



De la descripción física a la discriminación social. El discurso en torno a la gordura

From physical description to social stigma. The discourse on fatness

Brenda Vargas-Vega

Universidad Autónoma de Querétaro

Diana Lozano Mondragón

Universidad Autónoma de Querétaro

Abstract

In Mexico and around the world, the Spanish term gordo/a extends beyond mere physical description and health-related discourse. This study identifies the referents of the Spanish lemma gordo and its diminutive gordito, including their gender and number variants, with a particular focus on the connotations when referring to people from a gender perspective. Using data from Mexico sourced from an online news corpus, findings reveal that gordita(s) and gordito(s) are more associated with food and body parts respectively, while gorda/o is linked to locations and non-literal usages. Drawing on Feminist Poststructuralist Discourse Analysis, the study establishes that fatness is not limited to health concerns; diminutives are rarely used for mitigation or affection; and pejorative usage occurs more frequently with feminine forms. The conclusion asserts that the lemma gordo holds significant semantic complexity and that fatphobic discrimination is unequally distributed by gender.

Keywords: Discourse Analysis, feminism, fatness, digital platforms.

Resumen

En México y el mundo, la palabra gordo/a trasciende la mera descripción física y el sanitarismo. En este estudio, se identifican los referentes del lema gordo y su diminutivo gordito con sus variantes de género y número poniendo especial atención a las connotaciones relativas a personas desde una perspectiva de género. Con datos de México extraídos de un corpus de noticias en línea, los resultados revelan que gordita(s) y gordito(s) se asocian con comida y partes del cuerpo, respectivamente mientras que gorda y gordo se vinculan a lugares y usos no literales. Con apoyo del Análisis del Discurso Feminista Posestructural, se establece que la gordura no se limita a cuestiones de salud; que los diminutivos se utilizan poco para mitigar o expresar cariño; y que los usos peyorativos ocurren con más frecuencia en formas femeninas. Se concluye que el lema gordo tiene una riqueza semántica importante y que existe una disparidad en la discriminación gordofóbica según el género.

Palabras clave: Análisis del Discurso, feminismo, gordura, medios digitales.

Citar como: Vargas-Vega, Brenda; Lozano Mondragón, Diana (2025). De la descripción física a la discriminación social. El discurso en torno a la gordura. Normas, 15(1), 1-18, doi: [10.7203/Normas.v15i1.29658](https://doi.org/10.7203/Normas.v15i1.29658).

1. Introducción

La definición de *gordo* relativo a personas se describe como «de abundantes carnes» (Real Academia Española, s.a.) o «que tiene más volumen, es más grueso o más ancho de lo normal» (El Colegio de México, s.a.). Sin embargo, en el contexto social, la gordura trasciende la mera descripción física. En el sector salud, la obesidad se trata como un problema sanitario prevenible y reversible, y las campañas de concientización, enfocadas en los riesgos para la salud y en promover un «estilo de vida saludable», con frecuencia representan al cuerpo gordo como «enfermo y discapacitado» (Soto Villarruel, 2021). Según la misma autora, esta patologización de la gordura refuerza al cuerpo gordo como un «símbolo de fracaso», lo que lleva a las personas gordas a experimentar problemas de salud emocional y opresión por ser víctimas de la estigmatización social. Desafortunadamente, estos aspectos no son considerados en las campañas de concientización.

Ante este panorama, surge la necesidad de explorar las connotaciones asociadas a la familia léxica del lema *gordo*. Considerando que estudios previos han demostrado que la gordura es un tema profundamente vinculado al feminismo y que el activismo gordo ha encontrado en los medios digitales un espacio clave para su desarrollo, este trabajo se fundamenta en las aportaciones del Análisis del Discurso Feminista Posestructural utilizando datos extraídos de un corpus de noticias en línea.

Los objetivos del estudio son i) identificar los referentes de la base léxica *gord-* cuando se le añade el sufijo femenino *-a* en contraste al masculino *-o* en sus formas singulares, plurales y diminutivas y ii) analizar las connotaciones que estos términos adquieren cuando se refieren a personas. Este segundo objetivo permitirá reconocer las asociaciones que se construyen en torno a la gordura en México y detectar el porcentaje de usos eufemísticos, neutros y peyorativos de los términos cuando se aplican a mujeres, hombres o ambos sexos.

El artículo comienza con una introducción al concepto de *gordofobia* y la presentación de algunos hallazgos clave de trabajos previos en torno a la gordura. A continuación, se detalla la metodología y se exponen los resultados obtenidos, los cuales se analizan de manera individual. Finaliza con una reflexión crítica sobre cómo el lenguaje refleja el imaginario y la dinámica social.

2. Antecedentes

2.1. Sobre la *gordofobia* y los movimientos sociales

Según el Instituto de Salud para el Bienestar del Gobierno de México (2022), «la obesidad es una enfermedad crónica, progresiva, en la cual una persona acumula una cantidad excesiva de grasa corporal que puede ser perjudicial para su salud». Cada 4 de marzo se conmemora El Día Mundial contra la Obesidad con el fin de aumentar la conciencia sobre esta condición, luchar contra el estigma del peso y promover hábitos saludables en la población. Se han implementado campañas nacionales como *Chécate, mídete, muévete* en 2013 y *¿Qué te estás tragando?* en 2020 con el propósito de prevenir y combatir la obesidad y el sobrepeso. No obstante, autores como Sánchez Reina y Brito Fuentes (2016: 641) consideran que este tipo

de campañas, a partir de «relatos redundantes e idealizados», reducen la alimentación a su aspecto biológico y estigmatizan la obesidad. En particular, la campaña de 2020 no solo reforzaba la dicotomía de salud y enfermedad, sino que también aludía a nociones de gordura y delgadez, limpieza y suciedad, así como conciencia cívica y egoísmo (Méndez Cota y Cosío Barroso, 2022).

En este contexto surge la gordofobia, definida como el rechazo hacia los cuerpos gordos, que a menudo se manifiesta en discursos médicos, publicitarios y culturales que perpetúan la noción de que la gordura es inherentemente negativa, peligrosa y poco saludable. El sanitarismo, por un lado, estigmatiza la gordura como la «antítesis de salud» (Soto Villarruel, 2021), mientras que los medios de comunicación y las industrias de la moda y la belleza, por el otro, capitalizan esta imagen para alimentar el imaginario colectivo que margina a las personas gordas, especialmente mujeres, relegándolas a la categoría de lo «anormal» y, en muchos casos, invisibilizándolas por completo (Sacaraboto y Fisher en Limatius, 2018). Este estigma, basado en estándares de belleza que glorifican la delgadez, legitima diversas formas de violencia, como la violencia estética, un mecanismo de control simbólico que dicta cómo deben lucir los cuerpos femeninos (Quintero en Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México [COPRED], 2023). En consecuencia, las mujeres gordas son deshumanizadas y reducidas a objetos cuyo único interés es la comida, lo que refuerza el odio hacia quienes habitan cuerpos no normativos (Rosso, 2014).

