comunidad es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en	%20e		554	256

	común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio, por ejemplo), estatus social o roles.	status%20social%20o%20roles.			
Conexión				482	241
Esperanza	es una actitud o un estado de ánimo realista pero optimista, la creencia de que un cambio positivo es posible y la voluntad de establecer y trabajar para conseguir objetivos.	https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/hope.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Esperanza%3F,y%20trabajar%20para%20conseguir%20objetivos.		438	339
Alegria	es una emoción que causa una sensación de satisfacción y gozo que se experimenta después de un logro personal, grupal o ajeno.	https://www.humanidades.comunidad.unam.mx/diccionario-de-las-emociones-la-alegria/#:~:text=La%20alegr%C3%ADa%20es%20una%20emoci%C3%B3n,y%20en%20lo		294	300

		%20que%20hacemos.			
Fortaleza	es una virtud que permite al individuo enfrentar, soportar y vencer los obstáculos que van en contra del bien y de su parte espiritual	https://www.significados.com/fortaleza/#:~:text=La%20fortaleza%20es%20una%20virtud,que%20siente%20en%20determinadas%20situaciones.		572	399
Reconocimiento	reconocimiento nos referimos usualmente al agradecimiento público, notorio y formal de los talentos, esfuerzos o rasgos resaltantes de alguien, o bien la expresión pública y formal de agradecimiento por un favor o beneficio recibido, o algún logro celebrado.	https://concepto.de/reconocimiento/#:~:text=Reconocimiento%20militar,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20reconocimiento%3F,recibido%20o%20alg%C3%BAn%20logro%20celebrado.		283	397
Transparencia				336	322

Superacion	es un proceso de transformaci3n mediante el cual una persona adopta nuevas formas de pensamiento para desarrollar nuevos comportamientos y actitudes.			338	390
Valentia				377	398
Identidad	Es el conjunto de caracteristicas que definen a un individuo y le permiten reconocerse a s3 mismo como un ente distinto y diferenciado de los dem3s.	https://concepto.de/identidad-personal/#:~:text=e%20identidad%20social,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20identidad%20personal%3F,y%20diferenciado%20de%20los%20dem%C3%A1s.		547	311
Comprension				215	191
Rompiendoes tereotipos				414	225
Renacimiento personal			Me niego a pasar m3s de mi vida odi3ndome a m3 mismo y a mi cuerpo. La vida es hermosa y merezco	186	252

			disfrutarla como todos los demás. Mereces amor, alegría y paz en cualquier cuerpo. Tu peso nunca dictará tu valor o belleza.		
Autoconciencia				421	569
Generosidad emocional				371	293
Felicidad			la vida está destinada a ser vivida, está destinada a ser disfrutada... así que no pierdas ni un minuto más esperando que tu vida comience, esperando hasta que tengas un cierto tamaño o esperando encontrar el amor. Vive tu vida por ti y haz las cosas que enciendan tu niño interior y te hagan sentir feliz.	2931	479
Comunidad inclusiva				222	579
Autoperdon				311	551

Autoafirmación				233	432
#EffYourBeautyStandards	Fundada por la modelo de talla grande y defensora del body positive, Tess Holliday, esta etiqueta celebra todo tipo de cuerpos	https://www.bustle.com/articles/79764-11-empowering-body-positive-hashtags-that-inspire-us-to-love-our-bodies-and-everyone-elses-too		400	250
#HonorMyCurves	Creada por Honorine, esta etiqueta comparte experiencias personales y fomenta la aceptación de las curvas			301	269
#CelebrateMySize	Esta etiqueta, creada por Plus Model Magazine, celebra las curvas y la diversidad corporal			309	287
#TCFStyle:	Enfocada en la moda de tallas grandes			320	150
#AlternativeCurves	Destaca la belleza en todas sus formas y tamaños			500	252
#DareToWear	Invita a desafiar las normas y expresarse a			490	299

	través de la moda				
#AndIGetDressed	Promueve la confianza y la creatividad en la elección de la ropa			400	300
#SkorchMagazine	Relacionada con la revista Skorch, que celebra la moda plus-size.			1000	699
#GorditosYBonitos			Yo forzando el amor propio después de lidiar con mi gordofobia interior y recordarme a mí misma que soy esa perra"	2000	589
#fitfam			Las de complexion grande y yo	502	124
#bopo				640	212
#sexy				329	424
#celebratemysize				327	321
#style				539	100
#positivity				412	112
#mentalhealthawareness				410	121
#plussizestyle				532	442
#plussizebeauty				765	212
#allbodiesaregoodbodies				533	443
#bodyacceptance			Aprendamos amarnos tal y como somos	670	333

#explorepape				2124	688
#curvyfashion				432	130
#womenempowerment				421	146
#bodytransformation			tu cuerpo es tan fuerte y sorprendente	654	323
#loveyourbody			"No seré otra flor, recogida por su belleza y dejada morir. Seré salvaje, difícil de encontrar e imposible de olvidar."	414	347
#fitnessjourney				321	244
#photography				894	453
#mentalhealth				876	222
#curvygirl			Esos ángulos poco favorecedores aunque	457	313
#fitnessmotivation			Tiempo, disciplina, paciencia y muchas ganas	436	323
#bodybuilding				675	200
#plussize				635	260
#loveyourself				363	158
#plussizefashion				343	140
#healthylifestyle				543	214

#weightloss			mucho más que puedes ver	512	111
#weightlossjourney			Son cositas que nos alejan	432	238
#bbw				532	403
#curvy			soy la muñeca Barbie de tus sueños	432	223
#selfcare				343	301
#fitness				633	345
#effyourbeautystandards				543	211
#bodygoals				645	222
#beauty				532	334
#workout				323	211
#model				123	100
#effyourbeautystandards				344	170
#bodyimage			"Cuando el ambiente era 'tírate al pavimento sucio y posa'".	532	231
#youmatter				290	190
#gordibuenas			Soy gorda y claro que... te han dicho que no puedes usar algo en específico?	313	201