



Cofinanțat prin
programul Erasmus+
al Uniunii Europene



Breaking WEIGHT BIAS

Promovarea sănătății prin instrumente de formare
digitală fără a afecta starea de sănătate

Numărul proiectului:

2020-1-UK01-KA204-079106

4.2. Acceptarea și asumarea obezității (Coming out as fat)





Cuprins

CONȚINUT DE PREGĂTIRE	3
4.2. Acceptarea și asumarea obezității (Coming out as fat)	3
4.2.1. Revendicarea cuvântului "gras"	3
4.2.2. Coming out vs. Etalarea - ieșirea voită în evidență	4
4.2.3. Cât de mult contează vizibilitatea	6
RESURSE EXTERNE	8



CONȚINUT DE PREGĂTIRE

4.2. Acceptarea și asumarea obezității (Coming out as fat)

4.2.1. Revendicarea cuvântului "gras"

Cuvintele pot avea o mare putere mai ales dacă li se atribuie semnificații și asocieri negative. În cazul cuvântului „gras” se dezvăluie asocierea puternică și acceptată cultural cu noțiuni negative precum inferioritate, deficiență și lipsă de atractivitate (Lupton, 2013).

Timp de secole, idealizarea *corpurilor disciplinate* a exaltat calitățile autocontrolului ca fiind legate de un fel de superioritate morală (Lupton, 2013). Începând cu secolul al XX-lea, oamenii care trăiesc în corpuri mari se confruntă cu prejudecăți legate de greutate și sunt stigmatizați ca fiind incapabili să aibă o sănătate adecvată (și un aspect acceptabil din punct de vedere moral) iar, din acest motiv, nu merită beneficii și tratament egal în fiecare aspect al vieții lor.

În timp ce oamenii care suferă de obezitate sunt conștienți de presupusul lor “eșec moral” și se simt adesea foarte conștienți de sine în situații sociale, ei revendică pe bună dreptate cuvântul "gras" și se străduiesc să-l disocieze de conotațiile negative anterioare. Așa cum este ilustrat în studiile moderne (cum ar fi în cazul revistei "Fat Studies" <https://www.tandfonline.com/toc/ufts20/current>):

- cuvintele "gras" și "grăsime" sunt revendicate ca fiind mai puțin jignitoare decât termenii medicali care descriu în principal abaterile de la o normă acceptată din punct de vedere cultural;
- legătura dintre starea de sănătate și grăsime este contestată (nefiind dovedită statistic);
- persoanele în cauză se identifică ca o minoritate care se confruntă în mod constant cu discriminarea și marginalizarea și simt nevoia să opună rezistență (Lupton, 2013).

Ceea ce se numește acum *mișcarea de acceptare a supraponderalității/obezității*, **cuvântul "grăsime" este preferat ca termen descriptiv**, nu ca termen discriminator cu conotație negativă (Meadows & Daniélsdóttir, 2016). Acest lucru se datorează faptului că dorința mișcării este de a normaliza existența corpurilor mari și de a îndepărta anumite terminologii de conotațiile negative (Saguy & Ward, 2011).

"În mod ideal, grupul țintă ar trebui să fie cel care ajunge să decidă cu privire la eticheta utilizată pentru a-l descrie" (Meadows & Daniélsdóttir, 2016).



Etichetarea persoanelor cu un cuvânt care reprezintă o anumită calitate este un proces care normalizează divizarea socială (*Noi versus Ei*); ca atare, ridică mai multe întrebări în ceea ce privește legitimitatea tratamentului diferențiat și motivele din spatele unor astfel de nedreptăți sociale.

Cercetările arată că exprimarea cuvântului "gras" provoacă mai multe reacții negative decât cuvântul "supraponderal/obez", sporind astfel prejudecățile împotriva persoanelor care se identifică ca fiind grase (Brochu & Esses, 2011). Cu toate acestea, terminologia preferată variază în funcție de factorii situaționali, cum ar fi mediile sociale (Trainer et al., 2015).

În general, mișcarea contemporană încearcă să revendice cuvântul "gras" cu scopul de a ataca stigmatizarea legată de greutatea corporală și **de a promova diversitatea și egalitatea**. Prin urmare, în aceste condiții, cuvântul "gras" poate fi considerat un instrument folosit pentru a rezista opresiunii, prin atacarea sursei care provoacă opresiunea: tendințele discriminatorii care încearcă să evidențieze anumite grupuri sociale în detrimentul altora.