El *gordoodio*, a diferencia de la *gordofobia*, se manifiesta como una actitud intencional de rechazo y daño hacia las personas gordas, y afecta de manera distinta a hombres y mujeres; en los hombres, la gordura se perdona cuando se tiene poder adquisitivo, mientras que las mujeres son castigadas, consideradas no merecedoras de afecto ni de validación social (Bülle en COPRED, 2023). En referencia a esto, Rosso (2014) habla de *gordafobia*, un término que describe una violencia específica dentro del sistema patriarcal, dirigida principalmente hacia las mujeres gordas. No es solo un rechazo superficial a la gordura, sino un mecanismo que perpetúa una violencia desproporcionada hacia ellas.

Como respuesta a esta marginalización y violencia que viven las personas gordas por el hecho de serlo, surge el activismo gordo, que Charlotte Cooper (2008) divide en tres olas en homenaje al feminismo. La primera, presente principalmente en Estados Unidos durante los años sesenta, desafió la percepción médica de la gordura como enfermedad y sentó las bases del movimiento. La segunda, en los años noventa, resaltó la importancia de una representación positiva en los medios. Además, durante este período surgió la organización *The Body Positive* en 1996, con el objetivo de combatir los trastornos alimenticios y replantear la imagen negativa del cuerpo impuesta por los estándares de belleza (Sánchez Salcedo, 2019). La tercera ola, vigente desde el año 2000, cuestiona los paradigmas dominantes y lucha por la justicia social en torno a la gordura. Los movimientos sociales que surgen en esta etapa han encontrado gran impulso en redes sociales, sobre todo el *Body Positive*, o *Positividad Corporal*, que desafía los estándares poco realistas de belleza femenina y promueve la aceptación de todos los cuerpos (Soto Villarruel, 2021; Sánchez Salcedo, 2019). Según Torres Ríos (2023: 15), el *Body Positive* busca «visibilizar lo que es normal» y normalizarlo, es decir, promover el amor propio y la aceptación de todos los tipos de cuerpos.

En 2015, Anne Poirier popularizó el concepto *Body Neutrality* o *Neutralidad Corporal*, como alternativa al enfoque del *Body Positive* (Cowles, 2022). En contraposición a la idea de amar el cuerpo sin importar su apariencia, la Neutralidad Corporal enfatiza el funcionamiento del

cuerpo por encima de lo estético. Este movimiento busca liberar a las personas de la presión de tener que mantener una actitud de amor constante hacia su cuerpo, la cual puede resultar en un deterioro de la salud mental (Menares, 2021). Un movimiento menos conocido es *Health at Every Size* o *Salud en Todas las Tallas*, creado por una organización norteamericana en el año 2003. Este movimiento desafía el paradigma pesocentrista que, de forma arbitraria, utiliza las medidas corporales como criterio de clasificación y jerarquización social. Frente a esta lógica discriminatoria, se vuelve fundamental construir una perspectiva antigordofóbica centrada en el respeto y trato digno de cada individuo sin importar su talla (Mancuso y otros, 2021; Mateu Carril, 2022).

2.2. Lenguaje como medio para (re)producir construcciones sociales

En los estudios de Análisis del Discurso, el lenguaje se reconoce no solo como una forma de comunicación, sino también como una práctica social que crea, reproduce y refleja construcciones sociales. Por tal razón, este tipo de análisis requiere de textos orales o escritos que muestren lo que los hablantes realmente dicen o escriben.

Uno de los enfoques para analizar datos orales es el Análisis Conversacional que, como su nombre sugiere, se basa en transcripciones de conversaciones para realizar un microanálisis del texto donde se pone énfasis en los datos lingüísticos sin considerar aspectos políticos, étnicos o sociales. Dichos elementos, sin embargo, son parte esencial del Análisis Crítico del Discurso (CDA de aquí en adelante por sus siglas en inglés) que, motivado por el interés en las desigualdades sociales, adopta una postura macroanalítica que atiende el entorno social en que se emplea el lenguaje y focaliza su atención en develar las relaciones de poder que emergen a través del discurso.

El CDA ha evolucionado en varias ramas, dos de ellas son el Análisis Crítico del Discurso con Enfoque Feminista y el Análisis del Discurso Feminista Posestructural (FPDA de aquí en adelante por sus siglas en inglés), donde el género se valora como una variable importante. Baxter (2010) explica que el FPDA comparte con el CDA la concepción del lenguaje como práctica social y su relación con el poder, pero a diferencia del CDA, que tiende a polarizar a los sujetos en más poderosos y menos poderosos, el FPDA asume que las identidades de género son complejas y cambiantes, y fluctúan entre posiciones de poder y de vulnerabilidad. Asimismo, el FPDA rechaza la dicotomía de microanálisis y macroanálisis, sugiriendo que su combinación enriquece las investigaciones.

Este trabajo atiende el fenómeno de la gordura enmarcado en esta última corriente. Por una parte, reconoce las múltiples formas de discriminación y exclusión que afrontan las personas gordas en diversos contextos; por ejemplo, al encontrar asientos pequeños y baños estrechos en lugares públicos como restaurantes, teatros, escuelas o aviones. Por otra parte, la perspectiva de género de este enfoque permite identificar los distintos significados psicológicos y sociales que se le atribuyen a la gordura según se trate de hombres o mujeres.

Los estudios de Análisis del Discurso han diversificado su manera de obtener datos de textos reales. Hoy en día no es extraño encontrar estudios basados en blogs, tuits y otros medios electrónicos que permiten observar cómo se construyen y refuerzan ciertas ideologías. A continuación, se resumen algunos hallazgos de estudios referentes a la gordura en mujeres. En todos ellos se vislumbra que, en el imaginario social de hablantes de varias partes del

mundo, la gordura no es solo un atributo físico, sino una característica que somete a las personas a ser víctimas de marginalización, discriminación o, incluso, violencia.

En su estudio sobre la industria de la moda en el Reino Unido, Limatius (2018) analizó cómo las blogueras de tallas extra construyen su identidad a través de las palabras que utilizan para describir sus cuerpos. La autora dividió los blogs en tres categorías: i) activistas (*fat activists*), que usan la moda como herramienta de empoderamiento y reflexión sobre la igualdad; ii) amantes de la moda (*fashionistas*), enfocadas en las tendencias e integradoras de la talla como parte de su identidad; y iii) versátiles (*all-rounders*), cuyos blogs abarcan diversos aspectos del estilo de vida. El análisis se centró en el uso de los términos *fat* (gorda), *plus-size* (de talla extra) y *curvy* (curveada) encontrando que el grupo de las activistas usan principalmente la palabra *fat*, las *fashionistas* prefieren el término *plus-size* (ambos grupos evitando el término *curvy*), mientras que las blogueras versátiles recurren poco a cualquiera de los tres términos. Más allá de los datos cuantitativos, es importante ver la realidad que los blogs reflejan, como en los siguientes ejemplos, cuya traducción al español aparece entre corchetes:

(1) *I am plus size, fat, curvy, big, heavy, plump, chubby... however you want to put it is fine by me. Because I accept that I am me...* [Soy talla extra, gorda, curveada, grande, pesada, rechoncha, rellenita... como quieran decirlo, por mí está bien. Porque me acepto tal y como soy...] (Blog 20).

(2) *Being in a fat body is undoubtedly political. Whether we like it or not, daring to leave the house in a fat body can be like entering hostile territory...* [Estar en un cuerpo gordo es, sin duda, un acto político. Nos guste o no, atreverse a salir de casa con un cuerpo gordo puede sentirse como entrar en territorio hostil...] (Blog 2).

