

Alma Mater Studiorum Università di Bologna

DIPARTIMENTO DI INTERPRETAZIONE E TRADUZIONE

Corso di Laurea magistrale Specialized Translation (classe LM - 94)

TESI DI LAUREA

in Corpus Linguistics

Grassezza e obesità nei giornali italiani: una questione di rappresentazioni

CANDIDATA

Alice Balestra

RELATRICE

Silvia Bernardini

CORRELATRICE

Beatrice Spallaccia

Anno accademico 2020/2021

Sessione Unica

INDICE

ABSTRACT	1
RIASSUNTO	2
RESUMEN	3
1 Introduzione	5
2 Quadro teorico di riferimento	8
2.1 Il corpo come forma di controllo sociale	8
2.1.1 Il corpo grasso come problema razziale	9
2.1.2 Il corpo grasso come problema medico	12
2.1.2.1 Grassezza, obesità e salute	14
2.1.3 Il corpo grasso come problema estetico	20
2.2 Discriminazione e stigmatizzazione delle persone grasse	24
2.2.1 Discriminazioni in ambito lavorativo	25
2.2.2 Discriminazioni in ambito sanitario	26
2.2.3 Discriminazioni in ambito educativo	27
2.2.5 Discriminazioni in ambito rappresentativo	28
2.2.5.1 Prodotti di intrattenimento	29
2.2.5.2 Pubblicità	30
2.2.5.3 Mezzi di informazione	30
2.3 Rappresentazione di grassezza e obesità nei mezzi di comunicazione	31
2.3.1 Il potere dei media e l'analisi critica del discorso	32
2.3.1.1 Potere	33
2.3.1.2 Accesso	34
2.3.1.3 Comprensione	35
2.3.1.4 Modelli	35
2.3.1.5 Conoscenza	37
2.3.1.6 Attitudini e ideologie	37
2.3.1.7 Ripetizione	38
2.3.2 Linguistica dei corpora	39
2.3.3 Studi sulla rappresentazione di grassezza e obesità nei giornali	43

2.3.3.1	Grassezza e obesità nei giornali: cornici cognitive	44
2.3.3.2	Grassezza e obesità nei giornali: una prospettiva di genere.....	47
2.3.3.3	Grassezza e obesità nei giornali: linguaggio stigmatizzante	50
3	Metodologia	52
3.1	Scelta del genere testuale.....	52
3.2	Criteri di inclusione degli articoli nel corpus.....	53
3.2.1	Testate.....	53
3.2.2	Parole chiave utilizzate per la selezione dei testi	55
3.2.3	Periodo in analisi.....	57
3.2.4	Corpus di riferimento	57
3.2.5	Compilazione di corpus e sub-corpora.....	58
3.3	Analisi del corpus.....	59
3.3.1	Grassezza e obesità nei giornali italiani: cornici cognitive	60
3.3.1.1	Cornici cognitive generali	60
3.3.1.1.1	Discussione	65
3.3.1.1.2	Conclusioni	69
3.3.1.2	Cornici cognitive in base all'orientamento politico.....	71
3.3.1.2.1	Sub-corpus neutrale	72
3.3.1.2.1.1	Discussione	73
3.3.1.2.2	Sub-corpus di centro-sinistra	77
3.3.1.2.2.1	Discussione	78
3.3.1.2.3	Sub-corpus di centro-destra	81
3.3.1.2.3.1	Discussione	82
3.3.1.2.4	Conclusioni	84
3.3.2	Grassezza e obesità nei giornali italiani: una prospettiva di genere.....	86
3.3.2.1	Discussione.....	92
3.3.3	Grassezza e obesità nei giornali italiani: linguaggio stigmatizzante.....	93
3.3.3.1	Discussione.....	100
4	Conclusioni	101
	BIBLIOGRAFIA.....	106

TABELLE

Tab. 1 Ripartizione articoli in base alla parola chiave	57
Tab. 2 Numero di articoli per testata	59
Tab. 3 Numero di parole nel corpus	59
Tab. 4 Suddivisione parole chiave corpus in categorie semantiche	64
Tab. 5 Suddivisione categorie semantiche corpus in cornici cognitive.....	65
Tab. 6 Suddivisione parole chiave sub-corpus neutrale in categorie semantiche	73
Tab. 7 Suddivisione categorie semantiche sub-corpus neutrale in cornici cognitive.....	73
Tab. 8 Suddivisione parole chiave sub-corpus centro-sinistra in categorie semantiche	77
Tab. 9 Suddivisione categorie semantiche sub-corpus centro-sinistra in cornici cognitive	78
Tab. 10 Suddivisione parole chiave sub-corpus centro-destra in categorie semantiche	82
Tab. 11 Suddivisione categorie semantiche sub-corpus centro-destra in cornici cognitive	82
Tab. 12 Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna'	87
Tab. 13 Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna' in un corpus generale	88
Tab. 14 Co-occorrenze/collocati del lemma 'obeso'	94

FIGURE

Fig. 1 Suddivisione corpus per orientamento politico e per singola testata	59
--	----

ABSTRACT

Our contemporary society still sees the fat body as a problematic issue. This refusal originated as a racist control practice and developed as an esthetical and medical problem, resulting in the stigmatization and discrimination of this marginalized social group. Drawing on a corpus of about 157,000 words, the present study aims to shed light on how journalistic language might play a role in reinforcing prejudices towards fat people and, consequently, their stigmatization. The corpus contains 305 articles on fatness and/or obesity that were taken from six Italian newspapers representing different political leanings. The analysis is based on three main research questions: which frames are used to represent fat people in Italian newspapers? Do women get a particular treatment when talked about in relation to fatness/obesity? Do the articles employ any stigmatizing discourse strategies? Results show particular emphasis on the medical aspects of fatness/obesity, in terms of consequences on fat people's health due to their lifestyle choices, with little to no consideration of societal responsibility around weight stigma. There is also evidence of women being talked about more than men in connection with this topic, especially with regards to their duty to appear in a certain way and their responsibility as mothers. Furthermore, articles display a vast amount of stigmatizing discourses, that go from offensive referential and predicational strategies to an explicit mockery of fat people. In conclusion, the journalistic discourses on fatness/obesity analyzed in the present study show problematic traits possibly affecting fat people's quality of life and should be examined more extensively as to establish a generalizing pattern by taking a larger set of data into account.

RIASSUNTO

La società contemporanea continua a vedere il corpo grasso come un corpo problematico. Questo rifiuto ha origine in forme di controllo di tipo razzista e si è evoluto come problema estetico e medico, risultando nella stigmatizzazione e discriminazione di questo gruppo marginalizzato. Attraverso l'analisi di un corpus di circa 157.000 parole, il presente studio intende fare luce su come il linguaggio giornalistico potrebbe avere un ruolo nel rinforzare i pregiudizi verso le persone grasse e, di conseguenza, la loro stigmatizzazione. Il corpus contiene 305 articoli che parlano di grassezza od obesità, presi da sei testate italiane rappresentative di orientamenti politici differenti. L'analisi è basata su tre quesiti di ricerca: quali cornici cognitive vengono impiegate per parlare di grassezza/obesità? Le donne ricevono un trattamento particolare quando si parla di questa tematica? Gli articoli impiegano strategie discorsive stigmatizzanti? I risultati mostrano una particolare enfasi sugli aspetti medici di grassezza e obesità, in termini di conseguenze sulla salute delle persone grasse dovute alle loro scelte comportamentali, con minime considerazioni riguardo agli aspetti sociali che portano allo stigma sul peso. Si evidenzia inoltre come si parli maggiormente di grassezza e obesità in relazione alle donne, in particolare rispetto al loro dovere di apparire in una certa maniera o alla loro responsabilità in quanto madri. Gli articoli contengono altresì una grande quantità di discorsi stigmatizzanti, che vanno dall'utilizzo di strategie referenziali e predicative offensive, all'esplicito scherno delle persone grasse. In conclusione, i discorsi giornalistici relativi a grassezza e obesità analizzati nel presente studio dimostrano tratti problematici con potenziali riflessi sulla qualità della vita delle persone grasse, e dovrebbero essere studiate prendendo in considerazione quantità maggiori di dati per verificarne l'effettiva ricorrenza nei giornali italiani in generale.

RESUMEN

Nuestra sociedad contemporánea sigue viendo el cuerpo gordo como algo problemático. Este rechazo se originó como una práctica de control racista y se desarrolló como un problema estético y médico, dando lugar a la estigmatización y discriminación de este grupo social marginado. A partir de un corpus de unas 157.000 palabras, el presente estudio pretende arrojar luz sobre el papel que el lenguaje periodístico puede desempeñar en el refuerzo de los prejuicios hacia las personas gordas y, en consecuencia, de su estigmatización. El corpus contiene 305 artículos sobre la gordura y/o la obesidad, extraídos de seis periódicos italianos de diferentes tendencias políticas. El análisis se basa en tres preguntas principales de investigación: ¿qué marcos se utilizan para representar a las personas gordas en los periódicos italianos? ¿Reciben las mujeres un tratamiento particular al hablar de la gordura/obesidad? ¿Emplean los artículos alguna estrategia discursiva estigmatizante? Los resultados muestran un énfasis particular en los aspectos médicos de la gordura/obesidad, en términos de las consecuencias sobre la salud de las personas gordas debido a sus elecciones de estilo de vida, con poca o ninguna consideración de la responsabilidad social en torno al estigma del peso. También hay pruebas de que se habla más de las mujeres que de los hombres en relación con este tema, especialmente en lo que se refiere a su obligación de tener una determinada apariencia y a su responsabilidad como madres. Además, los artículos muestran una gran cantidad de discursos estigmatizantes, que van desde estrategias referenciales y predicativas ofensivas, hasta el escarnio explícito de las personas gordas. En conclusión, los discursos periodísticos sobre la gordura/obesidad analizados en el presente estudio muestran rasgos problemáticos que posiblemente afecten a la calidad de vida de las personas gordas y deberían ser examinados más a fondo para establecer un patrón generalizado, teniendo en cuenta un mayor conjunto de datos.

1 Introduzione

A partire dagli Stati Uniti negli anni '60 e '70, attraverso il notevole sforzo di attiviste e attivisti per la *fat acceptance* (lett. 'accettazione dei corpi grassi'), si è gradualmente iniziato a far luce sulle gravi ingiustizie che le persone grasse sono, ormai da troppo tempo, costrette a subire. Il dibattito sta fortunatamente arrivando anche in Italia grazie a progetti come Belle di Faccia (Meloni e Mibelli 2021) che, insieme a professioniste e professionisti nell'ambito dell'alimentazione, fanno divulgazione nel tentativo di creare consapevolezza su ciò che significa abitare un corpo grasso nella nostra società.

Il presente studio si pone come ambizioso obiettivo quello di aggiungere un piccolo tassello al dibattito attualmente in corso sullo stigma che colpisce le persone grasse. Ciò verrà fatto attraverso un'analisi di come la grassezza viene rappresentata nei giornali italiani e del modo in cui tale rappresentazione contribuisce a rafforzare una narrazione dei corpi grassi che ha gravi conseguenze sulla qualità della vita delle persone.

Avere un corpo grasso nella società occidentale contemporanea porta infatti con sé innumerevoli connotazioni negative: le persone grasse vengono generalmente considerate pigre, ingorde, poco intelligenti, brutte e senza auto-controllo (Puhl e Heuer 2009). Il rifiuto nei confronti delle persone grasse è stato inoltre esacerbato dalla diffusione di una retorica relativa alla cosiddetta 'epidemia dell'obesità', che ha contribuito ad aumentare il panico morale associato al corpo grasso e a giudicare la grassezza come un problema di salute che deve essere risolto e la cui responsabilità ricade sull'individuo (Rich e Evans 2005). La salute psicofisica delle persone grasse è fortemente influenzata da tali credenze, le quali hanno portato alla formazione di un vero e proprio stigma e a discriminazioni di varia natura (ibid.). Secondo diversi studi, i pregiudizi associati alle persone grasse non

sono però riconducibili esclusivamente a una questione di estetica o di salute: sono invece il frutto di un'interpretazione morale e culturale preesistente della grassezza (Boero 2007), che affonda le sue radici in dinamiche di potere di tipo sessista, razzista e classista (Erdman Farrel 2011). Se ancora oggi la percezione che si ha delle persone grasse è generalmente negativa, lo si deve in gran parte al tipo di rappresentazione che si fa di queste ultime.

Con il termine 'rappresentazione' si fa riferimento al processo mediante il quale i membri di una cultura utilizzano il linguaggio per produrre significato (Hall 1997). A partire da questa definizione è possibile inferire che nulla di tutto ciò che esiste o può esistere nel mondo (persone, oggetti, fenomeni) sia dotato di un significato fisso, definitivo o reale: è la società ad attribuire un significato alle cose (ibid.). Le rappresentazioni vengono quindi create attraverso il linguaggio, il quale può essere inteso in termini di 'discorso' nel momento in cui viene preso in considerazione il contesto sociale in cui viene utilizzato, in quanto pratica linguistica, e nel momento in cui viene utilizzato come mezzo per costruire aree del sapere, in quanto pratica sociale (Candlin, Maley, e Sutch 1999). Ne consegue che la nostra comprensione, interpretazione ed esperienza del mondo siano in una certa misura guidate, e allo stesso tempo limitate, dai discorsi a cui facciamo ricorso nel rappresentarlo (Brookes e Baker 2021).

