

2. F54 Factores psicológicos... [316]

Agentes perceptuales de la obesidad

DRA. RAQUEL DEL SOCORRO GUILLÉN RIEBELING

Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, UNAM

Una de las características fisiológicas distintivas del tejido adiposo es la ausencia de terminales nerviosas, pasando “desapercibida” su almacenamiento y gasto. Con ello, la condición de estar en determinado peso corporal pasa sin conocimiento -ni reconocimiento- de quien la tiene.

Al tratar el tema de la obesidad que presenta la persona en el enfoque del proceso cognoscitivo de la percepción, se encuentran varios acercamientos conceptuales que a continuación se describen:

La realidad siempre se alterará con la perspectiva de la vida de cada persona. No en vano se dice que “todo depende del cristal del que se mira”, En la publicidad, la perspectiva lo es todo. Le da un valor agregado a cualquier producto o servicio, cambiando radicalmente nuestra percepción (Pamares, 2012).

La percepción del estado de salud se deteriora con el exceso de peso, pero a pesar de ello las personas con obesidad NO reconocen que lo son (Butra, 2017).

La percepción y las emociones que se tienen al respecto de la obesidad pueden representar una oportunidad para tratar la enfermedad, o pueden ser barreras para aceptar que se trata de un problema de salud (Clikisalud.net, 2019).

“La imagen que desde una perspectiva social se tiene respecto a la obesidad, es que la gordura la sufren las personas vagas, poco activas, glotonas... La visión de los denominados ‘gordos’, sobre todo en occidente, está repleta de prejuicios negativos que pueden provocar que quienes la sufren queden excluidos y estigmatizados, repercutiendo nocivamente en su calidad de vida tanto a nivel personal como familiar o de pareja. La manera en que la sociedad trata la obesidad, hace que se usen calificativos despectivos con connotaciones negativas, discriminatorias o de burla, al considerar que la persona es culpable de su condición física y por ello adquiera características en su personalidad como:

Perezoso
Menos atractivo
Sin autodisciplina
Menos inteligente
Sin éxito
Con poco poder de persuasión” (IMOS, 2018).

Recibido en 10 de junio de 2019.

Aceptado el 25 de julio de 2019.

“Imagen corporal en relación a la dimensión socio-cultural de la comida...”

“... imágenes corporales, inalcanzables y poco saludables, deriva en gran medida del bombardeo visual de los medios de comunicación y la industria publicitaria... “

“... la sociedad de consumo incidirá en la imagen que uno tiene de su propio cuerpo y la aceptación o rechazo de éste ... “ (Bullen y Pecharromán, 2015).

“... existen diferentes instituciones que tienden a regular los comportamientos corporales y señala la sanidad como el lugar donde se dan las definiciones y criterios de actuación acerca de lo que es sano/patológico, lo normal/anormal, lo ideal, en cuanto al peso e imagen, la alimentación y la actividad física” (Esteban, 1998:26-27).

“Creemos que es necesaria una comprensión de la gestión social cultural de los procesos psico-afectivos familiares y personales que supuestamente intervienen en estos trastornos. Para así integrar el análisis de la persona, el cuerpo como un espacio de integración de las prácticas sociales, con elecciones y sentimientos personales” (Bullen y Pecharromán, 2015, página 186).

“...la terapia debe enfocarse no solo a la pérdida de peso, sino al proceso de maduración psicológica que permita tomar conciencia del problema, mejorando la calidad de vida y asentando hábitos saludables, como la actividad física, un mejor autoconcepto y percepción del propio cuerpo y unos hábitos alimentarios más saludables” (Regader, 2019).

Curso en Nutrición, Obesidad e Imagen Corporal:

Enfocado desde una visión global del tejido adiposo como órgano endocrino...

Aborda el sobrepeso y la obesidad desde una amplia perspectiva que incluye las repercusiones de la obesidad en el ámbito psicológico y de la autoestima con un abordaje sobre las alteraciones del contorno corporal...