(3) *for the love of all things please do NOT say that I'm curvy. I do not take it as a compliment because I am not/do not view myself to be curvy...* [...por favor, por lo que más quieras, no me llames curveada. No lo tomo como un cumplido porque ni lo soy ni me veo de esa manera...] (Blog 11).

Para el presente trabajo, el ejemplo (1) muestra aceptación, el (2) activismo y un sentido de comunidad al usar la primera persona del plural *we*, mientras que en (3) se observa la palabra *curvy* como término eufemístico.

Otro trabajo que explora la construcción identitaria de mujeres gordas, pero con énfasis en cuestiones raciales, es el de Williams (2017), quien usa el Análisis Crítico del Discurso Tecnocultural basando sus observaciones en imágenes y conversaciones publicadas por usuarios en la página de Tumblr *Fat People of Color*. La autora retoma la postura de que «la gordura es un tema feminista», pero destaca que se aborda principalmente desde la perspectiva de mujeres blancas y de cierto nivel socioeconómico, lo que implica una discriminación adicional ya sea por raza y/o poder adquisitivo. Con base en estudios previos, Williams relata que los hombres que se sienten atraídos por mujeres gordas esconden su atracción frente a sus amigos, y que los hombres gordos experimentan menor opresión que las mujeres gordas. Además, reporta que ellas son prácticamente inexistentes en los medios de comunicación y, cuando aparecen, sus roles suelen estar asociados a características negativas. Al igual que Limatius (2018), Williams reconoce que gran parte del activismo gordo se lleva a cabo en medios digitales. Sin embargo, añade que los estándares de belleza vinculados al peso o tamaño corporal varían entre mujeres blancas y mujeres de piel oscura.

Rosso (2014), quien también usa plataformas digitales para su investigación, examinó la violencia contra mujeres gordas por medio de *Trending Topics* en Twitter. La autora retoma a Giménez al mencionar que el lenguaje, por sus propiedades performativas, no solo refleja ideologías, sino que también las refuerza y materializa. Su estudio resalta una constante que se ha observado a lo largo de esta breve revisión bibliográfica: la gordura en mujeres no es un tema relacionado únicamente con la salud. Al comparar los términos *gorda* y *gordo*, Rosso notó una mayor frecuencia del primero y una carga más negativa en su uso, mientras que el segundo aparecía en contextos más afectuosos. La autora analizó los primeros quince tuits vinculados a los hashtags #VentajasDeSerGorda, #AdiósGordas y #LasGordasDeberíanTenerProhibido, así como los primeros quince tuits que contenían una descripción sobre las gordas. Con esto, creó categorías recurrentes como descalificación estética, hipersexualización, repulsión, compulsión alimentaria y cosificación, en donde se les compara con animales u objetos. Pese a que el artículo no detalla las fuentes de los tuits, los siguientes ejemplos resultan útiles para ilustrar esta violencia:

- (4) Las gordas son como las copas de Bacardi; si en la peda no hay otra cosa, te las chingas.
- (5) Las gordas tienen que ser forzosamente putas y fáciles si es que no quieren morir vírgenes.
- (6) En Halloween solo te pones una calceta gris en la cara y ¡LISTO! Ya eres un elefante.
- (7) Si yo tuviera lana como Slim, armaría un grupo de sicarios para ir matando gordas vestidas de flacas, feos y así.
- (8) Mi única ventaja es que al menos no me van a querer violar por puro asco.

En sus conclusiones, Rosso cuestiona el uso de la salud como pretexto para justificar la agresión hacia cuerpos gordos y argumenta que el rechazo responde más bien a una incomodidad estética. Advierte, además, que la deshumanización, reforzada por estereotipos como la glotonería, legitima la violencia simbólica e incluso física, como se observa en los ejemplos (4-7). El ejemplo (8) se incluye para mostrar auto rechazo en contraposición a la aceptación corporal que se mostró en el ejemplo (1).

Una contribución más reciente es la de Navajas-Pertegás (2025), quien llevó a cabo un estudio exploratorio sobre el estigma de la gordura en mujeres usuarias del sistema público de salud en Valencia. A través de un enfoque cualitativo y un análisis discursivo desde una perspectiva feminista posestructuralista, la autora entrevistó a 26 mujeres autoidentificadas como gordas de entre 18 y 61 años. Los resultados revelan que las participantes experimentaron estigma en formas verbales, conductuales y ambientales, lo que dificultó el acceso a diagnósticos precisos y dio lugar a episodios de violencia fundamentados en prejuicios gordofóbicos. Estas vivencias afectaron negativamente su relación con el sistema de salud y, en algunos casos, las disuadieron de buscar atención médica. Los testimonios recogen diversas experiencias que van desde diagnósticos visuales apresurados basados únicamente en la apariencia física hasta casos en los que, aun con pruebas clínicas que confirmaban un buen estado de salud, el personal médico insistía en la necesidad de bajar de peso. A continuación, se incluyen algunos ejemplos representativos extraídos del estudio. Cabe destacar que, al tratarse de entrevistas, la autora solo consigna el nombre de pila de cada participante, sin mayor identificación:

(9) [Mi pediatra] se tiró siete años llamándome gorda. Entonces dejé de ir al médico. A no ser que me estuviera muriendo no iba a las revisiones. Porque sabía lo que me iba a decir: «¡Estás gorda!», «¡Tienes que hacer deporte!» (Leire).

(10) Una mujer obesa, en este caso, entra en la consulta del médico y da igual la patología que tenga. Lo primero que tiene que hacer es perder peso (Amaya).

Para concluir esta sección, se presentan algunas aportaciones del trabajo de Guerrero Salazar (2020), quien se apoya en el Análisis Feminista del Discurso para estudiar algunos neologismos creados en torno a la gordura. La autora parte de la idea de que algunos términos pueden ser eufemísticos mientras otros son claramente disfemísticos, es decir, peyorativos, y realiza una comparación entre términos usados para hombres, para mujeres y para ambos sexos en la comunicación digital. En su corpus, comprendido de 50 textos de discurso hegemónico y 50 textos de discurso activista, Guerrero Salazar identificó 85 formas distintas de aludir a la gordura, de las cuales 43 se referían exclusivamente a mujeres, 17 a hombres y 25 a ambos sexos. Únicamente en los textos procedentes de activismo feminista identificó una lucha por reivindicar la palabra *gorda*, donde se intenta excluir el uso de eufemismos, metáforas o neologismos frecuentes en el discurso hegemónico (por ejemplo, *curvy* o *gordibuenas*), dado que el uso de dichos términos continúa siendo discriminatorio hacia otras mujeres gordas porque «siguen transmitiendo la imagen de una mujer deseable para los hombres y con unas medidas basadas en la proporcionalidad» (2020: 99).

3. Metodología

3.1. Corpus

Los datos analizados surgen del corpus NOW (News on the Web), que forma parte del corpus del inglés americano contemporáneo (COCA, por sus siglas en inglés), creado por Marc Davies. El COCA contiene datos de varios géneros: textos orales, textos académicos, TV/películas, ficción, revistas, periódicos, blogs y páginas web. La versión gratuita del corpus NOW contiene datos de 2012 a 2019 de revistas y periódicos en línea de 20 diferentes países hispanohablantes. Para este estudio, se seleccionaron únicamente ejemplos pertenecientes a México.