I media in particolare sono un esempio molto eloquente di come lo stigma nei confronti delle persone grasse sia socialmente accettato (Puhl e Heuer 2009). Che si tratti di prodotti audiovisivi di intrattenimento, pubblicità o mezzi di informazione, le persone grasse vengono rappresentate in maniera superficiale, stereotipata e problematica dal punto di vista etico. Nello specifico, i mezzi di informazione giocano un ruolo fondamentale nel

plasmare la conoscenza degli individui e le loro attitudini nei confronti di questioni e gruppi sociali, oltre ad essere ritenuti la fonte di informazione primaria in merito a questioni di salute (Brookes e Baker 2021). Vari studi, condotti specialmente in contesto anglosassone, hanno dimostrato come la grassezza, trattata quasi esclusivamente in termini di obesità, venga principalmente presentata nei giornali come un problema di responsabilità individuale, una condizione attribuibile al comportamento dell'individuo. In questo modo viene riportata una visione della questione che, da un lato, è semplicemente scorretta e, dall'altro, contribuisce a mettere in secondo piano – o a eliminare direttamente dal discorso – la situazione di ingiustizia sociale che le persone grasse si trovano a dover affrontare.

Dal momento questo ambito di ricerca non ha ancora ricevuto le dovute attenzioni nel contesto italiano, il presente studio nasce proprio con l'intento di indagare il modo in cui grassezza e obesità vengono rappresentate nei giornali locali, partendo dall'assunto che le rappresentazioni offerte dai media non restituiscono uno sguardo trasparente sulla società (ibid.). Attraverso un'analisi che combina la metodologia della linguistica dei corpora e l'analisi critica del discorso, verranno esaminate sei testate italiane nel tentativo di rispondere a tre quesiti di ricerca, per fare luce sulla situazione italiana in merito alla rappresentazione dei corpi grassi. In primo luogo, si cercherà di determinare la prospettiva entro la quale vengono rappresentate grassezza e obesità in termini di cornici cognitive; successivamente, verranno evidenziate eventuali differenze nel trattare la questione secondo una prospettiva di genere; infine, verranno rintracciati nei vari articoli eventuali elementi discorsivi stigmatizzanti.

Per non ridurre artificialmente la complessità della questione, la prima parte del capitolo relativo al quadro teorico di riferimento è dedicata a un'analisi sociologica relativa al contesto di origine del problema con la grassezza nel mondo occidentale (Bordo 1993; Engeln 2018; Erdman Farrel 2011; Meloni e Mibelli 2021; Wolf 2002), seguita da un'esposizione delle conseguenze dello stigma sulla vita delle persone grasse (Aphramor 2005; Privato e Tomasetto 2013; Puhl e Heuer 2009). Di seguito, nel capitolo 3 verranno trattati gli approcci teorici relativi alla linguistica dei corpora (McEnery e Hardie 2012; Stubbs 2001) e all'analisi critica del discorso (van Dijk 1995), per poi esporre la metodologia utilizzata nel presente studio (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020; Brookes e Baker 2021) e presentarne i principali risultati. Infine, nel capitolo 4, tali risultati verranno discussi, insieme alle limitazioni dello studio e a proposte per eventuali ricerche future.

2 Quadro teorico di riferimento

2.1 Il corpo come forma di controllo sociale

Basandosi sull'opera di Douglas (1970) *Natural symbols*, Reischer e Koo (2004) parlano di come il corpo, in particolare quello femminile, rappresenti un simbolo del mondo sociale che abita e sia in grado di trasmetterne i relativi valori. Bordo (1993) fa riferimento a funzioni simboliche della corporatura, come la designazione dello status sociale o in quanto indice del valore morale e della capacità di auto-controllo di una persona. Secondo l'autrice il disprezzo della società contemporanea nei confronti dei corpi grassi non è relativo a una questione puramente estetica, quanto a un cambiamento nel simbolismo del

corpo. Un corpo che rispecchia i canoni ideali è quindi segno di partecipazione cooperativa a un sistema di valori culturali (Reischer e Koo 2004).

Definire tali valori e i loro cambiamento nel tempo non è sicuramente un'impresa facile, data la complessità della questione. Tuttavia, prima di analizzare il ruolo dei media italiani nella stigmatizzazione delle persone grasse, credo sia essenziale esporre almeno in parte come nasce il pregiudizio nei confronti di questo gruppo marginalizzato.

2.1.1 Il corpo grasso come problema razziale

Nel corso della storia, il corpo è sempre stato sottoposto a modifiche da parte dell'essere umano (Reischer e Koo 2004). Le ragioni alla base di queste modifiche sono di natura culturale: tra queste, l'affermare la propria aderenza a un gruppo sociale, dichiarare la propria identità in opposizione ad un altro gruppo o segnalare un cambiamento del proprio status sociale (ibid.).

Il corpo e le relative modifiche sono concetti sensibili al contesto storico, geografico, sociale e culturale in cui ci si trova o di cui si parla. Nella prima metà del diciottesimo secolo, ad esempio, agli occhi del mondo occidentale un corpo grasso era considerato simbolo di prosperità e salute, una discriminante nei confronti delle classi sociali meno abbienti che avevano un accesso limitato al cibo (Erdman Farrel 2011). Già al principio del 1900, invece, il medico statunitense Leonard Williams (1926) faceva riferimento a un presunto legame tra grado di 'civilizzazione' e grassezza, dichiarando che gli eccessi alimentari delle classi considerate 'inferiori' erano dovuti alla memoria subconscia dell'epoca in cui la disponibilità di cibo era carente e ciò le portava a mangiare più del

dovuto anche in periodi di abbondanza. In questo modo risultava particolarmente marcata, ancora una volta, la differenza tra queste ultime e l'élite, che invece era pienamente in grado di gestire le ricchezze della nuova società industrializzata. Williams (ibid.) spiegava inoltre come gli uomini nelle 'tribù selvagge' trovassero più attraenti le donne grasse, mentre in Inghilterra e negli Stati Uniti il grasso femminile era visto come qualcosa di ripugnante e da combattere per difendere l'onore del genere e della civiltà.

Il disprezzo nei confronti del corpo grasso, in particolare nel mondo occidentale, è dunque un fenomeno sviluppatosi nel corso del 1800 e presenta un legame profondo con la costruzione dell'identità razziale di statunitensi e britannici bianchi da una parte, e con il pensiero culturale, religioso, politico e scientifico relativo all'evoluzione e alla civilizzazione dall'altra (Erdman Farrel 2011). Secondo l'autrice, infatti, gli studiosi occidentali hanno passato secoli a catalogare l'intera esistenza su una scala gerarchica il cui culmine è rappresentato dalla perfezione divina. Con i minerali allo stadio più basso e preceduti da flora e fauna, gli esseri umani si trovavano sul gradino più alto di questa classificazione, ma non tutti allo stesso modo. Vi erano ulteriori differenziazioni e gerarchie interne al gruppo, secondo cui le persone europee presentavano una maggiore vicinanza a Dio, in opposizione a quelle asiatiche, africane e native americane. Il pensiero scientifico del diciannovesimo secolo si dedicò a studiare la 'naturale' evoluzione dell'essere umano, giungendo non solo alla costruzione di gerarchie razziali, sessuali e di genere, ma anche alla considerazione di alcuni tipi di corpo come superiori rispetto ad altri. In un periodo di grandi eventi politici, economici ma soprattutto legati a scoperte scientifiche e mediche, naturalisti, antropologi e sociologi scrissero a lungo dei loro viaggi extra-europei alla ricerca di evidenze 'oggettive' di questi corpi 'inferiori', concentrandosi ostensivamente su tratti corporei e pratiche culturali distintive. È a partire

da queste osservazioni che la mancanza di diritti economici, politici e sociali veniva giustificata sulla base di presunte differenze ‘naturali’ e non di sistemi politici ingiusti (Schiebinger 1993). In questo contesto va a formarsi l’idea, diffusa tra gli scienziati e studiosi del diciannovesimo e ventesimo secolo, del grasso come simbolo di inferiorità, un tratto distintivo degli esseri ‘primitivi’ e delle donne, in quanto considerate più a rischio di ingrassare rispetto agli uomini. Queste ultime venivano infatti, da una lato, descritte come creature ‘anaboliche’, ossia dotate di un metabolismo più lento, destinate ad accumulare energia per tappe indispensabili quali la gravidanza e l’allattamento, in contrapposizione al sistema ‘catabolico’ maschile che era intrinsecamente attivo ed energetico (Erdman Farrel 2011). Dall’altro lato, le donne venivano reputate meno in grado di resistere agli impulsi della nuova società consumistica alla luce della loro naturale propensione agli eccessi e mancanza di razionalità, essendo quest’ultima generalmente considerata una prerogativa maschile (Bordo 1993). Basti infatti pensare che un uomo che ingrassava lasciandosi andare ai confort della vita moderna veniva penalizzato socialmente in quanto paragonabile a una donna, enfatizzando così ulteriormente la presupposta inferiorità di queste ultime rispetto ai primi (Erdman Farrel 2011).

In sostanza, quindi, il grasso diventa una discriminante per le donne e le persone che si trovano più in basso nella scala evolutiva (africane, native, immigrate, criminali e prostitute) e, viceversa, la magrezza diviene simbolo identitario di chi occupa l’apice della gerarchia evolutiva e razziale: “gli aristocratici, i bianchi, gli uomini” (ibid., 64).

Nonostante la questione del corpo nero non sia parte dell’analisi linguistica al centro di questo studio, è fondamentale essere consapevoli delle radici non solo sessiste, ma anche

profondamente razziste nonché classiste che si trovano alla base dello stigma del corpo grasso.

2.1.2 Il corpo grasso come problema medico

Se da una parte il corpo grasso diventa un espediente utilizzato dai gruppi dominanti per dichiarare la loro superiorità e differenza rispetto a quelli razzializzati e per giustificare gerarchie sociali discriminatorie (Bourdieu 1984), dall'altra, un'ulteriore forma di controllo sociale contribuisce a diffondere tali credenze nella società occidentale: la medicalizzazione dei corpi.

Con 'medicalizzazione' si intende il processo tramite il quale si rende qualsiasi aspetto del funzionamento umano oggetto di scrutinio medico, creando una 'norma' che, di conseguenza, definisce tutto ciò che non la rispecchia come 'devianza', e non semplicemente come una sua normale variazione (Richie 2019). Questo concetto è strettamente collegato a quello di 'bio-potere' coniato da Foucault (1978) in riferimento al sistema dominante di controllo sociale nel mondo occidentale. Lo studioso francese analizza i nuovi meccanismi di potere tipici delle società moderne fondate sul liberalismo, le quali non vedono più il potere come un tipo di dominio coercitivo basato sull'uso della forza, bensì come una forma di auto-disciplinamento. L'efficacia del bio-potere si basa sui concetti di 'conoscenza' e 'desiderio': la produzione di conoscenza scientifica si traduce in una creazione di norme alle quali gli individui desiderano conformarsi, in quanto il potere di definire normalità e devianza fa sì che tali norme sembrino virtuose e giuste (Pylypa 1998). Si vanno così a definire tutte quelle pratiche che è necessario

seguire per essere considerati ‘in salute’ e, di conseguenza, cittadine e cittadini accettabili (Strings 2019).

Il discorso medico produce nuove forme di sapere, un sapere che però non è né neutrale né oggettivo, bensì rappresentativo di specifiche prospettive per scopi determinati (Pylypa 1998). Di fatto, se da una parte il processo di ‘medicalizzazione’

sembra promettere uno sviluppo virtuoso, aumentando la salute e la longevità della popolazione, [...] dall’altro procede attraverso un crescente controllo burocratico che sembra piuttosto funzionale alle esigenze del sistema capitalistico. (Campa 2015, 127)

Nel suo *Nascita della clinica: una archeologia dello sguardo medico*, Foucault (1969) parla infatti del prestigio e dell’autorità assunti dalla comunità medica a cavallo tra il diciottesimo e il diciannovesimo secolo alla luce del suo impiego del sapere ‘scientifico’, cosa che conferì alla medicina un considerevole potere, che ancora oggi detiene, nel definire la realtà (Pylypa 1998). Creando categorie di disturbi, l’ambito medico ha l’autorità di definire ciò che è ‘normale’ e identificare ciò che è ‘deviante’ attraverso misure statistiche, o norme, secondo cui gli individui vengono giudicati e si auto-giudicano.

È così che i corpi grassi iniziano a essere valutati più come casi clinici che come persone (Elson 2019), riprendendo il concetto di ‘sguardo clinico’ elaborato da Foucault (1969) che deumanizza il paziente privandolo della sua identità.

Da questo momento si inizia quindi a definire il corpo grasso all’interno della cornice medica dell’obesità, arrivando alla diffusione nei media contemporanei, in particolare statunitensi, di narrative relative a una ‘epidemia di obesità’. Queste narrative sono

supportate da evidenze scientifiche alquanto controverse, oltre ad essere problematiche a livello etico, in quanto potenzialmente discriminanti e poiché potrebbero

rather ironically, propel some people towards a state of ill-health through disordered relationships with the body and food¹. (Rich e Evans 2005, 342)

Ovviamente un buono stato di salute è da reputarsi in maniera necessariamente positiva e, in generale, qualcosa a cui tutte le persone aspirano. Il problema sorge laddove l'ipotetica mancanza di salute venisse usata come giustificazione per discriminare e stigmatizzare un gruppo di persone e come indice del valore morale delle stesse, andando inoltre a rendere marginali, se non a escludere totalmente, importanti considerazioni relative all'influenza della struttura sociale che queste persone abitano.

È inoltre fondamentale, pur andando al di là dello scopo di questo studio, introdurre almeno in parte le contraddizioni esistenti attorno al tema dell'obesità, in modo da sottolinearne la rilevanza.

