

## 4. Como, luego existo

# Cuatro pilares en la prevención de la obesidad y el sobrepeso: la imagen corporal, su percepción

La alimentación es fuente de nutrición y vinculación social. Cada alimento es apreciado por sus consumidores de forma positiva o negativa de acuerdo con las condiciones sociales que la cultura conforma. El alimento también se extiende por su disposición nutricia como ricos o pobres. Por sus efectos, los consumidores estarán nutridos o desnutridos, y su forma física corporal externa como delgados, flacos, obesos, robustos o normales. En esta relación hay referencias acerca de que lo que se come hace a la persona o somos lo que comemos, como la del siglo XIX por Ludwig Feuerbach (1850) en su obra "La ciencia y la Revolución", quien señala:

*...los resultados de la química moderna de la comida, sus componentes, sus texturas, efectos y cambios en nuestro cuerpo. Por lo que tiene realmente sólo un propósito gastronómico y objeto; y sin embargo es uno, y en el grado más alto, la cabeza y el corazón emocional... los "principios de la filosofía del futuro" real y el presente; que encontramos disuelto en sus problemas más difíciles de la filosofía. ¡Los que no se han roto la cabeza de otro modo los filósofos de la cuestión de la relación entre el cuerpo y el alma! Ahora sabemos por razones científicas, que difieren enormemente de la gente sabía por experiencia que comer y beber, el cuerpo y el alma*

*La comida es más que la sustancia; la identidad del espíritu y de la naturaleza. Donde nada tiene de grasa, nada de carne; pero donde no hay grasa, no hay cerebro, ningún fantasma; y la grasa viene sólo de los alimentos. La comida es... el Todo Integral, la esencia de la naturaleza. Todo depende de la comida y de la bebida. La diversidad de la naturaleza es única en la diversidad de los alimentos... El ser es uno con la comida; Ser es comer; lo que está comiendo y ser comido. La comida es lo subjetivo, lo comido es el objetivo: forma de existencia que sufren; Ambos, sin embargo, son inseparables. Sólo en los alimentos, se integra el concepto de sí se es igual o diferente, es decir, si la comida y el hambre son lo mismo... La comida es a la sangre, la sangre al corazón y al cerebro a los pensamientos y sentimientos del género. La comida humana es la base de la cultura humana y de la mente. ¿Quieres mejorar al pueblo? lo que da lugar a discursos y contra el pecado denle mejores comidas. El hombre es lo que come. Es el único que goza de dieta vegetal, así también está a una condición vegetal ¿No es de hecho la fuerza? La tarea del hombre es precisamente la razón por la sensación de descubrir, de plantear el tema de la sensación de un objeto de conocimiento. No con la oración, que se ejecutará con el conocimiento, es humano. Pero podemos escribir además del seguimiento de sus dietética y disección de comidas*

*individuales, bebidas y especias: que el hombre es más que el libro, cada artista, cada artesano, cada maestro, cada padre, cada ama de casa, cada persona tienen las condiciones que se requieren para una vida saludable y adecuada en sus términos, alimento físico como espiritual.*

Casi dos siglos después, Aranda Jiménez en 2008, describe en su obra *Somos lo que comemos*. El significado social del consumo de alimentos y bebidas el énfasis que tiene la imagen corporal con la alimentación:

*"El consumo está íntimamente asociado a la imagen que cada uno tiene de sí mismo y la que proyecta a otras personas. Pero además, el consumo de alimentos y bebidas debe ser considerado como uno de los elementos fundamentales de cohesión dentro de una determinada comunidad. La comida constituye un medio universal para expresar sociabilidad y hospitalidad. Compartir alimentos es una forma de crear y mantener un sentido de comunión dentro de un determinado grupo social... la percepción de cohesión, de pertenencia a un determinado colectivo, de compartir determinados principios y formas de comprensión de lo general y de lo particular, de lo colectivo y de lo individual, de lo humano y de lo divino. Todo ello envuelto en muchas ocasiones en acontecimientos marcados por intensas experiencias personales y colectivas. Nacimientos, bodas, muertes, ritos de paso, festividades religiosas, cosechas, siembras, cambios de estaciones etc. son ocasiones en donde el consumo de alimentos adquiere una importante carga emocional, contribuyendo gracias a su carácter cíclico a estructurar y definir el tiempo y la vida de personas y grupos sociales. La alimentación supone un medio privilegiado para manifestar y reproducir las formas de pensamiento, los sistemas de creencias y comprensión simbólica de la realidad. Categorías de alimentos como saludables y no saludables, ordinarios y festivos, buenos y malos, femeninos y masculinos, infantiles y adultos, sagrados y profanos, de señores y esclavos, puros e impuros, etc., son la base sobre la que se construyen las normas que definen nuestra relación con otras personas, con nosotros mismos o con el entorno social y medioambiental del que formamos parte" (pág. 12).*

De lo social, histórico y filosófico, se pasa a la condición biológica la cual muestra al cuerpo humano con características distintivas de la delgadez y del sobrepeso, en cada género y edad cronológica. De aquí que el cuerpo humano sea objeto de inagotable admiración que siente, desea, expresa y se crea, al ser un organismo cuyas estructuras, funciones y facultades dan acceso al mundo; y se abre a la presencia corporal de sus

entornos social, cultural y ambiental. Todo ello dando lugar a la imagen (corporal) que contiene forma por sus tipos somáticos y fondo por sus contenidos orgánicos y de significado. El cuerpo se vive y repercute en la consciencia.

Para Schilder (1989), la imagen corporal es una Gestalt (integración) en constante estado de transformación y reorganización en el proceso de interactuar con el ambiente. La interacción biológica, psicológica y social, en la imagen, el cuerpo percibido es referida culturalmente a valores de belleza y posición social dando lugar a una evaluación evolutiva (Bruchon-Schweitzer 1992). Factores psicológicos como la autoestima, el autoconcepto, la aceptación social y la combinación de tres elementos: la apariencia física, las imágenes sensoriales y los recuerdos personales (Valdés et al., 1998). A partir del aprendizaje durante el desarrollo, la imagen y de la noción del propio cuerpo, se van uniendo al irse formando progresivamente desde las primeras etapas de la vida y las interacciones sociales. La autopercepción de la imagen corporal es la configuración global que forma el conjunto de representaciones, percepciones, sentimientos y actitudes que el individuo ha elaborado respecto a su cuerpo durante su existencia y a través de diferentes experiencias. (Bruchon-Schweitzer, 1992).

La imagen que un individuo tiene de sí mismo, influye en su comportamiento y se relaciona directamente con su personalidad, cogniciones, conductas equilibrio emocional. Por lo que la imagen corporal es configuración cognoscitiva compleja y consciente de las representaciones, percepciones, sentimientos y actitudes que el individuo elabora en relación de su propio cuerpo a lo largo de su vida y a través de diferentes experiencias: es una construcción social en la cual influyen aspectos biológicos, psicológicos, económicos y socioculturales (Gómez- Pérez Mitré, 1998).

### ¿DÓNDE QUEDA LA OBESIDAD?

En el contexto cultural. A comienzos del siglo XXI, la tendencia de la población femenina centra su atención en una cinta métrica, una báscula, la nutrición y el comer sano. Peso por aquí, peso por allá, daño por aquí, daño por allá, exigencias ambientales que presionan a los individuos en el logro de su condición física e imagen corporal como lo señalan Gómez-Pérezmitré, Saucedo y Unikel en 2000. Las consecuencias en salud se polarizan en extremos negativos: delgadez extrema y obesidad mórbida. La posibilidad de la insatisfacción corporal se incrementa ya que la percepción del tamaño y la forma corporal real, difieren con el tamaño y la forma ideal percibidos por el individuo. La insatisfacción refleja la discrepancia entre los atributos físicos autopercebidos y los estándares sociales que el sujeto ha ido interiorizando (Williamson et al., 1989).