Se realizaron búsquedas del lema *gordo* y su diminutivo *gordito*, con sus variantes de género y número. El análisis del contexto oracional de dichas ocurrencias permitió 1) identificar los referentes de los términos y 2) examinar sus connotaciones cuando se refieren a personas.

3.2. Etiquetado

Se vaciaron en Excel todos los ejemplos que arrojó el corpus con cada una de las formas (masculina, femenina, singular, plural y diminutivos) y se etiquetaron según su significado (ver tabla 1). Cabe resaltar que la etiqueta de *entretenimiento*, además de manifestaciones artísticas, incluye deporte, sorteos, asociaciones, hashtags y memes, y que en todas las etiquetas de análisis se encontraron algunos pocos ejemplos que se catalogaron como incomprensibles. Este primer etiquetado permitió realizar el análisis de referentes.

Significado	Ejemplo del lema en cualquiera de sus formas
lugar	(11) dijo que se considera aprovechar su ubicación estratégica como la entrada a la Sierra Gorda (Diario de Querétaro, 22/10/2018)
metáfora o frase	(12) Se acabó la temporada de «vacas gordas» para las afores y el gremio (El Economista, 19/05/2019)
comida	(13) ofertan los mejores platillos realizados con la sazón de casa, desde gorditas, chiles rellenos, caldo de res, hasta menudo (El Sol de Durango, 14/04/2019)
animal	(14) No ganamos nada como país con tener jaguares gordos y niños famélicos; tiene que haber un equilibrio (Animal Político, 05/02/2019)
objeto	(15) El lunes por la tarde las nubes gordas y grises destilaban una lluvia pertinaz (Igeteo, 09/06/2019)
entretenimiento	(16) las escenas del cine mudo para interpretar a «Chaplin», «El Gordo y el Flaco», entre otros (20minutos.com.mx, 31/01/2019)
personaje	(17) La Coca Cola nos ha birlado la Navidad porque este señor, el gordo Papá Noel, ha sido la imagen de esa gaseosa (ACI Prensa, 16/12/2016)
parte del cuerpo	(18) es delgada-gruesa, «tiene un culo plano», «tiene un culo gordo», se escucha con su voz en off durante el video (Mujer es Más, 21/05/2019)
concepto	(19) se han creado el hashtag #Fatkini, que es la combinación de las palabras «gordo» y «bikini» (TVNotas, 16/08/2014)
nombre o apellido	(20) sede de la reunión que el titular de la delegación, el licenciado Adán Jesús Gordo Ramírez llevó a cabo con... (SéUnoNoticias, 06/03/2019)
persona	(21) México en el segundo lugar del mundo con mayor número de casos de personas gordas que obviamente están enfermas (Sipse.com, 18/03/2014)

Tabla 1. *Ejemplos del etiquetado de los datos.*

Ejemplos como (21) fueron un indicador para subdividir la categoría de *persona* en *genérico*, *menores de edad masculino*, *menores de edad femenino*, *hombres* y *mujeres* para realizar el análisis de connotaciones con perspectiva de género (ver tabla 2). Además, se aplicaron algunos filtros como *atributo* con el fin de registrar la asociación del término con otros conceptos (por ejemplo, enfermedad); *autoreporte*, capturado como «sí» o «no»; y *connotación*, con las opciones de negativa, positiva y neutra. En el análisis de connotaciones no se incluyeron ejemplos de la categoría *parte del cuerpo* aunque, como puede verse en el ejemplo (18), en algunos casos la forma masculina alude a mujeres peyorativamente. Tampoco se incluyeron numerosos ejemplos de las categorías *entretenimiento*, *personaje*, *concepto*, *nombre o apellido* por no presentar carga connotativa.

Subcategoría de <i>persona</i>	Ejemplo
genérico	(22) la cultura de la delgadez legitima la violencia contra las personas gordas (SDPnoticias.com, 22/07/2017)
menores de edad masculino	(23) «Estás demasiado gordo para ser astronauta» [hablando a un niño de 13 años...] (Milenio.com, 02/08/2017)
menores de edad femenino	(24) La maestra XXXX paró a la menor frente del grupo para llamarla gorda (Milenio.com, 09/06/2014)
hombres	(25) Hay hombres gordos y con barba imitando al escritor (ViveUSA, 14/09/2028)
mujeres	(26) Funcionaria de Durango declara que las mujeres gordas no son felices (RadioFórmula, 09/11/2017)

Tabla 2. Subcategorías de *persona* para el análisis de connotación.

4. Resultados y discusión

En esta sección se presenta, en primer lugar, el número total de ejemplos encontrados con cada término del lema *gordo* y el número de ejemplos que hacen referencia a personas (tabla 3). En segundo lugar, se muestra el número de ejemplos con relación a las distintas etiquetas de análisis con el fin de identificar el significado que adquiere cada término en un enunciado; es decir, los resultados de los referentes (tabla 4). Por último, se analiza y discute la connotación de los términos cuando hacen referencia a personas (gráficas 1 a 4).

4.1. Resultados sobre referentes

Como se mencionó anteriormente, se realizó la búsqueda del lema *gordo* en ocho formas distintas con datos solo de México. Esta búsqueda arrojó un total de 9639 ejemplos. La tabla 3 muestra el número de ocurrencias por término, así como el porcentaje de estas referentes a personas.

Término	Total de ejemplos	Porcentaje	Ejemplos referentes a personas	Porcentaje
Gorda	1584	16.4%	105	6.6%
Gordas	475	4.9%	173	36.4%
Gordita	455	4.7%	181	39.8%
Gorditas	1335	13.9%	55	4.1%
Gordo	4355	45.2%	1719	39.5%
Gordos	827	8.6%	284	34.3%
Gordito	417	4.3%	342	82%
Gorditos	191	2.0%	123	64.4%
TOTAL	9639	100%	2982	30.9%

Tabla 3. *Ocurrencia y porcentaje de ejemplos obtenidos por cada término del lema gordo.*

En la Tabla 3 se observa que el número más alto de ejemplos se obtuvo con el término *gordo* seguido por *gorda* y *gorditas* (columna 2). Sin embargo, en estos términos la referencia a personas no supera el 40% de las ocurrencias; de hecho, en el caso de *gorditas*, la referencia a personas alcanza solo el 4.1%. y en *gorda* el 6.6% de los ejemplos. Los términos que superan el 50% de referencia a personas son *gorditos* con 64.4% y *gordito* con 82%. A continuación, se muestran los referentes identificados en todos los ejemplos obtenidos.