2.1.2.1 Grassezza, obesità e salute

In ambito clinico l'obesità è effettivamente un fattore di rischio per altre patologie croniche (Privato e Tomasetto 2013). Tuttavia, troppo spesso si tende a ignorare sia che tali conseguenze sullo stato di salute dell'individuo sono direttamente collegate agli effetti della stigmatizzazione delle persone grasse (ibid.), sia che le sue cause non sono riconducibili esclusivamente al comportamento della persona. L'obesità è infatti una

¹ “alquanto ironicamente, peggiorare lo stato di salute di alcune persone, causando un rapporto disfunzionale con il corpo e con il cibo.” Trad. mia.

condizione estremamente complessa che dipende dall'interazione tra determinanti genetiche, ambientali e psico-sociali (OMS 2007) e non si configura, quindi, come una questione di mera responsabilità individuale. Basti pensare che, anche ipotizzando che l'obesità possa essere una patologia effettivamente curabile attraverso un cambio nel comportamento dell'individuo, lo stigma sul peso può portare la persona grassa a interiorizzare i pregiudizi a lei associati (Wang, Brownell, e Wadden 2004) e, di conseguenza, a evitare l'attività fisica e incentivare l'insorgenza di disturbi alimentari². È così che, paradossalmente, le due variabili tirate in causa per giustificare i preconcetti relativi alle persone grasse (pigritia, mancanza di forza di volontà, ecc.), se dispongono effettivamente di un certo grado di controllabilità (tenendo ovviamente conto di tutte le altre variabili potenzialmente impattanti, come ad esempio eventuali disabilità o il contesto ambientale ed economico), sono sempre più estranee alla volontà della persona proprio a causa dello stigma.

Il modo in cui ci si approccia e si affronta la questione dell'obesità e dei corpi grassi e, di rimando, il modo in cui le persone vengono informate attraverso i media al riguardo, presenta inoltre ulteriori problematiche di vario tipo. Innanzitutto, è importante evidenziare come, quando si parla di persone grasse al di fuori dell'ambito clinico, ad esempio attraverso i mezzi di comunicazione, la questione venga trattata all'interno di una cornice relativa all'obesità (Elson 2019). Essendo però l'obesità un concetto medico, ciò contribuisce alla patologizzazione delle persone grasse a prescindere (Murray 2008), risultando già di per sé un aspetto problematico. Parlare di 'persone obese', e non di 'persone grasse', al di fuori del contesto clinico risulta quindi stigmatizzante e perpetua

² https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0017/351026/WeightBias.pdf

l'idea che la condizione di salute dell'individuo possa essere determinata sulla base della forma del suo corpo.

Inoltre, il principale approccio alle persone grasse dal punto di vista sanitario si basa sulla gestione e controllo del peso. Viene infatti utilizzato un approccio cosiddetto 'normativo' al peso, che comprende cioè tutti quei principi e quelle pratiche sanitarie che lo considerano come il principale determinante della salute (Tylka et al. 2014). Esiste quindi, in campo medico, una grande enfasi sulla perdita di peso come principale metodo per migliorare lo stato di salute delle persone grasse. Ciò viene fatto a discapito di altre variabili che non vengono prese in considerazione e nonostante la mancanza di evidenze scientifiche che supportino l'efficacia di questo approccio, oltre alla presenza di svariati studi che, al contrario, ne sostengono la nocività (Aphramor 2005; Rich e Evans 2005). Gli interventi volti alla perdita di peso attraverso un cambiamento nelle abitudini alimentari e fisiche consigliati in ambito clinico presentano un tasso di fallimento pari al 95% (Aphramor 2005) e comprende non solo il mancato raggiungimento dello scopo prefissato, ma anche l'alta probabilità di recuperare il peso perso entro i due anni successivi (British Medical Journal 2000). I regimi dietetici focalizzati sulla perdita di peso presentano inoltre una vasta gamma di effetti e rischi per la salute che Aphramor (2005) cita nel suo saggio *Is A Weight-Centred Health Framework Salutogenic? Some Thoughts on Unhinging Certain Dietary Ideologies*: aumento di peso, compromissione del sistema immunitario, fragilità ossea, impoverimento del regime alimentare, sviluppo del disturbo da dieta cronica e di un'immagine corporea negativa, rafforzamento della sensazione di fallimento, influenza negativa sulle abitudini alimentari di bambini e bambine, disturbi dell'umore, aumento del rischio di abuso di lassativi, binge-eating,

comportamenti bulimici e fumo, diminuzione dell'attività fisica e aumento del rischio di problematiche cardiovascolari.

È stata inoltre provata l'efficacia di un approccio 'inclusivo' al peso che, in opposizione a quello normativo, si fonda sull'assunto che lo stato di salute e il benessere della persona non è determinabile a partire dal peso e dal tipo di corpo e, in caso di necessità di una dietoterapia, presuppone l'accesso a un contesto sanitario non stigmatizzante (Tylka et al. 2014). Questo approccio mette in discussione l'utilizzo del BMI (*Body Mass Index*), o IMC ('indice di massa corporea'), ossia il parametro normalmente utilizzato per determinare l'eventuale condizione di obesità, come determinante di salute e risultato di pratiche scorrette. Il modello inclusivo riconosce l'influenza positiva dell'attività fisica sul benessere cardiorespiratorio e di un comportamento alimentare basato sul cosiddetto *intuitive eating*, che comprende un processo di ascolto del proprio corpo per riuscire a percepire segnali quali la fame, il senso di sazietà e l'accogliere altre funzioni del cibo senza colpevolizzazioni, quali mangiare come momento di convivialità, fonte di piacere e conforto (Aphramor 2005; Bacon et al. 2005; Tylka et al. 2014). Vari studi attestano l'efficacia di un approccio inclusivo al peso sullo stato di salute a prescindere dal fatto che questo porti o meno a una perdita di peso, in quanto il dimagrimento, se presente, viene considerato un effetto collaterale e non lo scopo ultimo (American Dietetic Association 2002). Varie fonti attestano inoltre che persone dichiarate 'obese' con uno stile di vita attivo presentano un minore rischio di morbilità e mortalità rispetto a individui sedentari ma con un BMI che rientra nel range considerato 'normopeso' (American Dietetic Association 2002; Gaesser e Angadi 2021).

Non si tratta quindi di affermare che ogni persona grassa sia in salute, così come non lo sono tutte le persone non grasse, ma che continuare a focalizzarsi sul peso, a fronte dell'attestata fallibilità di questo approccio, dimostra una mancanza di etica e contribuisce a diffondere narrative tossiche. Tra queste: la credenza che ogni persona grassa abbia problemi di salute, che tali problemi possano essere risolti attraverso il dimagrimento, che dimagrire sia sempre frutto di una scelta e un cambiamento positivo, che intraprendere tale percorso non comporti rischi per la salute, che essere magri implichi necessariamente un buono stato di salute, che la perdita di peso sia raggiungibile in ogni caso nella misura in cui vi sia un impegno da parte della persona e vengano effettuati specifici cambiamenti nello stile di vita e, soprattutto, che è principalmente un dovere dell'individuo adattarsi a questa prerogativa, invece che considerare il mettere in discussione tali narrative e gestire le ingiustizie e le discriminazioni che ne derivano come un onere delle istituzioni (Aphramor 2005).

La pressione a perdere peso per 'guadagnare salute' imposta sulle persone grasse è quindi figlia di un retaggio culturale che è solo marginalmente legato al concetto di salute e fa unicamente riferimento a tutti quei preconcetti negativi associati al grasso.

Secondo le statistiche è vero che l'obesità è una condizione correlata con un impoverimento delle condizioni di salute delle persone, mortalità prematura e un costo per il sistema sanitario, pur essendo l'Italia uno dei paesi dell'OCSE con il più basso tasso di obesità tra persone adulte (Azzolini e Ricciardi 2019). Il punto è che l'obesità non è solo una questione di sbilancio energetico: essere una persona grassa o con obesità vuol dire vedere il proprio stato fisico e psichico intaccato dalla stigmatizzazione subita, ricevere diagnosi scorrette, mancate o superficiali, vuol dire evitare di farsi visitare per

via dello stigma percepito. Se il modo in cui le persone grasse vengono trattate in ambito medico fosse libero da stigma e pregiudizi non varierebbe solo il modo in cui viene percepita questa ‘epidemia dell’obesità’, ne varierebbe anche l’effettiva gravità.

Un'altra problematica che sorge nell’approcciarsi in questa maniera all’obesità deriva dal fatto che in questo modo vengono ignorate tutte le altre variabili di natura genetica, ambientale e socioeconomica che effettivamente giocano un ruolo nello stato di salute della persona. Appartenere a gruppi stigmatizzati è infatti “già di per sé un fattore di rischio per diverse patologie, in particolare la depressione e malattie dell’apparato cardiocircolatorio” (Privato e Tomasetto 2013, 77). È inoltre fondamentale sottolineare che le risorse di cui dispongono le persone a livello fisiologico, sociale, economico e culturale hanno un impatto sulla loro condizione di salute (Rich e Evans 2005). Vari studi dimostrano una correlazione tra status socioeconomico/ambiente e salute (Aphramor 2005) che vanno dalla possibilità di acquistare determinati tipi di alimenti, di spostarsi a piedi o in bici, all’avere la disponibilità di tempo e/o denaro da investire in attività fisica, solo per citare alcuni aspetti. A peggiori condizioni economiche corrisponde infatti una più alta probabilità di diagnosi di obesità, dal momento che si tende a consumare cibo più economico e peggiore a livello nutritivo (Cawley 2004) e, di fatto, nelle zone più povere, come nel caso del sud d’Italia rispetto al nord, vi è una più alta concentrazione di persone con obesità (Gallus et al. 2013). Di conseguenza, se consideriamo che la condizione socioeconomica influisce sullo stigma e lo stigma influisce sulle possibilità di impiego delle persone grasse, come vedremo in seguito, ci troviamo all’interno di un circolo vizioso che non può essere risolto se non con una rivalutazione del problema alla radice: è necessario spostare il focus della questione dal peso al problema dello stigma e delle ingiustizie sociali.

Questi fattori sono da tenere in considerazione se l'intento è effettivamente quello di migliorare la salute delle persone poiché, come riportato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità³, *salute* non implica solo la mancanza di condizioni patologiche, quanto uno stato di benessere fisico, mentale e sociale. Il problema dell'obesità non è di conseguenza una questione di peso o aspetto fisico, e non certo di salute così come viene proposta dalle principali narrative. È invece principalmente un problema di giustizia sociale.

2.1.3 Il corpo grasso come problema estetico

In un'analisi del corpo come mezzo di controllo sociale e simbolo di superiorità o valore morale è impossibile non prendere in considerazione la pressione derivante dagli standard di bellezza imposti dalla società che abitiamo.

L'aspetto fisico è strettamente collegato allo status sociale dell'individuo (Kuipers 2015). Essere considerata fisicamente bella o attraente aumenta il valore sociale della persona, la quale avrà più successo sia a livello economico che sociale rispetto a chi non rispecchia determinati standard (Dellinger e Williams 1997; Fox 1977; Hamermesh e Abrevaya 2013). In un mondo sempre più attento alle apparenze anche gli uomini non sono immuni da questo genere di pressione, ma sarebbe ingiusto e storicamente scorretto non analizzare la questione attraverso una prospettiva di genere. Questo aspetto è di fondamentale importanza, in quanto l'impatto sociale di un ideale di bellezza femminile è relativo alla sua capacità di sostenere e perpetuare dinamiche di potere e disuguaglianze di genere (Wolf 2002). Costrutti culturali quali la 'bellezza femminile' agiscono come una forma

³<https://www.who.int/about/governance/constitution#:~:text=Health%20is%20a%20state%20of,belief%2C%20economic%20or%20social%20condition.>

di controllo sociale di tipo normativo basato sull'interiorizzazione di norme e comportamenti volti a rinforzare dinamiche di potere. Tali dinamiche vincolano la libertà della persona, la quale si autoimpone di seguire determinati processi per raggiungere la 'bellezza ideale', rendendo così meno necessaria la presenza di forze esterne di controllo (Baker-Sperry e Grauerholz 2003; Fox 1977). La ricerca della perfezione fisica, basata su standard incredibilmente restrittivi e irrealistici come imperativo da cui dipende il valore della donna nasce con la società borghese quando, grazie alle istanze femministe, le altre coercizioni materiali nei confronti delle donne andavano allentandosi (Wolf 2002). Il concetto di 'bellezza ideale' è passibile di cambiamenti nel tempo e nello spazio, ma nell'odierna società globalizzata, e in particolare nel mondo occidentale, un corpo magro è considerato generalmente indice di bellezza, oltre che di status sociale (Baker-Sperry e Grauerholz 2003; Engeln 2018; Erdman Farrel 2011; Meloni e Mibelli 2021; Wolf 2002).

Modificare le proprie abitudini nel tentativo di raggiungere tali standard è considerata una pratica del tutto normale, come normale è considerato ricorrere all'aiuto delle sempre più influenti industrie della cosmesi, della dieta o della chirurgia estetica, ovvero tutte quelle attività che propongono prodotti o servizi tesi a modificare il nostro aspetto (Kuipers 2015). È nell'interesse di tali industrie far sì che le persone vogliano continuare a rincorrere degli standard irraggiungibili in modo da poter lucrare su delle insicurezze che le industrie stesse contribuiscono a creare (Engeln 2018). L'Italia, ad esempio, è il quinto paese al mondo per procedure di medicina o chirurgia estetica effettuate nel 2019, registrando per il quinto anno consecutivo un trend di crescita costante⁴; l'industria della cosmesi italiana registra nel 2018 un fatturato di 11.2 miliardi di euro⁵ e si stima che nel

⁴ <https://www.aicpe.org/2021/01/osservatorio-aicpe/>

⁵ <https://www.wired.it/economia/consumi/2019/02/18/cosmetica-italia-cosmoprof/>

2027 il valore globale di mercato dell'industria della dieta raggiungerà i 300 miliardi di dollari⁶.