Para finalizar se presentan las siguientes consideraciones:

- La fusión inadecuada alimentación, insatisfacción de la imagen corporal y hábitos alimenticios occidentales da como resultado más individuos con obesidad y sobrepeso malnutridos y desnutridos.
- La imagen corporal ideal centrada en una forma corporal más grande, voluminosa y muscular es para los hombres no para las mujeres.
- Las personas con sobrepeso y obesidad las que mayor grado de insatisfacción con la imagen corporal.

- La disminución de la actividad física en la vida cotidiana, lleva al aumento del sedentarismo y la obesidad.

La prevención de la obesidad estaría orientada a través de:

- La imagen corporal positiva previene la obesidad y el sobrepeso.
- La disminución de la presión cultural de la delgadez fortalece a los individuos y a sus familias sobre su condición de peso y la imagen corporal.
- La práctica de actividad física es esencial para la obtención de hábitos saludables y la consecuente imagen corporal: cuando se practica actividad física, se tiende a mejorar la satisfacción corporal.

### SUGERENCIAS

- Aumente su autoestima.
- Disminuya la ingesta de sal.
- Consuma alimentos variados y frescos.
- Consuma azúcares no refinados con moderación.
- Realice una dieta abundante en vegetales y frutas.
- Aprenda a elegir la calidad de los alimentos que se ingiera.
- Logre una percepción positiva de tu imagen corporal.
- Limite el consumo de alimentos curados, horneados, fritos o ahumados.
- Seleccione una dieta baja en grasas saturadas y rica en ácidos grasos poliinsaturadas.

Con este capítulo se concluyen los cuatro pilares en la prevención de la obesidad y el sobrepeso. Cuide su salud, prevenga riesgos.

### REFERENCIAS

- ¿De dónde viene la frase "Somos lo que comemos"? <http://www.nutrigenomica.udl.cat/blog/de-donde-viene-la-frase.html>. 12/03/2012 07:58.
- Aranda-Jiménez, G. (2008). Introducción: somos lo que comemos. El significado social del consumo de alimentos y bebidas. CPAG 18, 11-16.
- Bruchon-Schweitzer, M. (1992). Psicología del cuerpo. Barcelona. Herder.
- Feuerbach, L. (1850/1971) La ciencia y la Revolución. Berlin, Werner Schuffenhauer, Ed Academia-Verlag. Ludwig Feuerbach, Gesammelte Werke, Kleinere Schriften III, Bd. 10, S. 347-368. (Ed. Helmut Walther, 15.06.2005). Disponible en [http://www.ludwig-feuerbach.de/natur\\_rev.htm](http://www.ludwig-feuerbach.de/natur_rev.htm). Acceso 07-11-2014.
- Gómez-Peresmitré, G., Saucedo-Molina, T.J., & Unikel- Santoncini, C. (2000). Imagen corporal en los trastornos de la alimentación: La psicología social en el campo de la salud. En: Calleja N, y Gómez-Peresmitré G. (comp.) Psicología social: Investigación y aplicaciones en México. 267-315. México. Fondo de Cultura Económica.
- Gómez-Pérez mitré, G. (1998). Desordenes del comer: La imagen corporal en México. La psicología social en México. Revista Mexicana de Psicología, 7, 287-282.
- Paredes-López, O (2011 ) Nutrición, obesidad y envejecimiento La ciencia y los alimentos. Revista De La Universidad De México, NUEVA ÉPOCA, 83, 87-90. Disponible en <http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/8311/paredes/83paredes.html>
- Schilder, P. (1989). Imagen y apariencia del cuerpo humano. Argentina, Paidós.
- Williamson, D.A., Davis, C.J., Bennett, S.M., Goreczny, A.J., & Gleaves, D.H. (1989). Development of a simple procedure for assessing body image disturbances. Behavioral Assessment. 11, 433-446.

M.C.E.D. Dolores Patricia Delgado Jacobo