4.2.2. Dezvăluirea versus solicitarea de atenție (Coming Out versus Flaunting)

Mișcarea de acceptare a oamenilor care trăiesc cu obezitatea nu revendică doar un singur cuvânt, și anume "gras", mai degrabă, aceasta urmărește să sublinieze amploarea nedreptăților sociale provocate persoanelor care sunt clasificate drept "grase". În acest context, se caută restabilirea atributelor care au fost denaturate și care nu au nimic de-a face cu aspectul fizic.

Ca reacție la practicile discriminatorii și la inegalitatea socială, persoanele care nu se identifică ca fiind "normale" sau "cu un trup subțire" au început să renegocieze o identitate care nu se încadrează în reprezentările stereotipe ale *stigmatizărilor vizibile* (Saguy and Ward, 2011). Stigmatizările vizibile nu pot fi ascunse sau camuflate.

"Frica mea a fost înrădăcinată în cunoașterea stigmatizării din jurul persoanelor care trăiesc în corpuri mari" (Pausé, 2012, p. 44).

Reprezentările stereotipe ale grăsimii corporale în narațiunile populare și în mass-media au contribuit la asocierea cuvântului "gras" cu anormalitatea. Din acest motiv, eforturile de a renunța la stigmatizarea respectivă au condus la doi termeni diferiți:

- 1) Dezvăluirea - Acceptarea și asumarea obezității (Coming out as fat)
- 2) Solicitarea de atenție (Flaunting)



Acceptarea și asumarea obezității se echivalează cu refuzul de a fi orice altceva *în afară de a fi gras*. Poate părea un paradox, deoarece dimensiunea corpului este o caracteristică vizibilă (Pausé, 2012). Cu toate acestea, actul de promovare a vizibilității pentru a deconstrui stigmatizarea este o caracteristică importantă a activismului modern:

"Activiștii vorbesc despre acceptarea și asumarea obezității, ceea ce ne determină să regândim importanța vizibilității în strategiile de stigmatizare și de-stigmatizare" (Saguy & Ward, 2011, p. 56).

Această narațiune a fost creată pentru a sprijini drepturile și comunitățile homosexuale, în vremuri în care rasismul și discriminarea costau vieți, iar mișcările pentru drepturile civile contestau asuprirea și nedreptatea. Inspirată de mișcările pentru drepturile persoanelor homosexuale sau de culoare, narațiunea a devenit "un ritual de trecere, ceva care trebuie împărtășit cu alții" ca o afirmare a acceptării de sine și a mândriei (Saguy & Ward, 2011, p. 59). Adoptarea acestui tip de narațiune în cazul dimensiunii corpului echivalează cu alegerea de a **aprecia identitatea corectă așa cum este, fără modificări sau eforturi de a o ascunde**.

Aceasta vine ca o contestare directă a tipurilor de *management al identității analizate anterior*, precum cele discutate de renumitul sociolog Erving Goffman (Pausé, 2012, p. 46). În mișcarea *Coming out* indivizii pot ceda ocazional unui impuls sau nevoii de a fi considerați „normali” – adică membri ai grupului respectiv; în unele cazuri, ei pot alege chiar să acopere trăsături vizibile de diferențiere sau să evite întâlnirile sociale din cauza temei de expunere (Pausé, 2012, p. 46). Nu este cazul persoanelor care suferă de obezitate și care promovează aceste mișcări menite să atace stigmatizarea greutății corporale de la rădăcinile sale construite social.

Când vine vorba de stigmatizare, coming out diferă de *solicitarea de atenție (flouting)* până la un anumit punct. Solicitarea de atenție sugerează că persoana atrage în mod conștient atenția asupra caracteristicii sale stigmatizate; acest lucru se întâmplă ca o încercare de a normaliza această caracteristică și, prin urmare, de a contesta orice stereotipuri și concepții greșite, precum și discursurile dominante care neagă legitimitatea oricui încearcă să contracareze cultura preponderentă (Saguy & Ward, 2011, p. 57).