Il modo in cui viene rappresentata la bellezza in associazione al successo nei prodotti audiovisivi e le immagini messe in circolazione dai mass media, specialmente nelle pubblicità, contribuiscono a creare uno stereotipo di femminilità (e mascolinità) al quale siamo sottoposte e sottoposti quotidianamente e al quale desideriamo conformarci, poiché tali immagini o modelli

ci appaiono scontati e vengono accettati più o meno acriticamente, [in quanto] costantemente reiterati e caricati di valori positivi da tutti o quasi i canali di comunicazione della *pop culture*. (Torresi 2005, 219)

È così che il corpo, in particolare quello femminile, viene sottoposto sempre più a un processo di 'oggettivazione' (Engeln 2018; Fredrickson e Roberts 1997), secondo il quale la donna esiste solo in quanto oggetto, la cui funzione primaria è quella di appagare lo sguardo altrui. Questo concetto è strettamente connesso a quello di *male gaze* (lett. 'sguardo maschile'), elaborato da Mulvey (1975). Secondo la critica cinematografica, le donne sugli schermi vengono rappresentate attraverso la prospettiva dell'uomo eterosessuale, che le vede come oggetti sessuali il cui unico scopo è quello di soddisfare lo sguardo dello spettatore, ovviamente uomo. Il concetto di *male gaze* è nato con riferimento all'ambito cinematografico, ma si è poi esteso a tutti gli altri media in cui la donna viene sessualizzata nonostante il sesso non abbia nulla a che vedere con ciò che si vuole rappresentare. Questo genere di prospettiva nei confronti delle donne è talmente

⁶ <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/weight-loss-and-diet-management-market>

popolare che viene facilmente interiorizzata da chiunque ne fruisca, comprese le donne stesse, le quali possono finire per auto-oggettivarsi.

Alla luce di quanto detto finora, si può quindi desumere come si sia arrivati a considerare il corpo magro una parte integrante di quella che è socialmente accettata come ‘bellezza oggettiva’ (Reischer e Koo 2004). È in questo contesto che il perseguimento di tale ideale ha contribuito a creare il fenomeno conosciuto come *diet culture*, o ‘cultura della dieta’, ovvero l’insieme di tutte quelle credenze e attività che attribuiscono una particolare importanza e valore all’aspetto fisico, specificatamente in relazione al(la perdita di) peso e alla forma corporea (Jovanovski e Jaeger 2022; Meloni e Mibelli 2021; O’Shea 2020). È una cultura incentrata sul raggiungimento della bellezza attraverso la perdita di peso, una pratica vista come necessariamente positiva, sull’associazione diretta tra corpo magro e salute senza alcuna valutazione del contesto (e dei risvolti negativi che ciò comporta) e sull’attribuzione di un più alto valore morale a coloro che rientrano nell’ideale estetico di magrezza socialmente condiviso (O’Shea 2020). Secondo la cultura della dieta il corpo, quello grasso in particolare, viene quindi visto come una ‘cosa’ che deve essere modificata per poter rientrare in standard irrealistici. Ciò viene fatto attraverso la perpetua sottomissione, tra le altre cose, a diete e programmi di allenamento estenuanti che, nonostante le generali dichiarazioni di intenti, poco hanno a che fare con la ricerca di uno stato di salute e benessere psicofisico (Jovanovski e Jaeger 2022) così come lo intende l’Organizzazione Mondiale della Sanità⁷, in quanto il loro vero e unico scopo è un altro: stigmatizzare il corpo grasso. La cultura della dieta implica attribuire un valore morale ai cibi e dividerli in alimenti ‘buoni’ e ‘cattivi’, ‘guadagnarsi’ un pasto a seguito di un

⁷<https://www.who.int/about/governance/constitution#:~:text=Health%20is%20a%20state%20of,belief%2C%20economic%20or%20social%20condition.>

allenamento e intraprendere diete restrittive in maniera autonoma e ciclica senza la supervisione di specialisti o specialiste, fomentando così sentimenti di insoddisfazione corporea, bassa autostima e normalizzando i disturbi alimentari (ibid.).

La cultura della dieta si manifesta anche nel linguaggio che si utilizza, attraverso quelli che vengono definiti *fat talk* e *diet talk*. Il primo è una forma di micro-aggressione, operata da persone principalmente non grasse, e implica esprimere disprezzo nei propri confronti alla luce del ‘sentirsi’ una persona grassa, implicando quindi disprezzo per le persone grasse in generale. Questo genere di discorso viene utilizzato, ad esempio, per alleviare il proprio senso di colpa per ciò che si è mangiato o per l’esercizio fisico che non si è fatto (Manici 2021). Il secondo fa invece riferimento all’ossessivo parlare di diete e calorie, accompagnato da un atteggiamento “moralistico e rigido verso i cibi” (Meloni e Mibelli 2021, 87)

Questa tendenza risulta ancora più problematica perché alimenta la credenza che la differenza tra un corpo magro e uno grasso stia unicamente nello sforzo (non) eseguito da parte della persona per raggiungerlo, andando così a ridurre il fenomeno a una questione di responsabilità individuale.

2.2 Discriminazione e stigmatizzazione delle persone grasse

Nelle sezioni precedenti, attraverso un’analisi necessariamente non esaustiva di come il corpo sia stato e venga tuttora sottoposto a regimi di controllo sociale, si è tentato di risalire alle principali cause storiche e sociologiche dei pregiudizi e stereotipi riguardanti le persone grasse. Tali preconcetti rientrano nel cosiddetto fenomeno del *weight bias* (lett.

‘pregiudizio sul peso’). Dal canto suo, il *weight bias* può tradursi in veri e propri atti discriminatori e ideologie negative, che in questo caso prendono il nome di *weight stigma*, o ‘stigma sul peso’⁸.

Il concetto di ‘stigma’, così come definito da Goffman (1963), è messo in opposizione al concetto di ‘normalità’: la società divide le persone in categorie in base alla presenza o assenza di attributi considerati ‘naturalì’, che ne vanno a definire l’‘identità sociale’ e che guidano il giudizio delle persone (Manici 2021). Nel caso dello stigma sul peso, i pregiudizi nei confronti delle persone grasse fanno sì che queste ultime vengano spesso tacciate di pigrizia, scarsa intelligenza, mancanza di forza di volontà, auto-controllo e tempra morale, rendendole di conseguenza più vulnerabili a situazioni di ingiustizia sociale, quali discriminazioni sul luogo di lavoro, in ambito sanitario, educativo e sociale (Puhl e Heuer 2009).

2.2.1 Discriminazioni in ambito lavorativo

In ambito professionale, ad esempio, le persone grasse sono considerate meno desiderabili, in quanto percepite come meno competenti, produttive, organizzate e diligenti, oltre che più indecise, pigre e disorganizzate (Larkin e Pines 1979). Le persone grasse hanno quindi meno probabilità di essere assunte, in particolare se donne e se per lavori a contatto col pubblico (ibid.), e in generale prospettive di lavoro più limitate rispetto a quelle considerate ‘normopeso’ (OECD e European Union 2016; cit. in Busetta, Campolo, e Panarello 2020). Le persone grasse vengono discriminate già a partire dal

⁸ <https://www.worldobesity.org/what-we-do/our-policy-priorities/weight-stigma>

processo di assunzione e il livello di discriminazione aumenta quando il fattore ‘peso’ si interseca con altre variabili penalizzate socialmente, ossia il genere e il luogo di origine. Da uno studio eseguito da Busetta, Campolo e Panarello (2020) è infatti emerso che in Italia, dopo l’origine geografica, il peso è una delle maggiori discriminanti in campo lavorativo; quando questi fattori entrano in contatto, la situazione risulta particolarmente grave. Infatti, a parità di competenze, se gli uomini italiani giudicati ‘normopeso’ hanno una probabilità del 63% di essere richiamati dopo un colloquio di lavoro, le donne italiane ‘normopeso’ hanno una probabilità del 54% di essere richiamate, quelle italiane con obesità del 49%, e quelle non italiane con obesità solo del 17%. Il peso ha un effetto anche sul salario, che diminuisce all’aumentare del BMI della persona, con un impatto statisticamente più significativo nei paesi dell’Europa meridionale, tra cui l’Italia, rispetto a quelli dell’Europa settentrionale, probabilmente alla luce di una maggiore preoccupazione sociale in relazione all’aumento di peso (Brunello e D’Hombres 2007).

2.2.2 Discriminazioni in ambito sanitario

Dal punto di vista sanitario, come introdotto in precedenza, le persone grasse si trovano a dover far fronte a discriminazioni e trattamenti ingiusti. A prescindere dalla ragione che le ha portate a richiedere un consulto medico, le persone grasse vengono tipicamente valutate in prima istanza sulla base del proprio peso e ricevono suggerimenti riguardo a interventi relativi alla perdita di peso e consigli nutrizionali, anche se la problematica presentata non ha nulla a che vedere con questa tematica (Tylka et al. 2014). Ne consegue quindi un’alta probabilità di diagnosi mancate o fatte in ritardo e una maggiore tendenza a evitare di richiedere un consulto da parte della persona per via della discriminazione

percepita (NAAFA 2020). Questi fattori dovrebbero essere tenuti in considerazione al momento di valutare l'impatto e l'effettiva pericolosità dell'obesità. I pregiudizi della comunità medica nei confronti delle persone grasse si traducono infatti in visite più brevi, superficiali, con un minore grado di empatia tra curante e paziente, e gravi ricadute sul piano della salute (Hebl e Xu 2001).

2.2.3 Discriminazioni in ambito educativo

Lo stigma e il pregiudizio sul peso hanno un impatto anche nell'ambito educativo. Questo va dal subire stigmatizzazioni da parte del corpo docente, dai pari e dai genitori (Puhl e Brownell 2001), all'avere meno propensione e successo nel proseguire un percorso di formazione (Puhl e Heuer 2009). Questi aspetti sono da tenere a mente, considerando che le esperienze di bullismo e scherno relative al peso vissute in fase di crescita giocano un ruolo decisivo nel predire sintomi depressivi (Privato e Tomasetto 2013; Sarwer et al. 2008).

2.2.4 Discriminazioni in ambito sociale

Ovviamente le persone grasse subiscono discriminazioni anche dal punto di vista sociale, dove lo stigma si manifesta in modalità di diversa natura. Innanzitutto, lo stigma sul peso si manifesta in fenomeni particolarmente preoccupanti quali il *fat shaming*, che implica offendere una persona con commenti relativi al suo peso, o atti di bullismo in generale sia offline che online attraverso il cyberbullismo. Inoltre, attacchi interpersonali o commenti negativi in relazione al peso, ricevuti tanto da familiari quanto da persone

sconosciute, sono tra le esperienze stigmatizzanti più comuni (ibid.). Un altro fenomeno di discriminazione riguarda la difficoltà o impossibilità riscontrate dalle persone grasse nel trovare vestiti della loro taglia, in quanto la stragrande maggioranza delle attività del settore produce indumenti che non prevedono l'esistenza dei corpi grassi e men che meno quelli molto grassi (Kristen 2002). Bisogna inoltre considerare l'eventuale presenza di barriere architettoniche, come sedie di misura ristretta, le quali possono far sì che si verifichino situazioni di esclusione sociale (Friedman, Ashmore, e Applegate 2008).

2.2.5 Discriminazioni in ambito rappresentativo

È inoltre fondamentale menzionare come la rappresentazione delle persone grasse nei media abbia un fortissimo impatto sull'esperienza e la percezione di queste ultime. I media sono “a striking illustration of the social acceptability of weight stigma”⁹ (Puhl e Heuer 2009, 950): le persone grasse rimangono infatti uno degli ultimi gruppi marginalizzati ritenuti un bersaglio di scherno accettabile (ibid.). Puhl e Heuer (2009) hanno pubblicato uno studio dove riportano tutte le analisi aggiornate di come vengono rappresentate le persone grasse in vari canali mediatici, tra prodotti di intrattenimento, pubblicità e mezzi d'informazione.

⁹ “Un esempio lampante dell'accettabilità sociale dello stigma sul peso.” Trad. mia.

2.2.5.1 Prodotti di intrattenimento

Nei prodotti audiovisivi di intrattenimento le persone grasse vengono rappresentate in opposizione a quelle magre, dove le prime, se presenti, interpretano ruoli marginali o comunque stereotipati, raramente sono protagoniste di relazioni romantiche e spesso vengono utilizzate come espediente comico proprio alla luce dei preconcetti che le caratterizzano, mentre le seconde sono in linea di massima portatrici di attributi desiderabili e interpretano più spesso ruoli centrali (Greenberg et al. 2003; Puhl e Heuer 2009; White, Brown, e Ginsburg 1999). Basti pensare a come venga ancora utilizzata in alcuni prodotti audiovisivi la *fat suit*, un'imbottitura di gommapiuma molto in voga negli anni '90 e i primi anni Duemila, per far sì che un attore o attrice 'normopeso' possano interpretare personaggi grassi o, ancora peggio, per sfruttare la grassezza in termini ridicolizzanti o per raccontare un passato triste che poi si è superato dimagrendo (Meloni e Mibelli 2021). La stigmatizzazione dei personaggi grassi è di tipo verbale e diretta, e non sono state riscontrate differenze significative tra uomini e donne come bersagli di scherno. Tuttavia, gli uomini sono tre volte più spesso gli agenti della stigmatizzazione rispetto alle donne (Himes e Thompson 2007). Nei prodotti audiovisivi per l'infanzia è stata riscontrata una grande sottorappresentanza di personaggi grassi, in opposizione a una sovrarappresentanza di personaggi 'sottopeso', in particolare per quanto riguarda quelli femminili (Fouts e Vaughan 2002; Greenberg et al. 2003; Klein e Shiffman 2005; Puhl e Heuer 2009; Robinson, Callister, e Jankoski 2008). Anche in questo caso i personaggi, soprattutto femminili, vengono rappresentati in associazione a caratteristiche socialmente desiderabili, quali socievolezza, gentilezza, felicità e successo, mentre quelli grassi vengono spesso associati a tratti negativi come crudeltà, cattiveria, asocialità e bruttezza, e vengono spesso ritratti mentre mangiano o pensano al cibo (Herbozo et al.