Etiqueta	Gorda	Gordas	Gordita	Gorditas	Gordo	Gordos	Gordito	Gorditos
persona	105	173	181	55	1719	284	342	123
lugar	1236	54	1	-	875	-	-	-
metáfora	50	113	4	-	453	395	-	-
comida	26	46	230	1240	13	6	5	6
animal	10	17	2	-	96	37	6	4
objeto	1	44	5	-	43	16	12	-
entretenimiento	75	13	17	31	827	35	12	21
personaje	-	-	8	-	73	11	16	-
parte del cuerpo	-	6	-	1	122	25	19	32
concepto	-	6	-	-	51	-	-	-
nombre o apellido	76	-	-	-	37	-	-	-
incomprensible	5	3	7	8	46	18	5	5
TOTAL	1584	475	455	1335	4355	827	417	191

Tabla 4. *Distribución de referentes de los términos en contexto.*

Como se aprecia en la tabla 4, los términos de la búsqueda, además de referirse a personas, aluden a otros entes animados e inanimados. Dentro de los usos no referentes a personas se destaca lo siguiente. En el caso de *gorda* y *gordo*, existe alta referencia a lugares como *Sierra Gorda* o *Cerro Gordo*; se encontró un elevado uso metafórico y de frases o expresiones fijas con los términos *gordas* y *gordos* como «peces gordos», «vacas gordas», «me caen gordos», «enchírame estas gordas». Respecto a las formas diminutivas, se encontró que *gordita* y *gorditas* predominantemente se refieren a comida; y en los términos *gordito* y *gorditos*, el

segundo uso más predominante es para referirse a partes del cuerpo como en «Se te nota un gordito lateral cuando usas la talla incorrecta de bra» (Glamour México, 17/06/2018).

4.2. Resultados sobre connotaciones

A partir de ejemplos representativos, se muestra a continuación cómo se interpretaron las connotaciones negativa, neutra y positiva. Posteriormente, los datos cuantitativos correspondientes se organizan en gráficas que permiten hacer algunas comparaciones.

Con base en el corpus y en los fundamentos del FPDA, se incluyeron en connotación negativa aquellos ejemplos que critican negativamente el aspecto físico por medio de burla o insulto, así como ejemplos donde se observan implicaciones de suciedad, ineptitud, irresponsabilidad, enfermedad, infelicidad y discriminación, entre otras cuestiones. En los casos de auto reporte, que son solo el 3.4% de los ejemplos, se incluyeron en connotación negativa aquellos ejemplos que reflejan complejo, trastornos alimenticios o baja autoestima. Algunos ejemplos de todo lo anterior son:

(27) Notó que su compañera de asiento era una fémina afroamericana. «Estúpida gorda fea, voy a seguir insultándola mientras esté a mi lado», señaló. (Excélsior, 23/10/2018)

(28) Me dicen que me muera, que soy una gorda infeliz, y me siento muy mal psicológicamente. (La Prensa de Monclova, 07/08/2016)

(29) Las personas adultas gordas tienen que tomar su responsabilidad: son ellos los que están creando su obesidad. (El Economista, 17/04/2013)

(30) Siempre nos enseñaron que ser flaco es lindo y está bien; y que ser gordo es feo y está mal. (Periódico Zócalo, 07/03/2015)

(31) Si no hacemos cambios, esos niños van a continuar gordos, va a estar liderado este país por gente enferma y con baja autoestima. (RadioFórmula, 12/04/2013)

(32) Sobrina y sobrino fueron hospitalizados porque se negaban a comer porque les decían que eran gordos en la escuela. (Pulso de San Luis, 19/11/2018)

(33) Los gordos son asquerosos, yo no me llevo con gordos. (Noticieros Televisa, 08/09/2014)

(34) Esto es una carrera, no una caminata. Si no fueras tan gordo, podrías correr. (MARCA.com, 11/07/2019)

(35) Disfruta que su perro moleste a la gente, pero es por su trauma de gorda, fea y solterona. (Sipse.com, 11/01/2014)

(36) Las niñas no dejaban de molestarla y la entrenadora no la bajaba de gorda (Excélsior, 27/08/2016)

(37) Nadie quiere ver mujeres gorditas en las pasarelas. (Eje Central, 28/04/2019)

(38) Periodistas con una gran preparación académica e intelectual que por ser morenitas, chaparritas o gorditas no acceden a puestos de conducción en noticieros y cargos de dirección en medios (Hoy Tamaulipas, 24/04/2016)

(39) El 066 no funciona, la vieja gorda que atiende las llamadas de auxilio... (Periódico Correo, 23/03/2016)

(40) La gente es así, es agresiva con las personas gorditas, no te dan trabajo siendo gordita, son complicaciones que tiene uno. (Informador.com.mx, 23/05/2013)

Como puede observarse en los ejemplos anteriores, las asociaciones que se hacen con la gordura contribuyen a una percepción negativa de esta desde edades tempranas. En el ejemplo (36), se ilustra cómo la discriminación basada en la imagen corporal puede comenzar en la infancia, lo que podría afectar el bienestar emocional de las/os jóvenes. También se advierte que la estigmatización contra la gordura se da casi de manera instintiva en la comunicación diaria. En el ejemplo (39), el término *gorda*, más allá de describir el aspecto físico, pues la posibilidad de saber cómo es la persona a través de una llamada telefónica es poca, se utiliza como un recurso para violentar y descalificar a otros. Esto ilustra cómo los estereotipos negativos y prejuicios están tan enraizados en el lenguaje cotidiano que se manifiestan de forma natural, sin reflexión consciente, revelando la normalización de la *gordofobia* en nuestra sociedad.

Los ejemplos (41-43) son considerados de connotación neutra, ya que expresan una mera descripción:

(41) En la galería podrás encontrar «trajes de baño para gorditas» o plus size que seguro te gustan (Excélsior, 05/03/2019)

(42) Nunca he sido gorda, pero con la edad el metabolismo cambia (TVNotas, 21/03/2014)

(43) Cuando era pequeño estaba gordito (Milenio.com, 15/03/2015)

Mientras que algunos ejemplos de connotación positiva son:

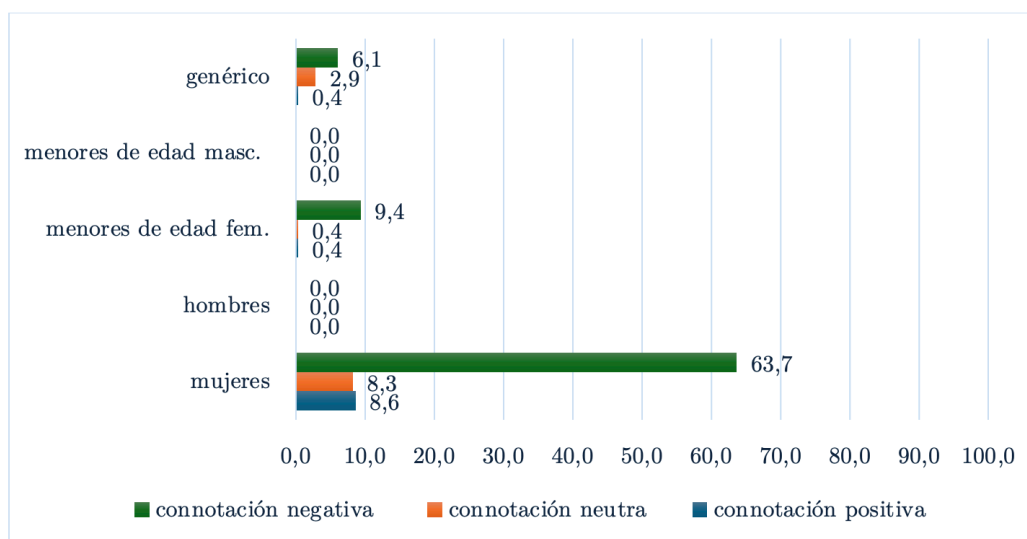
(44) Quiero ser el nuevo patrón de belleza; considero que una gordita puede ser impactante. (La Neta Noticias, 26/02/2018)