În timp ce mișcarea „coming out” a migrat de la politica identității și orientării sexuale la cea legată de greutate și era de așteptat să răspundă noilor contexte sociale, ea a rămas un puternic susținător al luptei împotriva stigmatizării.



4.2.3. Cât de mult contează vizibilitatea?

Stigmatizarea și multiplele sale implicații negative se bazează în mare măsură pe reacția instinctivă și defensivă de a fi în umbră sau, cel puțin, de a încerca să facă parte din grupuri dominante. Pentru a aduce schimbări sociale și pentru a îmbunătăți viața a mii de oameni, guvernele și factorii de decizie politică ar trebui să reconsidere **importanța vizibilității.**

Rezistența la stigmatizare poate fi eficientă numai dacă persoanele în cauză refuză să cedeze în fața "strategiilor care subliniază asemănarea" și "strategiilor politice radicale care pun accentul pe diferență" (Saguy & Ward, 2011, p.53). În ambele cazuri, adevărata identitate individuală este ținută ascunsă sub pretextul unor clasificări ușor de făcut, doar pentru a servi intereselor oamenilor limitați pentru încă o dată.

În timp ce stereotipurile și sentimentele negative precum „fatphobia” (frica patologică față de grăsime) sunt legate de natura vizibilă a acesteia, activiștii cer vizibilitate pentru oamenii care trăiesc într-un trupuri mari. Acest lucru se datorează faptului că destigmatizarea se poate întâmpla numai atunci când oamenii sunt văzuți și apreciați pentru ceea ce sunt cu adevărat și sunt tratați în mod egal și cu respect - la fel de mult ca toți ceilalți.

În acest context, vizibilitatea devine un fel de rezistență împotriva discursurilor dominante. O persoană își poate renegocia identitatea prin refuzul deschis să se încadreze într-o normă și acceptarea proprie cu încredere, în ciuda caracteristicilor de identificare ascunse anterior. Acest tip de renegociere prin *vizibilitate* se poate întâmpla în multe feluri; de exemplu, prin contestarea ipotezelor pre-existente, prin atribuirea de noi sensuri cuvintelor percepute anterior negativ, prin respingerea comportamentelor dăunătoare legate de stigmatizare (cum ar fi frica și dezgustul) sau pur și simplu prin provocarea altora de a reconsidera ideile sau atitudinile anterioare. Cu astfel de acțiuni strategice, vizibilitatea capătă importanță simbolică într-o cultură care exagerează și chiar demontează ideea de a fi diferit.

Importanța simbolică a vizibilității se bazează în principal pe faptul că înlocuiește „o stare temporară care trebuie remediată prin pierderea în greutate” cu „un aspect nenegociabil al sinelui” (Saguy & Ward, 2011, p.65). În acest fel, vizibilitatea permite oamenilor să-și accepte adevărata identitate și să se confrunte cu ceilalți fără a folosi tehnici de management al identității (Pausé, 2012), adică fără să-și dorească altceva sau o schimbare în viitor, fără a se ascunde și fără să fie nesinceri.



"Folosirea dreptului de a defini sensul propriului corp și de a da viață unor noi semnificații și practici culturale în jurul dimensiunilor corpului" (Saguy & Ward, 2011, p.74).

Când sensul cuvântului "gras" este revendicat cu succes, **oamenii își recapătă libertatea de a coexista ca egali cu ceilalți** și de a respinge atitudinile culturale care portretizează grăsimea ca pe ceva *urât, nesănătos și imoral*; în acest sens, ei *afirmă și valorifică o trăsătură* stigmatizată și vizibilă (Saguy & Ward, 2011, p.74). Prezentându-se în societate ca și cum stigmatizarea este deja îndepărtată din trăsătura vizibilă, indivizii își recapătă un sentiment de control și se pot simți împuterniciți (Brighenti, 2007).

"Vizibilitatea se află la intersecția dintre cele două domenii ale esteticii (relațiile de *percepție*) și politică (relațiile de *putere*)" (Brighenti, 2007, p.324).

Vizibilitatea și reprezentarea sunt antidoturile împotriva stigmatizării. Asta va ajuta profesioniștii din domeniul sănătății să fie mai calmi atunci când întâlnesc oameni de diferite dimensiuni ale corpului, fără a simți presiunea urgentă pe care o au pentru „a-i face să piardă imediat în greutate”. Mai mult, îi pot determina să câștige încredere în propriile lor corpuri și să-și reprezinte pacienții în comunitățile din domeniul sănătății.