2004). È senza dubbio un tipo di rappresentazione che non rispecchia la realtà e fomenta una percezione distorta dei corpi, contribuendo così a rinforzare i pregiudizi nei confronti delle persone grasse (Puhl e Heuer 2009).

2.2.5.2 Pubblicità

Le pubblicità, come accennato in precedenza, sono un'altra fonte di stigmatizzazione a causa del tipo di rappresentazione che fanno dei corpi. La pubblicità non mostra persone, bensì 'tipi' (Torresi 2005), e questi 'tipi' rispecchiano inevitabilmente degli ideali. Le persone che ritroviamo nelle pubblicità sono modelli di femminilità e mascolinità e, di conseguenza, le persone grasse sono praticamente assenti oppure, se presenti, rappresentate come infelici, poco attraenti, ad esempio in pubblicità per prodotti dimagranti e spesso associate a foto del 'prima e dopo'. Questo genere di rappresentazione produce effetti stigmatizzanti in quanto fa passare il messaggio sia che perdere peso è un traguardo facilmente raggiungibile, sia che renderà la persona più felice (Blaine e McElroy 2002; Puhl e Heuer 2009).

2.2.5.3 Mezzi di informazione

Infine, il modo in cui si parla di obesità e grassezza e il modo in cui vengono rappresentate in generale nei mezzi di comunicazione hanno un ruolo fondamentale nell'informare, riflettere e guidare l'opinione pubblica nei riguardi della questione (van Dijk 1995). Vari studi, condotti particolarmente in contesto anglosassone, hanno analizzato il modo in cui viene interpretata ed esposta al pubblico in termini di cause e soluzioni (Atanasova e

Koteyko 2017; Bonfiglioli et al. 2007; Kim e Telleen 2017; Lawrence 2004), evidenziando l'influenza di preconcetti culturali e sociali preesistenti sulla grassezza (Boero 2007). Da tali ricerche emerge infatti che obesità e grassezza vengono trattate principalmente all'interno di una cornice relativa alla responsabilità individuale, enfatizzando cioè cause e soluzioni individualistiche (dieta e attività fisica) e mettendo in secondo piano le altre dimensioni della questione, in particolare nei mezzi di comunicazione di stampo più conservatore (Baker et al. 2020). In questa maniera si contribuisce a fomentare la colpevolizzazione dell'individuo e ad accrescere potenzialmente i pregiudizi sul peso (Puhl e Heuer 2009). È stato inoltre evidenziato come, nei mezzi di informazione, si stigmatizzano le persone grasse associandole a concetti negativi quali pigrizia e irresponsabilità, e come la grassezza venga presentata in quanto problematica principalmente femminile (Sandberg 2007). Dal momento che in Italia il discorso relativo a grassezza e obesità è ad oggi una tematica scarsamente analizzata in ambito accademico, proprio su questi ultimi aspetti che si focalizza la mia analisi: in che modo i giornali italiani parlano di obesità e grassezza? Anche in questo contesto alle donne viene riservato un trattamento differente rispetto agli uomini? Il linguaggio che utilizzano è stigmatizzante?

2.3 Rappresentazione di grassezza e obesità nei mezzi di comunicazione

Il linguaggio ha il potere di determinare il modo in cui questioni relative a salute e patologie vengono interpretate e vissute dalla società, in particolare quando si tratta di condizioni al centro di contestazioni, come nel caso dell'obesità (Baker et al. 2020). Di conseguenza, un'analisi della maniera in cui vengono inquadrare grassezza e obesità nei

mezzi di informazione italiani è fondamentale per comprendere in che misura questi ultimi esercitano un'influenza sulla percezione della questione e sul protrarsi di pregiudizi e discriminazioni. Prima di procedere in questo senso, verrà proposta un'introduzione al modo in cui questo campo di ricerca viene trattato a livello teorico. Prima di tutto verranno introdotti i principali meccanismi che regolano la capacità dei media di esercitare un controllo sulle opinioni delle persone secondo i criteri studiati dall'analisi critica del discorso (*Critical Discourse Analysis*, CDA) (van Dijk 2001), la prospettiva attraverso cui verrà affrontata la presente analisi. Successivamente, verranno esposte le basi teoriche relative alla metodologia a cui fa riferimento il presente studio: la linguistica dei corpora. Infine, verrà presentata la letteratura esistente rispetto ai tre quesiti di ricerca protagonisti di questo progetto: le principali cornici cognitive utilizzate nei mezzi di informazione quando si parla di grassezza e obesità, la presenza di differenze nel trattare la questione sulla base del genere e la presenza nei testi di elementi discorsivi stigmatizzanti.

2.3.1 Il potere dei media e l'analisi critica del discorso

Gli effetti prodotti dai media sulla percezione della realtà sono stati a lungo studiati. Van Dijk (1995) afferma che il loro potere non si limita a esercitare un'influenza su chi legge. I mezzi di comunicazione giocano invece un ruolo nel più ampio quadro delle strutture dominanti a livello sociale, culturale, politico ed economico interne alla società. Sul piano teorico, studiare tali dinamiche rientra nell'ambito multidisciplinare dell'analisi del discorso (*Discourse Analysis*, DA), una disciplina appartenente alle scienze sociali e umaniste che analizza le funzioni di testo e discorso all'interno di specifici contesti

sociali, politici e culturali. Laddove tale analisi dovesse focalizzarsi esplicitamente sul modo in cui testo e discorso sono parte attiva della riproduzione di situazioni di abuso di potere, dominio e ingiustizie all'interno di uno specifico contesto culturale e politico, allora si fa riferimento alla branca di questa materia denominata analisi critica del discorso. Chi opera in questo senso assume apertamente una posizione nei confronti di una questione sociale e il suo scopo è quello di esaminare, comprendere e mettere in mostra le ingiustizie sociali che ne derivano (van Dijk 2001). Questo approccio prevede un'analisi dettagliata delle strutture e strategie di tali discorsi e del modo in cui questi ultimi si correlano con le istituzioni dominanti, da una parte, e con il pubblico, dall'altra (van Dijk 1995). Van Dijk (1995) fornisce un resoconto dettagliato delle proprietà strutturali e delle condizioni che devono verificarsi per far sì che questo tipo di influenza possa effettivamente avere luogo, che verranno brevemente riassunte qui di seguito.

2.3.1.1 Potere

Il potere esercitato dai media è generalmente di tipo simbolico e persuasivo. Non può, cioè, avere un impatto diretto sulle azioni di chi ne fruisce: si tratta più che altro di un potenziale controllo sulle loro intenzioni, opinioni, credenze e sul loro livello di conoscenza. Ciò implica che la 'resistenza' da parte dell'utente a tale persuasione dipende dalla sua capacità di comprendere le implicazioni di questa forma di controllo, che risulta tanto più efficace quanto più alto è il grado di accettazione delle notizie in quanto valide, affidabili e corrette da parte dell'individuo.

2.3.1.2 Accesso

Il concetto di ‘accesso’ è fondamentale nell’analisi del potere dei media, in quanto il potere si fonda sulla possibilità di accesso a risorse sociali di valore, come nel caso dell’accesso al dibattito pubblico attraverso i media. A certi gruppi sociali, come membri della politica o altre personalità influenti, può infatti essere attribuito un certo grado di potere sulla base della loro possibilità di accedere a, e di conseguenza influenzare in qualche misura, questo genere di risorse. Se quindi le ‘persone ordinarie’ hanno un tipo di accesso attivo e controllato a conversazioni di qualsivoglia natura con loro ‘pari’, molto meno attivo sarà il loro tipo di influenza sul contenuto delle notizie, di cui in genere potranno essere fruitori passivi. Al contrario, gruppi che occupano posizioni privilegiate o istituzioni sono definiti dal loro più ampio margine di accesso a discorsi pubblici o eventi comunicativi di vario tipo, alla luce dell’interesse dei media nel farsi portatori delle loro opinioni o punti di vista, e che quindi permettono loro tale accesso. Tuttavia, grazie alla facoltà dei media di controllare a chi viene concesso di accedere e in quali termini, tali gruppi dipendono da questi ultimi per poter esercitare parte del loro stesso potere. In questo modo, i media diventano essi stessi istituzioni di dominio, non solo rispetto al loro pubblico in generale, ma anche rispetto ad altre istituzioni elitarie di cui sopra. Questo tipo di potere si traduce nella facoltà di scegliere, tra le altre cose, il tipo di linguaggio usato e le tematiche trattate in funzione della circostanza. Si può quindi affermare che il potere sociale di un gruppo o istituzione è proporzionale alla quantità di proprietà e generi discorsivi che sono in grado di controllare.

A un accesso privilegiato alle menti del pubblico attraverso i media non consegue necessariamente un controllo su di esso. Da una parte, chi legge detiene un certo grado di

libertà nello scegliere di fruire o meno dei messaggi mediatici. Dall'altra, non è scontato che l'utente 'cambi idea' in accordo con quanto detto in tali messaggi. Varie forme di resistenza quali rifiuto di un'idea, scetticismo e senso critico possono essere messe in atto e manifestare modalità di contropotere. Anche in questo caso, di conseguenza, vari fattori entrano in gioco da parte dell'utente per far sì che questo tipo di influenza abbia luogo.

2.3.1.3 Comprensione

Chi fruisce delle notizie deve innanzitutto possedere un certo grado di conoscenze che permettano di comprendere ciò che si sta leggendo o ascoltando. Non si tratta solo di conoscenze linguistiche, grammaticali o di settore (termini più o meno specialistici in ambito, ad esempio, di politica, medicina o economia). Presuppone bensì una vasta dose di 'conoscenza del mondo', ossia tutte quelle competenze non linguistiche che fanno sì che l'utente possa interpretare le informazioni ricevute e attribuire loro un significato sulla base di conoscenze pregresse sul contesto ed eventi simili a quelli di cui si sta trattando. Di conseguenza, uno scarso livello di educazione potrebbe avere un impatto negativo sulla capacità di comprendere e interpretare i testi mediatici.

2.3.1.4 Modelli

Una nozione strettamente legata a quella di comprensione è la nozione di 'modello', ossia una rappresentazione mentale di un'esperienza, o evento, a cui le persone partecipano, assistono o, in questo caso, di cui leggono in un giornale. Comprendere una notizia significa che chi legge è in grado di costruire nella sua mente un modello dell'evento di

cui si scrive. Nonostante tale modello rappresenti la comprensione soggettiva dell'utente riguardo all'evento in questione, includerà anche un certo grado di associazioni relative ad opinioni e conoscenze socialmente condivise. Di conseguenza, la conoscenza e le attitudini del gruppo sociale a cui appartiene chi legge determineranno i modelli mentali che si attiveranno al momento di leggere una notizia. È precisamente l'obiettivo di chi scrive far sì che chi legge crei un modello a partire dalla notizia, in quanto la struttura e i contenuti di tali modelli possono essere manipolati dalla struttura e i contenuti della notizia stessa. È fondamentale tenere a mente che chi scrive possiede un preciso modello relativo all'evento in questione ed è nel suo interesse, in maniera più o meno conscia, scrivere in modo che anche chi ne fruisce costruisca un modello quantomeno simile al suo di tale evento. In questo caso stiamo parlando di quelli che van Dijk (1995) definisce 'modelli preferiti', ossia le colonne portanti del processo di persuasione e controllo sul pubblico messi in atto dai media, specialmente se tali modelli si trovano in conflitto con il migliore interesse di chi legge e in accordo con quello dei gruppi dominanti. Uno dei modi per influenzare la struttura di un modello e, di conseguenza, la comprensione di una notizia, comprende la manipolazione di quelli che sono considerati i suoi aspetti importanti, conferendo loro una posizione prominente all'interno della notizia stessa, per esempio nel titolo o attraverso l'uso di fotografie. Al contrario, se è nell'intenzione di chi scrive far sì che non venga conferita attenzione a determinati aspetti di un evento mediatico, a tali informazioni verrà conferito un ruolo marginale o non verranno proprio trattate all'interno della notizia. Questa strategia rientra nel cosiddetto processo di *framing* (Entman 1993), che verrà trattato più nel dettaglio nella sezione 2.3.3.1.