(45) Es hora de contagiarse con estas inocentes risas y ocurrencias a cargo de estos gorditos hermosos (Terra México, 24/06/2014)

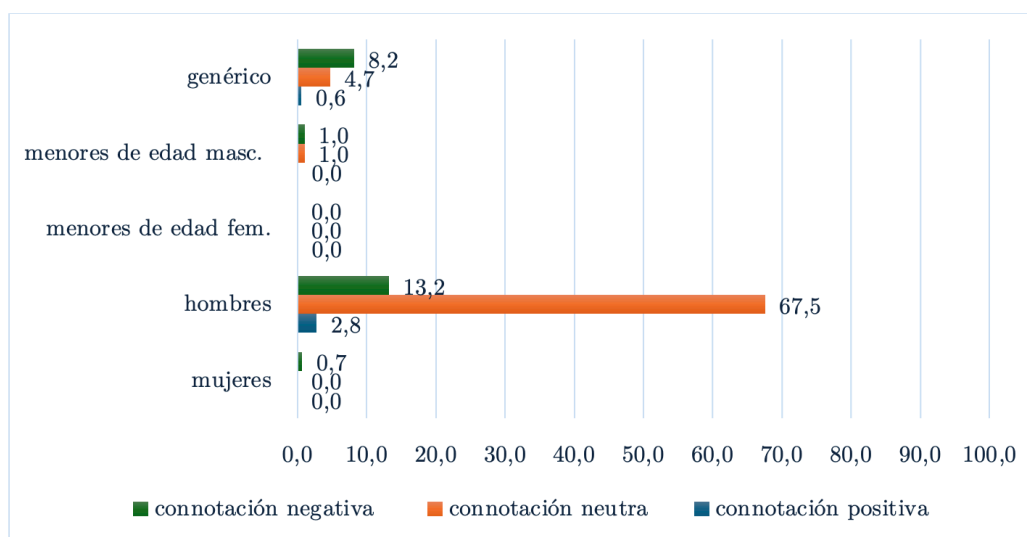
(46) Siempre me agrada ver al gordito peleando con todo, poniéndole corazón en cada una de sus peleas (EnLaPelea, 02/09/2016)

En el siguiente análisis se presentan las connotaciones de los términos masculinos y femeninos, uniendo sus formas singulares y plurales para facilitar la comprensión de los resultados.

Los ejemplos referentes a *gorda(s)* suman un total de 278, mientras que la suma de *gordo* y *gordos* da un total de 2003 ejemplos. En las gráficas 1 y 2 se muestra la connotación de estos términos cuando se refieren a menores de edad de género femenino (ejemplo: Alas niñas gordas nadie las quiere. *El Horizonte*, 24/07/2018), a menores de edad de género masculino (no hay ejemplos), a usos genéricos (ejemplo: Son gordos 3 de cada 10 adolescentes. *Entretenimiento.terra*, 16/07/2013), así como cuando hacen referencia a hombres (ejemplo: Son la misma bola de viejos gordos, prietos y aguados. *Peninsular Digital*, 22/05/2017) independientemente de mujeres (ejemplo: Se le pidió que despidiera o trasladara a 15 empleadas eficaces por «viejas, gordas, feas, asquerosas o que carecen de la imagen Prada». *Proceso.com.mx*, 23/08/2013).



Gráfica 1. Connotaciones de gorda(s) con referencia a personas (278 ejemplos)

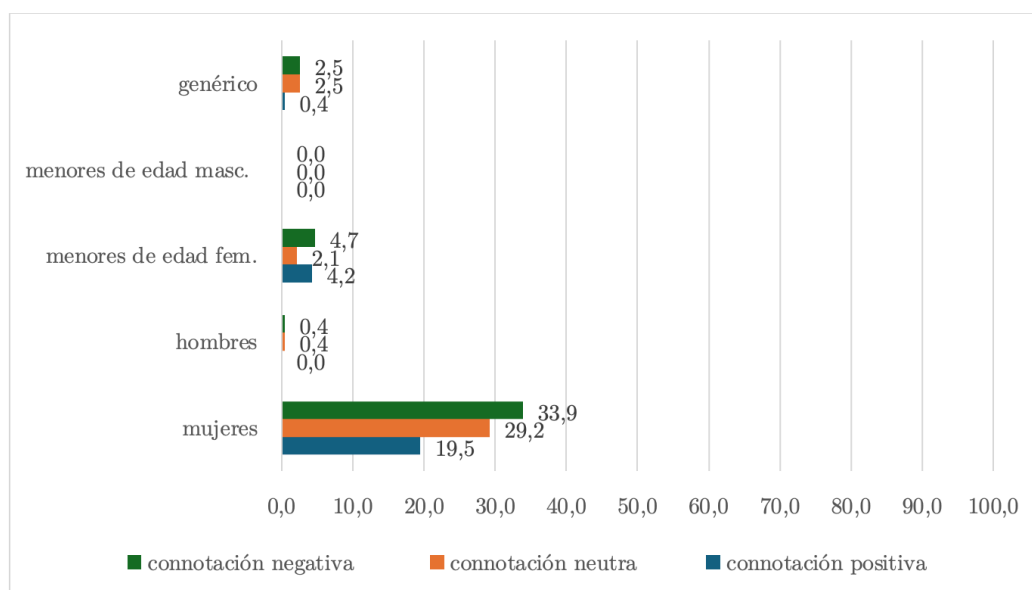


Gráfica 2. Connotaciones de gordo(s) con referencia a personas (2003 ejemplos)

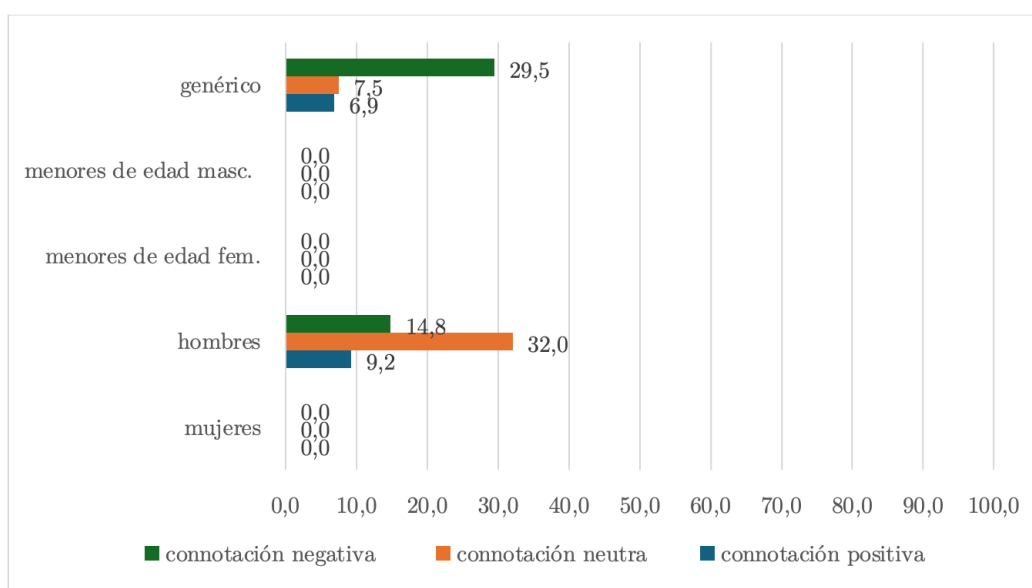
Al comparar las gráficas 1 y 2, se observa que la connotación predominante de *gorda(s)* es negativa alcanzando un 63.7%, y que esta connotación es inclusive usada en menores de edad del género femenino (9.4%), mientras que la connotación más común para la contraparte masculina es neutra (67.5%), con apenas el 1% de connotación negativa para menores de edad.