[con] un abordaje global con atención a las repercusiones psicológicas, modificación de hábitos de vida (ejercicio físico y control del peso, mejoría del contorno corporal y la autoestima) y conocimientos de otras terapias (Pineal, 2019).

El listado de acercamientos vinculados a la percepción de la obesidad puede ser clasificado a partir del análisis del núcleo conceptual que le aborda y se describe a continuación.

- De lo sano a insano o patológico.
- De la enfermedad crónico-degenerativa, propia de la época actual
- De la persona como agente perceptor de su condición corporal, estado de salud y autorreflexión integral.
- Del agente de salud que percibe el estado del sujeto
- Del agente social publicitario que se encarga de fortalecer el mensaje para el sujeto receptor/consumidor
- Del agente socio-cultural que mantiene en su base de creencias, los espacios de interacción adecuados y rechaza los inadecuados.
- Del agente económico que deja a la persona la responsabilidad de hacerse cargo de su propia salud Y TRATAMIENTO, partiendo del enfoque centrado en el individuo, ya que la persona es quien consume y gasta la energía.
- El agente académico que utiliza sinónimos de diversas percepciones como sinónimos: visión y abordaje global y amplia perspectiva.
- Los agentes emocionales que permiten o bloquean la percepción: culpa, vergüenza, autoestima y "ámbito psicológico".

La obesidad es una entidad multicausal y multifactorial, se puede enfocar desde diversas disciplinas como de la salud, el comportamiento, social, cultural, artística o física. Cada una de ellas sostiene su marco conceptual y su metodología de estudio.

Por ello, resalta la importancia del enfoque de las disciplinas para su abordaje. Desde la multidisciplinaria enfocar a la persona, portador de la enfermedad, los factores asociados, modificables y no modificables de la condición de peso y enfermedad; su tipo endógena o exógena; el desarrollo individual, social y cultural. Todas las líneas perceptuales dirigidas a la atención del paciente en sus diferentes etapas dirigidas a la recuperación de su bienestar. Para el ámbito social, la obesidad puede o no ser objeto de atención o estudio, de aquí que las ciencias y las artes la enfoquen con o sin enfermedad.

REFERENCIAS

- Butra, J. (2017). *Percepción de la Obesidad*. Disponible en: <https://javierbutra.com/2017/11/13/percepcion-de-la-obesidad/> Acceso 09-04-2019
- Clikisalud.net (2019). *Percepciones actuales de la obesidad*. Disponible en <https://www.clikisalud.net/percepciones-actuales-la-obesidad/> Acceso 05-02-2019
- Pamares, M.A. (2012). *Perspectiva publicitaria*. Disponible en: <https://www.reporteindigo.com/piensa/perspectiva-publicitaria/> Acceso 17-02-2019
- IMOS (2018). *Estereotipos de la obesidad en la sociedad*. Disponible en: <https://www.clinicaimos.com/estereotipos-de-la-obesidad-en-la-sociedad/> Acceso 27-04-2019
- Bullen, L. y Pecharromán, B. (2005). Una perspectiva socio-cultural de los trastornos alimentarios. *Zainak*, 27, 179-186.
- Esteban, M.L. (1998). *El cuidado de la imagen en los procesos vitales. Creatividad y miedo al descontrol*. España: Kobie, Bilbo.
- Regader, B. (2019). *Obesidad: factores psicológicos implicados en el sobrepeso*. Disponible en: <https://psicologiyamente.com/clinica/obesidad-factores-psicologicos-sobrepeso>. Acceso 12-03-2019.
- Diploma (2019). Disponible en <https://pinealformacion.com/pineal-formacion-medicina-estetica-y-eventos/formacion-continua-medicina-estetica-y-nutricion/diploma-especializacion-en-nutricion-obesidad-e-imagen-corporal/>. Acceso 19-02-2019.