2.3.1.5 Conoscenza

Dal momento che la comprensione dei messaggi mediatici e la costruzione dei relativi modelli fanno riferimento a conoscenze generali socialmente condivise, il controllo di tali conoscenze può indirettamente avere un'influenza sulla comprensione. Se i media nel trattare determinati argomenti evitano di fornire informazioni dettagliate riguardo agli interessi in gioco da parte dei gruppi dominanti, siano questi di natura politica, economica o sociale, la conoscenza e il grado di comprensione di chi legge risulterà in qualche modo limitata. È nell'interesse di tali gruppi dominanti far sì che la comprensione pubblica a questo riguardo sia minima, così come fa loro comodo che altri mezzi di comunicazione in grado di offrire conoscenze contestuali e in opposizione ai 'modelli preferiti' rimangano in una posizione di marginalità. Influenzare la conoscenza del pubblico è un processo complesso e tutt'altro che trasparente: sono necessarie strategie efficaci che enfatizzino la credibilità della notizia, quali l'utilizzo di statistiche, fonti autorevoli o fotografie.

2.3.1.6 Attitudini e ideologie

Secondo van Dijk (1995), se il controllo della conoscenza influisce sulla comprensione dei messaggi mediatici, il controllo delle attitudini e delle ideologie influisce sulla loro valutazione. Esiste una vasta gamma di mezzi discorsivi che possono suggerire valutazioni negative nei confronti di determinate tematiche o gruppi sociali, come ad esempio enfasi iperboliche su comportamenti socialmente considerati sbagliati o altri strumenti retorici, quali metafore o paragoni che contribuiscano a creare un 'noi' e un 'loro' nettamente separati. Di conseguenza, il controllo delle attitudini può essere un

risultato del controllo dei discorsi e delle tematiche trattati dai mezzi di comunicazione, così come dallo stile e dalla retorica da loro utilizzati, fino al raggiungimento di quelle che Gramsci (2014) definiva ‘egemonie culturali’. Il concetto elaborato dal politico e filosofo italiano faceva riferimento a una forma di dominio culturale di un gruppo sociale su tutti gli altri, raggiunto attraverso l’interiorizzazione, da parte di questi ultimi, del punto di vista dei primi. Tale risultato è, ancora una volta, dipendente in certa misura dalla disponibilità di conoscenze oppostive e di fonti di informazione alternative, nonché da ideologie di natura diversa rispetto a quelle supportate dai media dominanti, ossia sistemi di norme e valori che regolano lo sviluppo delle più specifiche attitudini sociali di un certo gruppo.

2.3.1.7 Ripetizione

Un ultimo aspetto cruciale da trattare per comprendere gli aspetti di interesse nell’analisi del discorso è relativo al concetto di ripetizione. Una volta fissati i sopracitati aspetti relativi a conoscenza, attitudini e ideologie attraverso la loro reiterazione all’interno di messaggi mediatici e altre forme di discorso pubblico, come nell’ambito educativo, certi schemi potrebbero attivarsi autonomamente nel momento in cui una persona dovesse trovarsi a dover valutare un evento mediatico. Non sarà così più necessaria un’eccessiva manipolazione della conoscenza e delle opinioni di chi legge. Una volta presentati i ‘fatti’ in maniera apparentemente oggettiva, sarà il pubblico stesso a riprodurre automaticamente i modelli preferiti dei gruppi dominanti, in quanto testi e discorsi persuasivi non saranno più giudicati come ideologici, bensì come la semplice verità.

2.3.2 Linguistica dei corpora

A seguito di una breve introduzione su come i mezzi di informazione possono potenzialmente esercitare un'influenza sulla percezione delle persone nei confronti di una determinata tematica, verrà introdotta la metodologia d'indagine linguistica su cui si basa il presente studio.

La linguistica dei corpora può essere definita come un insieme di studi che indagano forme e funzioni del linguaggio attraverso l'utilizzo di corpora (Partington 2013). Il potenziale di questa metodologia risiede nella sua capacità di mettere in discussione concetti acquisiti ed esplorare nuove teorie sul linguaggio che difficilmente potrebbero essere studiati in tempi ragionevoli senza il supporto di un sistema computerizzato e senza la disponibilità di una quantità di dati sufficientemente grande (McEnery e Hardie 2012). Un corpus è un'ampia raccolta di testi in formato elettronico attraverso la quale è possibile rispondere a specifici quesiti di ricerca. I testi in esso contenuti sono selezionati in modo da rappresentare uno specifico linguaggio o una sua variante, condividendo quindi caratteristiche contestuali o situazionali simili (Crawford e Csomay 2016; McEnery e Hardie 2012).

I corpora contengono varie istanze di una lingua utilizzata in contesti reali e possono essere sfruttati per condurre analisi linguistiche all'interno di una grande varietà di aree di ricerca, da studi su grammatica e lessico, a studi nel campo della traduzione e, come in questo caso, nel campo dell'analisi del discorso. La scelta o la costruzione del corpus è strettamente connessa ai quesiti di ricerca a cui ci si propone di rispondere (McEnery e Hardie 2012). Dal punto di vista della varietà di linguaggio che rappresenta, un corpus può essere 'generale' oppure 'specialistico'.

Un corpus generale, spesso già disponibile a ricercatrici e ricercatori, di grandi dimensioni e consultabile online, può essere usato come base per descrivere una lingua nella sua interezza, senza che faccia riferimento a una specifica varietà linguistica o che sia vincolato a un particolare dominio applicativo, determinato dal genere testuale o da una tematica specifica. Un esempio di corpus generale è il British National Corpus¹⁰, una raccolta di 100 milioni di parole di lingua inglese scritta e parlata che può essere usato per descrivere o fare generalizzazioni sulla lingua inglese in generale. Un corpus generale può essere utilizzato come ‘corpus di riferimento’, nel senso che può essere messo a confronto con un corpus specialistico per estrapolare tratti salienti e distintivi di quest’ultimo rispetto al linguaggio in generale.

Un corpus specialistico viene invece utilizzato laddove si vogliano condurre analisi relative a una sottovarietà linguistica specifica e ristretta, che faccia riferimento a un dominio tematico e/o un genere testuale in particolare. I testi che andranno a comporre il corpus utilizzato per questo studio, ad esempio, saranno articoli di giornale che trattano di obesità e grassezza. I corpora specialistici contengono normalmente un numero minore di dati linguistici rispetto a quelli generali e possono essere costruiti da zero in base ai quesiti di ricerca che ci si propone. Il numero di corpora creabili è quindi potenzialmente infinito e dipende dal tipo di analisi che si vuole condurre.

L’approccio utilizzato in questa sede per la raccolta di testi da inserire nel corpus è di tipo ‘bilanciato’ (*sample approach*) (McEnery e Hardie 2012). Si intende cioè rappresentare un tipo di linguaggio in un momento storico specifico e finito secondo un preciso ‘schema di campionamento’ (*sampling frame*), ossia secondo dei criteri e parametri stabiliti a

¹⁰ <https://www.english-corpora.org/bnc/>

priori che determinano la varietà di linguaggio in analisi (ibid.). Lo scopo è costruire un corpus che sia quanto più bilanciato e rappresentativo di tutta la variabilità del genere linguistico e dell'argomento in esame. Se ad esempio, come in questo caso, si vuole analizzare il tipo di linguaggio utilizzato nei giornali quando si parla di grassezza e obesità, è necessario tenere a mente che l'orientamento politico dei singoli giornali potrebbe influire sul linguaggio utilizzato e sarebbe quindi utile 'bilanciare' il corpus includendo articoli provenienti da testate con orientamenti politici diversi, in modo da ottenere una 'rappresentazione' più completa ed esaustiva del linguaggio in esame. Anche il numero di articoli rappresentativi di ciascun orientamento politico è un fattore da tenere in considerazione, in quanto la sovrarappresentazione di una prospettiva politica rispetto ad un'altra potrebbe compromettere i risultati dell'analisi.

L'analisi linguistica per mezzo di corpora viene condotta attraverso l'utilizzo di specifici software che permettono di analizzare grandi quantità di testi in maniera veloce e affidabile e che sono in grado di estrapolare informazioni sul linguaggio in esame dal punto di vista qualitativo e quantitativo. Le principali funzionalità di questi strumenti riguardano l'indagine delle 'unità estese di significato', un modello proposto da Sinclair (1996), il quale teorizza che l'elemento portatore di significato all'interno di una frase non è la singola parola, bensì la locuzione. A partire da una parola o espressione centrale, detta 'nodo', si studia quindi il tipo di relazione instaurata con altri elementi che andranno poi a formare l'unità estesa di significato. Tali relazioni possono essere di natura lessicale, sintattica, semantica o pragmatica.

Le relazioni lessicali sono dette 'collocazioni' e riguardano la tendenza di un nodo ad essere giustapposto a determinate parole, definite suoi 'collocati', in maniera ricorrente e

non casuale. Le relazioni di natura sintattica sono definite ‘colligazioni’ ed evidenziano le strutture ‘preferenziali’ di un determinato nodo in termini di categorie grammaticali. La ‘preferenza semantica’ è un tipo di relazione semantica e fa riferimento alla co-occorrenza del nodo e di altre parole (non necessariamente suoi collocati, ovvero non necessariamente frequenti) che appartengono allo stesso campo semantico. Nel presente studio si farà riferimento a questo tipo di relazione in termini di ‘categorie semantiche’ (cfr. 3.3.1.1.). Infine, le relazioni di tipo pragmatico fanno riferimento alla ‘prosodia semantica’, che descrive l’attitudine di chi scrive o parla nei confronti di un certo tempo ed esplicita quindi la funzione comunicativa dell’intera unità estesa di significato. Collocazioni e colligazioni fanno riferimento al comportamento linguistico inconscio di chi scrive o parla e sono analizzabili in maniera oggettiva attraverso i software. La preferenza semantica e la prosodia semantica non possono essere osservate in maniera oggettiva perché riguardano analisi basate sul giudizio e possono quindi essere rilevate solo attraverso il ragionamento umano (Stubbs 2001). I software per l’analisi dei corpora facilitano l’analisi di questi quattro indicatori attraverso varie funzionalità che si dividono in metodi *corpus-based*, dove la ricerca comincia a partire da un nodo selezionato da chi esegue la ricerca, e metodi *corpus-driven*, che implicano l’extrapolazione di elementi salienti del corpus senza nessuna selezione previa (Tognini-Bonelli 2001).

I metodi *corpus-based* che verranno utilizzati nel presente studio riguardano la generazione di collocazioni e concordanze. La lista delle ‘concordanze’ implica la generazione di una lista con tutte le istanze in cui nel corpus appare un nodo selezionato. Il nodo si troverà al centro e sarà accompagnato dal contesto in cui si trova sia a destra che a sinistra. Questa funzionalità può essere utile per esaminare la prosodia e la

preferenza semantica di un determinato nodo, ma anche per evidenziare come collocazioni e colligazioni vengono utilizzate nel contesto.

Tra i metodi *corpus-driven* ritroviamo la generazione della *word list*, ossia la lista contenente le parole utilizzate all'interno del corpus in ordine di frequenza assoluta, e, di particolare importanza ai fini di questa analisi, della *keyword list*. Le parole chiave di un corpus vengono estratte mettendo a confronto la *word list* di quest'ultimo con quella di un corpus di riferimento. In questo modo è possibile identificare le parole 'tipiche' di un corpus e, di conseguenza, della varietà linguistica che si sta analizzando.

Una funzionalità che facilita l'analisi di corpora, e che verrà utilizzata nel presente studio, è quella dell'annotazione. Annotare un corpus vuol dire aggiungere informazioni (*metadata*) sul testo. In questo caso, le informazioni aggiunte sono relative all'orientamento politico delle testate e ai nomi dei singoli giornali, e verranno utilizzate per dividere il corpus in diversi sub-corpora da analizzare singolarmente per estrapolare informazioni relative a queste singole categorie.

2.3.3 Studi sulla rappresentazione di grassezza e obesità nei giornali

Prima di procedere con le informazioni sulla compilazione e l'analisi del corpus che verrà utilizzato nel presente studio, verranno presentati alcuni studi precedentemente condotti dalla comunità accademica in relazione ai tre quesiti di ricerca su cui si basa questo lavoro.

2.3.3.1 Grassezza e obesità nei giornali: cornici cognitive

Il concetto di ‘cornice cognitiva’ o *frame* fa riferimento alla ‘teoria del framing’, largamente trattata da Entman (1993) in particolare nel campo della ricerca sulla comunicazione mediatica. Il processo di framing prevede di selezionare certi aspetti di una determinata realtà percepita e metterli in primo piano in un testo, in modo tale che possa essere promossa una particolare definizione del problema, una sua interpretazione causale, valutazione morale e/o una raccomandazione di possibili soluzioni (ibid.). Se il framing è un processo attivo e strategico, le conseguenti cornici cognitive sono la loro controparte più statica che viene riproposta negli articoli di giornale. Esporre una tematica sottolineandone solo determinati aspetti implica necessariamente che l’attenzione venga distolta da altri fattori potenzialmente importanti. Di conseguenza, le cornici cognitive sono definite sia da ciò che includono sia da ciò che omettono: nell’orientare la comprensione del pubblico rispetto a una determinata questione, l’omissione di sue potenziali definizioni, spiegazioni, valutazioni e soluzioni può essere cruciale quanto la loro inclusione (Edelman 1993). Edelman (ibid.) sottolinea come le cornici esercitano il loro potere attraverso la descrizione e l’omissione selettive delle caratteristiche di una certa situazione:

The character, causes and consequences of any phenomenon become radically different as changes are made in what is prominently displayed, what is repressed and especially in how observations are classified[.] [...] The social world is [...] a kaleidoscope of potential realities, any of which can be readily evoked by altering the ways in which observations are framed and categorized. (Edelman 1993, 232)¹¹

¹¹ “Il carattere, le cause e le conseguenze di qualsiasi fenomeno assumono forme nettamente diverse nel momento in cui si modifica ciò che viene posto in evidenza, ciò che viene ommesso e, in particolare, la maniera in cui vengono

La teoria relativa alle cornici cognitive non solo è tra le più popolari nell'ambito di ricerca relativo alla comunicazione mediatica (Vliegthart 2012), è inoltre molto importante negli studi sulla rappresentazione sociale di questioni relative alla salute (Littlejohn e Foss 2009) e, in particolare, è il quadro teorico più influente nell'analisi della rappresentazione dell'obesità nei giornali (Atanasova, Koteyko, e Gunter 2012). Preme sottolineare, tuttavia, che si sta facendo riferimento a studi condotti in contesti stranieri, in quanto in Italia questo campo di ricerca non ha ancora ricevuto abbastanza attenzioni.