Aunque tanto hombres como mujeres sufren discriminación por su peso, las referencias a mujeres abarcan un espectro más amplio de juicios negativos que, además de criticar su apariencia física, cuestionan su valía personal. En el ejemplo (35) «Disfruta que su perro moleste a la gente, pero es por su trauma de gorda, fea y solterona» no solo se ataca el peso, sino que también se descalifican otros aspectos. En contraste, las referencias a hombres, aunque también despectivas, tienden a centrarse más en su capacidad física, como en (34) «Si no fueras tan gordo, podrías correr». Estos casos reflejan una presión social y estigmatización más profunda y compleja hacia las mujeres. Además, estos hallazgos coinciden con las observaciones de Williams (2017) sobre cómo los hombres gordos enfrentan menos opresión en comparación con las mujeres o, dicho de otro modo, el *gordoodio* diferenciado entre los sexos que se menciona en el COPRED (2023) o *gordafobia* en términos de Rosso (2014). Ejemplos como (37) «Nadie quiere ver mujeres gorditas en las pasarelas» y (38) «Por ser morenitas, chaparritas o gorditas no acceden a puestos de conducción en noticieros y cargos de dirección en medios» demuestran la marginación de las mujeres gordas en medios de comunicación, tal como sugieren Limatius (2018) y Williams (2017), quienes argumentan que la violencia estética tiene repercusiones tanto en el ámbito laboral como en el desarrollo personal.

A continuación, se muestra el análisis de connotación con las formas diminutivas. La suma de ejemplos de *gordita* y *gorditas* arroja un total de 236 datos, mientras que la suma de *gordito* y *gorditos* da un total de 465 ejemplos.



Gráfica 3. Connotaciones de gordita(s) con referencia a personas (236 ejemplos)



Gráfica 4. Connotaciones de gordito(s) con referencia a personas (465 ejemplos)

La comparación de las gráficas 1 y 3 muestra que la connotación negativa disminuye casi a la mitad en la forma femenina; es decir, del 63.7% en *gorda(s)* en la gráfica 1 al 33.9% en *gordita(s)* en la gráfica 3, lo que sugiere una mitigación por el uso de la forma diminutiva. Si comparamos las gráficas 2 y 4, se puede apreciar que la connotación tanto de *gordo(s)* como de *gorditos(s)* es principalmente neutra, pero llama la atención en la gráfica 4 que el porcentaje de la connotación negativa en la categoría de genérico (que incluye a mujeres) es similar al de la connotación neutra en la categoría de hombres (29.5% y 32% respectivamente), sugiriendo una tendencia a dar una connotación negativa cuando *gorditos* se refiere a toda la población,

como en el ejemplo «No es casualidad que seamos un país de gorditos y que nuestras primarias tengan apenas un par de horas de educación física obligatoria» (El Economista, 12/10/2014).

El uso de diminutivos como *gordita* y *gordito* puede mitigar la connotación negativa. Un ejemplo de esto es: «yo usé el término *gorditos* para no ofender» (Sipse.com, 08/09/2018). Los términos diminutivos pueden incluso utilizarse como expresiones de cariño o afecto, como en el caso de «mi gordita bella, me vas a hacer tanta falta» (El Diario, 18/06/2019). Sin embargo, es importante señalar que este uso es poco frecuente, encontrado en solo el 1.7% de ejemplos, donde predomina como una manera de llamarle a hijos/as y esposos/as.

Además, es relevante desatacar que pueden existir variaciones en la connotación del término dentro del mismo grupo etario. Por ejemplo, cuando se habla de salud, a los bebés se les puede percibir de manera positiva: «gordita y llena de salud» (Heraldo de Chihuahua, 18/02/2013) o bien, pueden ser «problemas de salud disfrazados de ternura» (El Diario de Coahuila, 06/10/2017). Cuando se trata de niños o gente adulta, la gordura es vista predominantemente como un problema: «Si estás gorda, te puede dar un infarto». (Forntera.info, 19/12/2014), con algunas poquísimas excepciones como «Mi hijo se repuso, se puso gordito» (El Debate, 30/11/2014) o «Mi hijo era un muchacho bello, gordo, fuerte, y poco a poco empezó a perder peso» (La Razón, 03/04/2017).

En los ejemplos reconocidos con connotación positiva se observa que la gordura se asocia con cuestiones principalmente de personalidad en los dos géneros. Ejemplos: «Ya se sabe que las gorditas, además de ser siempre simpáticas y agradables, tienen andar gracioso y ondulante» (Criterio Hidalgo, 14/04/2019) y «Los muy musculosos no eran tan deseados. En contraparte, los gorditos eran los más confiables» (GQ, 04/02/2016). Para ambos géneros, se encontraron ejemplos en los que se les describe como buenas parejas.

5. Conclusiones

El primer objetivo de este trabajo, relativo a los referentes de la familia léxica del lema *gordo*, permitió identificar una riqueza de significados. Mientras que los términos *gorda(s)* y *gordo(s)* se utilizan con frecuencia en nombres de lugares y en expresiones como «de la vista gorda», «armar la gorda» o «peces gordos», así como para describir objetos como «un libro gordo» o «una cartera gorda»; los términos *gordita(s)* y *gordito(s)* se asocian con comida, partes del cuerpo o personajes como Santa Claus y Buda.

El análisis de connotaciones, correspondiente al segundo objetivo, permitió establecer las asociaciones que se hacen en torno a la gordura. Por medio de ejemplos, se evidenció que el rechazo a la gordura trasciende el discurso sanitarista. El estudio reveló que el gordoodio vincula la gordura con suciedad, ineptitud, irresponsabilidad, infelicidad, entre otros, lo cual puede impactar negativamente en la autoestima de las personas y propiciar trastornos alimenticios y psicológicos. Las descalificaciones que se hacen hacia las personas gordas son más variadas y aparecen desde una edad más temprana en el caso de las mujeres; el porcentaje de connotaciones negativas hacia ellas duplica al de los hombres, lo que evidencia una disparidad en la discriminación según el género.

Asimismo, se descubrió que el diminutivo usado como mecanismo mitigador o como una forma de expresar cariño tiene una presencia muy limitada en el corpus, especialmente en su

forma femenina. Incluso, el término *gorditas* puede adquirir una carga peyorativa, como en: «Conozco a otras nenorras gorditas que ya les anda porque se las cojan» (el Sol de Nayarit, 10/06/2014).