RESURSE EXTERNE

- Bacon, L., & Aphramor, L. (2011). Weight science: Evaluating the evidence for a paradigm shift. *Nutrition Journal*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/1475-2891-10-9>
- Brighenti, A. (2007). Visibility. *Current Sociology*, 55(3), 323–342. <https://doi.org/10.1177/0011392107076079>
- Brochu, P. M., & Esses, V. M. (2011). What's in a name? the effects of the labels “fat” versus “overweight” on weight bias. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(8), 1981–2008. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00786.x>
- Campos, P., Saguy, A., Ernsberger, P., Oliver, E., & Gaesser, G. (2005). The epidemiology of overweight and obesity: Public Health Crisis or moral panic? *International Journal of Epidemiology*, 35(1), 55–60. <https://doi.org/10.1093/ije/dyi254>
- Chastain, R. (2019, May 2). *Recognizing and resisting diet culture*. National Eating Disorders Association. Retrieved November 19, 2021, from <https://www.nationaleatingdisorders.org/blog/recognizing-and-resisting-diet-culture>.
- Dolan, J. (2018). *The promised body: Diet culture, the FAT subject, and ambivalence as resistance*. Digital Commons @ University of South Florida. Retrieved November 19, 2021, from <https://scholarcommons.usf.edu/etd/7614>.
- Landow, S. (2021, September 1). *It's time to drop the moral panic about fatness*. UNSW Newsroom. Retrieved November 20, 2021, from <https://newsroom.unsw.edu.au/news/social-affairs/its-time-drop-moral-panic-about-fatness>.
- Lupton, D. (2013). *Fat politics: Collected writings*. University of Sydney. Retrieved November 20, 2021, from <https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/handle/2123/9021/Fat%20politics.pdf;sequence=2>.
- Meadows, A., & Daniélsdóttir, S. (2016). What's in a word? on weight stigma and terminology. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01527>
- NEDA. (2005). *kNOw Dieting: Risks and Reasons to Stop*. UC Berkeley . Retrieved November 19, 2021, from https://uhs.berkeley.edu/sites/default/files/bewell_nodieting.pdf.
- OpenLearn. (2014, May 23). *Is the UK in a moral panic about obesity?* OpenLearn. Retrieved November 20, 2021, from <https://www.open.edu/openlearn/people-politics-law/politics-policy-people/society-matters/the-uk-moral-panic-about-obesity>.
- Pausé, C. (2012). Live to tell: Coming out as fat. *Somatechnics*, 2(1), 42–56. <https://doi.org/10.3366/soma.2012.0038>
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2010). Obesity stigma: Important considerations for public health. *American Journal of Public Health*, 100(6), 1019–1028. <https://doi.org/10.2105/ajph.2009.159491>
- Saguy, A. C., & Ward, A. (2011). Coming out as fat. *Social Psychology Quarterly*, 74(1), 53–75. <https://doi.org/10.1177/0190272511398190>
- Trainer, S., Brewis, A., Williams, D., & Chavez, J. R. (2015). Obese, fat, or “just big”? young adult deployment of and reactions to weight terms. *Human Organization*, 74(3), 266–275. <https://doi.org/10.17730/0018-7259-74.3.266>



- van Amsterdam, N. (2013). Big fat inequalities, thin privilege: An intersectional perspective on 'body size.' *European Journal of Women's Studies*, 20(2), 155–169. <https://doi.org/10.1177/1350506812456461>
- WHO (2021). *Weight bias and obesity stigma: Considerations for the WHO European Region*. World Health Organization-Regional Office for Europe. Retrieved November 18, 2021, from https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0017/351026/WeightBias.pdf.
- Wilson S., Benning D. S., Racine E. S. (2001). *Examining the role of thin-ideal internalization in the relationship between reactions to high- and low-calorie food and eating pathology*. Retrieved February 7 2022 from <https://files.osf.io/v1/resources/yr5ej/providers/osfstorage/5f3fef3ff5791500b2ea6e21?action=download&direct&version=1>