Gli studi effettuati finora hanno infatti evidenziato che, innanzitutto, si tende a escludere la grassezza dal discorso e si parla della questione all'interno di una cornice relativa all'obesità (Elson 2019). In secondo luogo, sono state individuate tre principali cornici ricorrenti riferite all'obesità nei giornali: la cornice relativa alla responsabilità individuale, quella relativa all'aspetto medico/biologico/scientifico e quella relativa all'aspetto sociale della questione (Baker et al. 2020). In generale, come accennato in precedenza, l'approccio più utilizzato è quello focalizzato sullo stile di vita dell'individuo. Questa cornice presenta le persone sostanzialmente come responsabili per le cause e le soluzioni dell'obesità e viene posta molta attenzione su aspetti come l'attività fisica e il consumo di cibo (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020; Boero 2007; Puhl e Heuer 2009).

Boero (2007), ad esempio, ha analizzato 751 articoli sull'obesità pubblicati su *The New York Times* tra il 1990 e il 2001 ed evidenziato come venisse presentata in quanto panico morale per cui era l'individuo a dover essere incolpato. Questa prospettiva non riconosce

classificate certe osservazioni[...] [...] Il mondo sociale è [...] un caleidoscopio di realtà possibili, ognuna delle quali può essere prontamente evocata alterando i modi in cui certe osservazioni vengono presentate e categorizzate." Trad. mia.

l'influenza dello stigma sullo stato di salute delle persone e, inoltre, non incentiva una presa di posizione da parte dei governi in relazione alle condizioni socioeconomiche e ambientali che, come abbiamo visto in precedenza, sono correlate all'obesità. Lo stigma sul peso, in particolare quello propagato attraverso i media, non solo ha un impatto negativo sulla vita delle persone grasse, ma influenza anche il modo in cui queste ultime vengono percepite all'interno della società (Baker et al. 2020): secondo un sondaggio sulle attitudini nei confronti dell'obesità nel Regno Unito, i due terzi della popolazione vedono l'obesità come una questione di scelta di stile di vita e un quarto crede che le persone con obesità siano egoiste e che manchino di auto-controllo.

Un'altra cornice ricorrente nei giornali è quella relativa all'obesità presentata come questione medica/biologica/scientifica, con riferimenti a disturbi biologici o genetici causati da geni, virus e altri squilibri biologici risolvibili solo per mezzo di trattamenti medici (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020; Lawrence 2004). Questa prospettiva viene giudicata come potenzialmente meno stigmatizzante rispetto alla precedente, dal momento che inserisce le cause dell'obesità in un contesto che non dipende dalla responsabilità dell'individuo (Baker et al. 2020). Tuttavia, è stato riscontrato come anche questa cornice non sia estranea alla colpevolizzazione e alla stigmatizzazione dell'individuo, dal momento che l'inefficacia dei trattamenti medici tende a essere attribuita alla mancanza di perseveranza della persona (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020). Uno studio di Baker et al. (2020), i quali conducono una ricerca che combina metodologie della linguistica dei corpora e dell'analisi critica del discorso, propone inoltre un'analisi diacronica sulle cornici utilizzate dalla stampa britannica per parlare di obesità tra il 2008 e il 2017. Da tale studio emerge un progressivo

aumento dell'utilizzo della cornice biomedica, che però vede comunque l'obesità come un problema causato e che dovrebbe essere risolto dall'individuo.

Infine, l'obesità viene anche trattata in termini di responsabilità sociale, evidenziando come i governi, le industrie, il contesto educativo e altri ambienti sociali giocano un ruolo nel ricreare situazioni e ambienti che possono gravare sulla condizione (Baker et al. 2020; Lawrence 2004). Questo genere di cornice riduce parte dello stigma associato alle altre prospettive (Baker et al. 2020). Tuttavia, nonostante si stia iniziando a discutere più spesso delle altre dimensioni dell'obesità (e della grassezza), il riferimento alla responsabilità individuale continua ad essere al centro del discorso (Lawrence 2004).

2.3.3.2 Grassezza e obesità nei giornali: una prospettiva di genere

Oltre ad analizzare le cornici all'interno delle quali vengono rappresentate grassezza e obesità nei giornali italiani, un secondo quesito di ricerca a cui questo lavoro tenta di rispondere è quello relativo a come le rappresentazioni di obesità e grassezza si intersechino con questioni relative all'identità sociale delle persone (Brookes e Baker 2021). In particolare, si fa riferimento al concetto di 'discorso di genere' o *gendered discourse*, ossia tutti quegli elementi discorsivi che in qualche modo regolano i confini di un comportamento appropriato in base al genere e stabiliscono i parametri che ci si aspetta che le persone rispettino alla luce del loro genere (Sunderland 2004). Come già analizzato in precedenza, le differenti rappresentazioni delle forme e dimensioni corporee 'ideali' maschili e femminili sono state a lungo indagate da studiose e studiosi, riscontrando un'estetica di genere focalizzata sulla magrezza, in particolare per quanto riguarda quella femminile, in quanto la magrezza viene considerata un requisito fondamentale di

femminilità nelle culture occidentali fortemente improntate a modelli eteronormativi (Markula, Burns, e Riley 2008). Tuttavia, nonostante la magrezza venga tradizionalmente associata alla femminilità, anche la rappresentazione mediatica dell'ideale maschile sta vertendo sempre più su ideali corporei similmente irraggiungibili (Brookes e Baker 2021). Di conseguenza, i corpi maschili classificati come 'obesi' vengono sempre più rappresentati come

soft, flabby, lacking the muscularity and strength of the 'normal' idealized male body, [being] therefore considered as far closer to the stereotypical feminine body in their softness, roundness and fleshiness. (Lupton 2017, 66)¹²

L'obesità rappresenta quindi una minaccia ai modelli 'ideali' sia di femminilità che di mascolinità. Tuttavia, ci sono delle buone ragioni per sospettare che il genere sia una variabile significativa all'interno delle rappresentazioni dell'obesità nella stampa (Brookes e Baker 2021): molti studi hanno indagato la rappresentazione mediatica del rapporto tra donne e peso, mentre molto più marginali sono gli studi paralleli incentrati sugli uomini o su un confronto tra la rappresentazione di genere in questo ambito (Gough 2010). Uno di questi è lo studio di Brookes e Baker (2021), dove viene appunto messa a confronto la rappresentazione di genere in articoli che parlano di obesità e grassezza nei giornali britannici. Dalla ricerca emerge, innanzitutto, che è molto più frequente parlare di queste tematiche facendo riferimento all'esperienza femminile e che in generale la stampa britannica rinforza certe ideologie consolidate riguardanti la femminilità e la mascolinità. Ad esempio, le donne vengono spesso rappresentate in relazione agli aspetti relazionali della loro identità, con particolare enfasi sul loro ruolo e responsabilità nella

¹² "Flaccidi, molli, privi della muscolarità e della forza ideali in un corpo maschile 'normale' e, di conseguenza, vengono considerati più simili al corpo femminile stereotipico nella sua sofficietà, rotondità e carnosità." Trad. mia.

cura delle altre persone: a loro viene spesso attribuita la responsabilità di minimizzare i rischi dell'obesità nei confronti della (futura) prole, di mariti e compagni (solo l'eterosessualità viene considerata), e anche nei confronti di altre donne per le quali devono rappresentare un modello (Brookes e Baker 2021; Grant, Panah, e McCosker 2022). Viene inoltre posta una profonda attenzione sul corpo delle donne, sul loro peso e sul loro desiderio di perderne, non tanto in termini di come queste ultime percepiscono loro stesse, ma più che altro in riferimento a come appaiono alle altre persone (ad esempio indossando un vestito da sposa o un bikini), evidenziata dalla presenza nell'articolo di termini valutativi quali *beautiful* o *stunning* (lett. 'bellissima' e 'stupenda'). Questo aspetto si collega nuovamente al concetto di *male gaze* precedentemente nominato (cfr. 2.1.3.). Nelle rappresentazioni femminili viene data molta importanza anche all'aspetto emotivo della loro esperienza con il corpo e la perdita di peso: l'obesità viene infatti presentata come fonte di vergogna e depressione, mentre perdere peso viene associato a una maggiore autostima e altre emozioni positive. Nelle rappresentazioni maschili, al contrario, l'aspetto emotivo non viene valutato e la decisione di perdere peso viene presentata come una scelta basata sulla logica, motivata dalla minaccia posta dall'obesità in termini di salute (Brookes e Baker 2021). La copertura da parte della stampa britannica di una prospettiva critica della rappresentazione di obesità e genere, con un dibattito sulle conseguenze negative che questa comporta, rimane marginale e relegato a testate di stampo liberale. In generale viene comunque posta un'attenzione ostensiva alla questione della grassezza come problema femminile, ulteriormente rimarcata dall'associazione tra donne 'sovrappeso' e aggettivi associati al disgusto e alla bruttezza (Sandberg 2007).

2.3.3.3 Grassezza e obesità nei giornali: linguaggio stigmatizzante

Infine, il terzo quesito protagonista di questa ricerca è relativo alla presenza di elementi discorsivi stigmatizzanti all'interno di articoli che parlano di obesità e grassezza. In particolare, l'attenzione è posta su come il linguaggio viene utilizzato per stigmatizzare le persone grasse attraverso l'identificazione di elementi linguistici ricorrenti nei giornali e sull'eventuale presenza (o assenza) di narrazioni alternative che condannano pratiche negative nei confronti delle persone grasse, come il *fat shaming* (cfr. 2.2.4) (Brookes e Baker 2021). Nel corso del presente studio si è spesso menzionato il fatto che le persone grasse vengono associate a caratteristiche considerate negative quali pigrizia, stupidità, bruttezza, mancanza di auto-controllo, e via dicendo. Ovviamente questo tipo di percezione passa anche attraverso il linguaggio che si utilizza, che si ascolta, che si legge. In uno studio condotto da Sandberg (2007) su quasi 2000 articoli pubblicati su dei quotidiani svedesi, ad esempio, emerge che le persone grasse vengono associate ad aggettivi negativi la cui traduzione corrisponde a 'stupido/a', 'brutto/a', 'ingenuo/a', 'maleducato/a', 'irresponsabile', 'ripugnante'. Brookes e Baker (2021) evidenziano un altro elemento discorsivo potenzialmente stigmatizzante utilizzato nella stampa, ossia l'eventualità in cui il peso della persona venga usato o come modificatore della sua identità (ad es. 'persone obese'), oppure in modo da inglobarla in toto (ad es. 'gli obesi'). Nel primo caso, nonostante l'obesità rimanga un aspetto dell'identità considerato centrale, a livello discorsivo ammette la possibilità per la persona in questione di possedere altri tratti. Nel secondo caso, al contrario, la persona viene ridotta a un singolo tratto, ossia il suo peso. In questo modo si ha un effetto di distanziamento e separazione, in cui le persone in questione vengono inquadrare come una categoria distinta, simili tra di loro e diverse da tutte le altre, quasi a voler definire una specie a parte, che ovviamente

non viene considerata tra il pubblico del giornale. Inoltre, chi scrive articoli su obesità e grassezza, in particolare nei tabloid britannici (giornali di stampo scandalistico), giustifica le sue pratiche stigmatizzanti basandosi sul fatto che la stigmatizzazione è una soluzione all'obesità, e che il 'politicamente corretto' ne è invece una delle cause (ibid.). Un altro aspetto stigmatizzante è relativo alle strategie predicazionali utilizzate da chi scrive gli articoli, ossia il modo in cui le persone grasse o con obesità vengono descritte e le caratteristiche e qualità che vengono loro associate (Reisigl e Wodak 2001). Tale strategia può comprendere l'associazione ad aggettivi utilizzati in senso dispregiativo come *illiterate* (lett. 'analfabeta'), oppure a verbi utilizzati per descrivere le persone mentre compiono determinate azioni come *gobbling chips* (lett. 'ingozzarsi di patatine') (Brookes e Baker 2021). Un'altra strategia utilizzata per stigmatizzare le persone grasse è quella dell'allitterazione o dell'uso di giochi di parole che porta chi legge a considerare la grassezza e l'obesità come qualcosa di cui ridere (ibid.). Questa strategia manca di empatia e ridicolizza le persone grasse ed ha ovviamente un impatto sulla salute delle persone che ricevono questo tipo di bullismo. Da una parte ci sono ricadute sulla salute mentale e fisica delle persone grasse, dall'altra vi è un impatto sulla percezione della grassezza, la quale porta, come visto in precedenza, a discriminazioni di varia natura.

Come già accennato, dal momento che non sono ancora stati condotti studi che prendano in considerazione la rappresentazione di grassezza e obesità nel contesto italiano, il presente lavoro si concentrerà proprio sull'evidenziare eventuali similitudini e contrasti rispetto a quanto riscontrato in altre culture. In particolare, si farà riferimento alle tre prospettive appena esposte: le cornici cognitive in cui vengono inquadrata grassezza e obesità, le differenze di rappresentazione in base al genere e il linguaggio stigmatizzante utilizzato per parlare delle persone grasse.