Si bien fueron pocos los casos que reflejan el impacto de los movimientos sociales, dentro de esos escasos datos se vislumbra empoderamiento, especialmente del género femenino, como: «Todas ya habían ganado con el hecho de participar y dar normalidad a estar gordas» (Excélsior, 23/04/2017, «Las mujeres gordas nos graduamos, nos casamos, somos empresarias, diputadas, mamás, tías» (La Jornada Maya, 21/09/2018), «Somos la gorda vegana que come disfrutando de la vida y respetando la de otras» (SDPnoticias.com, 22/07/2017) y «Quiero ser el nuevo patrón de belleza; considero que una gordita puede ser impactante» (La Neta Noticias, 26/02/2018). Es importante destacar que en la mayoría de los ejemplos recién citados se evita el uso de la forma diminutiva. Esta elección de lenguaje puede interpretarse como un desafío a la discriminación al no recurrir a términos que perpetúen estereotipos discriminatorios, alineándose con el trabajo de Guerrero Salazar (2020), quien destaca la reivindicación de la palabra *gorda* en textos de activismo feminista.

A partir del análisis de connotaciones se concluye que el uso cotidiano de los términos aquí estudiados refleja la estigmatización de ciertos cuerpos y apariencias físicas, ya que los usos positivos y neutros de estos, aunque presentes, son menos frecuentes. Esto evidencia cómo el lenguaje no solo describe la realidad, sino que también la moldea y perpetúa estereotipos sociales. Por ello, el análisis del discurso cotidiano es fundamental no solo para entender cómo se construye la realidad a través del lenguaje, sino también para reflexionar la manera en la que una comunicación más inclusiva y respetuosa puede transformar esa realidad.

Para finalizar, se señalan un par de limitantes de esta investigación. Primero, los datos utilizados son del período de 2012 a 2019, por lo que las interpretaciones pueden no representar por completo la realidad actual. En segundo lugar, el contexto oracional es a menudo corto, lo que puede dificultar la identificación precisa del referente o la connotación en algunos casos.

6. Referencias

BAXTER, Judith (2010): «Discourse-analytic approaches to text and talk», en Litosseliti, Lia, ed., *Research methods in linguistics*, Londres, Continuum International Publishing Group, 117-137.

CONSEJO PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO (2023): *Glosario para entender la gordofobia y el gordodio* [en línea]: <<https://copred.cdmx.gob.mx/storage/app/media/glosario-1.pdf>>.

COOPER, Charlotte R. M. (2008): «What's Fat Activism?», Universidad de Limerick [en línea]: <<https://hdl.handle.net/10344/3628>>. [Consulta: 30/08/2024].

COWLES, Charlotte (2022, 2 de febrero): «Can 'Body Neutrality' Change the Way You Work Out?», *The New York Times* [en línea]: <<https://www.nytimes.com/2022/02/02/well/move/body-neutrality-exercise.html>>.

DAVIES, Marc (2008-): *El Corpus del Inglés Americano Contemporáneo (COCA)* [en línea]: <<https://www.english-corpora.org/coca/>>.

EL COLEGIO DE MÉXICO (s.a.): «Gordo», en *Diccionario del español de México (DEM)* [en línea]: <<https://dem.colmex.mx/ver/gordo>>. [Consulta: 18/02/2024].

GUERRERO SALAZAR, Susana (2020): «Léxico e ideología sobre la gordofobia en la comunicación digital», en *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 83, 93-107, <http://dx.doi.org/10.5209/clac.70566>.

INSTITUTO DE SALUD PARA EL BIENESTAR (2022): «Día Mundial contra la Obesidad | 4 de marzo», en *Gobierno de México* [en línea]: <<https://www.gob.mx/insabi/articulos/dia-mundial-contra-la-obesidad-4-de-marzo?idiom=es>>. [Consulta: 22/04/2024].

LIMATIUS, Hanna (2018): «Fat, curvy or plus-size? A corpus-linguistic approach to identity construction in plus-size fashion blogs», en Juntunen, Hanne y otros, eds., *Search of Meaning: Literary, Linguistic, and Translational Approaches to Communication*, Universidad de Tampere, 12-38 [en línea]: <<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0919-0>>

MANCUSO, Lucía y otros (2021): «Diversidad corporal, pesocentrismo y discriminación: la gordofobia como fenómeno discriminatorio», en *Inclusive. La Revista del INADI*, 4(2), 12-16.

MATEU CARRIL, Dharma (2022): «Percepción de la gordofobia y nuevos movimientos de aceptación corporal en Instagram España (Body Positive, Body Neutrality y HAES)», Universidad Complutense [en línea]: <<https://hdl.handle.net/20.500.14352/3358>>

MENARES, Constanza (2021): «“Body positive” y “body neutrality”: ¿Qué opinan los expertos?», en *Litoral Press* [en línea]: <https://www.litoralpress.cl/sitio/Prensa_Texto.cshtml?>.

MÉNDEZ COTA, Gabriela e Izchel COSÍO BARROSO (2022): *Género y gordofobia*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones y Estudios de Género, <https://doi.org/10.22201/cieg.9786073068321e.2022>.

NAVAJAS-PERTEGÁS, Nina (2025): «Estudio exploratorio sobre experiencias de estigma de la gordura según las usuarias del sistema público de salud valenciano», en *EHQUIDAD. Revista Internacional De Políticas De Bienestar Y Trabajo Social*, 24, 199-234, <https://doi.org/10.15257/ehquidad.2025.0018>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (s.a.): «Gordo», en *Diccionario de la lengua española*, 23a ed. [en línea]: <<https://dle.rae.es/gordo>>. [Consulta: 18/02/2024].

ROSSO, Nadia (2014): «Imaginarios en torno a la “gorda” en tuit. Expresiones de la “gordafobia”», México [en línea]: <[/es.scribd.com/document/260152791/Imaginarios-en-Torno-a-La-Gorda-en-Tuiter-Expresiones-de-la-gordafobia-Por-Nadia-Rosso](https://es.scribd.com/document/260152791/Imaginarios-en-Torno-a-La-Gorda-en-Tuiter-Expresiones-de-la-gordafobia-Por-Nadia-Rosso)>.

SÁNCHEZ REINA, J. Roberto y Carla BRITO FUENTES (2016): «Comunicación de la salud en la campaña “Chécate, mídete, muévete”. Representaciones y eficacia», en *Razón y Palabra*, 20(94), 640-656.

SÁNCHEZ SALCEDO, Victoria Helena (2019): «El body positive: una representación social del cuerpo», Universidad del País Vasco [en línea]: <<http://hdl.handle.net/10810/37444>>.

SOTO VILLARRUEL, Gloria (2021): «Body positive: en busca de otra forma para experimentar la gordura», Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco [en línea]: <<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/22754>>.

TORRES RÍOS, Lillyvette (2023): «Cuerpo en positivo: Percepción del cuerpo femenino a través de Instagram», Universidad de Puerto Rico [en línea]:

<<https://repositorio.upr.edu/handle/11721/3354>>.

WILLIAMS, Apryl. A. (2017): «Fat people of color: Emergent intersectional discourse online», en *Social Sciences*, 6(1), 1-16.