3 Metodologia

In questo capitolo verrà esposta l'analisi al centro del progetto di tesi. Prima di tutto verranno introdotte le ragioni alla base della scelta di analizzare articoli di giornale delle testate italiane. Successivamente verranno spiegati i criteri seguiti durante la fase di compilazione del corpus che verrà utilizzato e, infine, verrà condotta l'analisi secondo i tre quesiti di ricerca precedentemente esposti.

3.1 Scelta del genere testuale

Come spiegato nel precedente capitolo, la stigmatizzazione e i pregiudizi nei confronti delle persone grasse sono radicati nella nostra cultura sulla base di ragioni complesse e multifattoriali. Questa repulsione viene rafforzata quotidianamente da fonti esterne a partire da innumerevoli canali, tra cui i prodotti di intrattenimento audiovisivi, i social media e le pubblicità (cfr. 2.2.5). Tra questi, la mia scelta è ricaduta sui mezzi di informazione scritti, in particolare le versioni online di alcune testate italiane, per varie ragioni. Innanzitutto, nonostante ogni contesto culturale e sociale detenga le sue peculiarità in merito a gestione e percezione di determinate tematiche, innumerevoli studi sono stati condotti sull'effetto dei prodotti mediatici di intrattenimento e dei social media in relazione alla percezione della grassezza (ad es. Fouts e Vaughan 2002; Himes e Thompson 2007; O'Shea 2020). Considerata l'egemonia culturale di tali prodotti anche in Italia (Shin e Namkung 2008) e l'abbattimento dei confini geografici che i social media permettono (Sohn, Christopoulos, e Koskinen 2020), tali studi garantiscono un certo grado, seppur limitato, di possibilità di generalizzazione. Al contrario, le testate giornalistiche sono strettamente legate al contesto situazionale in cui i testi vengono

prodotti in termini di genere testuale. Risulta quindi necessario condurre uno studio che prenda in considerazione specificatamente i giornali italiani se l'intento, come in questo caso, è quello di analizzare l'impatto dei mezzi di informazione sulla percezione della grassezza in Italia. Di conseguenza, questo ambito ancora poco studiato in Italia potrebbe aprire un dibattito al riguardo, anche alla luce dell'ampia reperibilità dei dati e il tasso di comparabilità con studi paralleli eseguiti in altri contesti culturali e geografici. Infine, risulta particolarmente interessante indagare la rappresentazione di grassezza e obesità nei giornali italiani in quanto fonte di informazioni su questa tematica anche in termini di salute, e non solo in termini di 'intrattenimento'. Per quanto riguarda la scelta delle specifiche testate, si rimanda alla prossima sezione.

3.2 Criteri di inclusione degli articoli nel corpus

3.2.1 Testate

La presente analisi trae principalmente ispirazione dagli studi di linguistica dei corpora e analisi critica del discorso condotti da Gavin Brookes e Paul Baker (2020; 2021). In questi studi viene posta particolare attenzione sul contrasto tra la rappresentazione di obesità e grassezza in base all'orientamento politico delle testate selezionate. Per questioni di comparabilità dei risultati, anche il presente studio ha preso in considerazione questo aspetto. Sono state infatti selezionate sei testate italiane, di cui due dichiarate politicamente 'neutrali' (ANSA¹³ e Il Corriere della Sera¹⁴), due con orientamento

¹³ <https://mediabiasfactcheck.com/agenzia-nazionale-stampa-associata-ansa/>

¹⁴ <https://mediabiasfactcheck.com/corriere-della-sera/>

politico di centro-sinistra (La Repubblica¹⁵ e La Stampa¹⁶) e due con orientamento politico di centro-destra (Il Giornale¹⁷ e Libero Quotidiano¹⁸). Dette testate sono state scelte a titolo di esempio, prioritizzando l'aspetto relativo al loro orientamento politico rispetto ad altre variabili quali il grado di circolazione o il tipo di testata. Si tratta infatti di un'agenzia di stampa (ANSA) e cinque quotidiani. Tale differenza è stata tuttavia considerata ininfluyente ai fini del presente studio, anche perché, con la sempre maggiore diffusione della lettura in forma digitale, il divario tra i due tipi di testata si fa sempre più labile. Sono di fatto state prese in considerazione le versioni online delle testate sia per questioni di reperibilità, sia perché le versioni cartacee vengono sempre meno utilizzate in favore delle loro controparti online¹⁹. Gli articoli sono stati scaricati, secondo i criteri esposti in seguito, a partire da Nexis Uni²⁰, un database contenente miliardi di documenti provenienti da decine di migliaia di fonti nazionali e internazionali, oppure dall'archivio della testata stessa, nel caso quest'ultima non dovesse essere presente nel database di cui sopra (Benchetrit 2020). Per ogni testata sono stati inclusi nel corpus almeno cinquanta articoli e il software utilizzato per l'analisi del corpus è *Sketch Engine web service*²¹, uno strumento per analizzare corpora online che permette sia di creare corpora ad hoc, sia di analizzare quelli già presenti nel software, i quali posso essere anche utilizzati, come nel caso del presente studio, come corpora di riferimento.

¹⁵ <https://mediabiasfactcheck.com/la-repubblica/>

¹⁶ <https://mediabiasfactcheck.com/la-stampa/>

¹⁷ <https://mediabiasfactcheck.com/il-giornale/>

¹⁸ https://www.treccani.it/enciclopedia/libero_res-0e81e9cc-cfa6-11df-8719-d5ce3506d72e/

¹⁹ <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/italy-2017/>

²⁰ <https://www-lexisnexis-com.ezproxy.unibo.it/en-us/professional/academic/nexis-uni.page>

²¹ <https://www.sketchengine.eu/#blue>

3.2.2 Parole chiave utilizzate per la selezione dei testi

La presente analisi si basa sulla rappresentazione di obesità e grassezza nei giornali italiani. Di conseguenza, un aspetto fondamentale della ricerca riguardava la necessità di includere nel corpus esclusivamente articoli che parlassero di questo tema. A tal proposito, sono stati selezionati alcuni termini che dovevano necessariamente apparire all'interno degli articoli. I termini in questione sono 'obesità', 'obeso', 'sovrappeso', 'IMC', 'normopeso' e 'sedentarietà', e dovevano essere menzionati all'interno degli articoli almeno tre volte, tra titolo e corpo del testo. Si è scelta questa strategia poiché in questo modo poteva darsi per scontato che la tematica presa in esame fosse quantomeno un aspetto influente all'interno dell'articolo, e non che venisse semplicemente nominato nel testo.

Questi termini sono stati selezionati seguendo una procedura divisa in due fasi. In principio si sono presi in considerazione i termini utilizzati da Atanasova e Koteyko (2017) nel loro studio sulla rappresentazione di obesità e grassezza nel Regno Unito e in Germania. A partire da tali termini, tradotti in 'obesità', 'obeso', 'obesa', 'obesi', 'obese', 'sovrappeso', 'grassezza', 'grasso', 'grassa', 'grassi', 'grasse', 'adipe', 'adiposità', 'corpulenza', 'corpulento', 'corpulenta', 'corpulenti' e 'corpulente'²², è stato creato un piccolo corpus su Nexis Uni. Il corpus è composto da sessanta articoli presi dalle sei testate italiane disponibili nel database (ANSA, Il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno, Il Corriere della Sera, La Gazzetta dello Sport) e non è stato imposto nessun vincolo relativo alla data di pubblicazione degli articoli. Per ogni testata sono stati

²² I termini originali utilizzati nello studio sono *adiposis*, *avoirdupuis*, *corpulence*, *corpulent*, *embonpoint*, *fat*, *fatness*, *obese*, *obesity* e *overweight*. Tra questi, *avoirdupuis* (lett. 'sistema avoirdupuis') è stato escluso a priori, in quanto fa riferimento a un sistema di pesi non utilizzato in Italia. Si è inoltre preso in considerazione il fatto che gli aggettivi in inglese sono invariabili e quindi non declinabili in base a genere e numero.

scaricati dieci articoli che menzionassero, anche in questo caso, tra titolo e corpo del testo, i termini precedentemente nominati almeno tre volte. Le parole chiave di tale corpus, estratte con Sketch Engine, sono state poi utilizzate come termini facenti parte dei criteri di inclusione degli articoli nel corpus in analisi. Si è scelto di seguire questa procedura poiché alcuni dei termini utilizzati da Atanasova e Koteyko (ibid.) sono relativamente poco utilizzati in italiano (ad es., ‘corpulenza’, *corpulence*, viene utilizzato poche centinaia di volte nel corpus itTenTen, rispetto alle centinaia di migliaia di volte in cui viene utilizzato ‘obesità’, *obesity*). Tuttavia, si è reputato che potessero formare una buona base di partenza per restringere il campo e individuare i termini effettivamente più utilizzati per parlare di grassezza e obesità in Italia.

Per quanto riguarda le testate disponibili su Nexis Uni, le sei parole chiave selezionate sono state immesse contemporaneamente in fase di ricerca degli articoli, in quanto il database permette di eseguire una ricerca che tenga in considerazione più termini allo stesso momento tenendo conto dei termini più utilizzati tra quelli selezionati. Nel caso delle altre testate, per le quali si sono utilizzati i relativi archivi presenti online, questa opzione non era disponibile. Di conseguenza, i termini sono stati ricercati singolarmente e, per fare in modo che gli articoli scaricati rispecchiassero quanto più possibile le statistiche di utilizzo dei singoli termini, si è utilizzato il calcolo della ripartizione. Nella tabella 1 si può notare, a titolo di esempio, il numero di articoli che verrà inserito nel sub-corpus di Libero Quotidiano per parola chiave.

Parola chiave	Numero di articoli presenti in archivio per parola chiave	Numero di articoli inseriti nel corpus
Obesità	941	23
Obeso	181	4
Sovrappeso	603	15
IMC	66	2
Normopeso	47	1
Sedentarietà	198	5

Tab. 1 Ripartizione articoli in base alla parola chiave

3.2.3 Periodo in analisi

Il presente studio comprende un'analisi sincronica degli articoli che parlano di grassezza e obesità tra il 2018 e il 2019. Essendo uno studio sincronico non si è preso in considerazione come la rappresentazione di grassezza e obesità sia cambiata nel periodo in analisi, ma si è concentrato più che altro su come questa tematica venga rappresentata in generale. Si è scelto questo periodo come anno da analizzare per questioni di disponibilità dei testi.

3.2.4 Corpus di riferimento

Il corpus di riferimento utilizzato nel presente studio è il corpus di italiano tra i corpora TenTen (Jakubíček et al. 2013) (cfr. 2.3.2.). I corpora TenTen sono disponibili in più di quaranta lingue e contengono più di dieci miliardi di parole per ogni lingua. La varietà linguistica contenuta nei corpora è il linguaggio generale utilizzato nel web ed è quindi rappresentativo di più comunità discorsive. Nonostante durante l'analisi delle parole chiave alcuni termini potrebbero risultare salienti per via del genere testuale, ossia gli articoli di giornale, questo problema può essere limitato prendendo in considerazione solo i termini rilevanti ai fini del presente studio.

3.2.5 Compilazione di corpus e sub-corpora

Gli articoli delle testate disponibili su Nexis Uni (ANSA, Il Corriere della Sera e La Stampa) sono stati scaricati dal database per poi essere convertiti in formato .txt. Tutti gli elementi testuali che non facessero parte del titolo o del corpo del testo sono stati eliminati, in modo da non compromettere le statistiche di frequenza in fase di analisi (ad es. ‘Load date’ e ‘End of Document’). L’estrazione degli articoli relativa alle rimanenti testate (La Repubblica, Il Giornale e Libero Quotidiano) ha richiesto un procedimento differente. Gli URL dei singoli articoli sono stati salvati in una cartella e sono poi stati caricati sul software BootCaT, attraverso il quale sono stati creati i tre sub-corpora. BootCaT²³ è un software che permette di creare corpora a partire dall’inserimento di parole chiave (*seed words*) oppure, come in questo caso, di specifici URL. Le relative pagine web vengono ripulite direttamente dal software da tutti gli elementi di disturbo, come elementi testuali relativi ad annunci pubblicitari, e vengono convertite direttamente in formato .txt e riunite in un corpus.

I vari sub-corpora sono poi stati annotati aggiungendo informazioni relative al nome della singola testata e al suo orientamento politico (‘neutral’, ‘center-left’ e ‘center-right’). In Sketch Engine, grazie all’annotazione, è possibile analizzare i singoli sub-corpora all’interno di un corpus. In questo caso l’annotazione era fondamentale per determinare eventuali differenze nel linguaggio utilizzato dalle testate in base al loro orientamento politico o in base alla singola testata.

Nella tabella 2 si può notare quanti articoli sono stati inseriti nel corpus in esame per ogni testata, nella tabella 3 il numero di parole totali contenute nel corpus e nelle singole

²³ <https://bootcat.dipintra.it/>

testate, mentre nella figura 1 vengono rappresentate graficamente la suddivisione del corpus in sub-corpora, in base all'orientamento politico e in base alla singola testata.

Testata	Numero di articoli
ANSA	50
Il Corriere della Sera	50
La Repubblica	53
La Stampa	50
Libero Quotidiano	51
Il Giornale	51
Totale	305

Tab. 2 Numero di articoli per testata

Testata	Numero di parole
ANSA	17.700
Il Corriere della Sera	36.910
La Repubblica	23.426
La Stampa	27.257
Libero Quotidiano	31.148
Il Giornale	20.522
Totale	156.963

Tab. 3 Numero di parole nel corpus

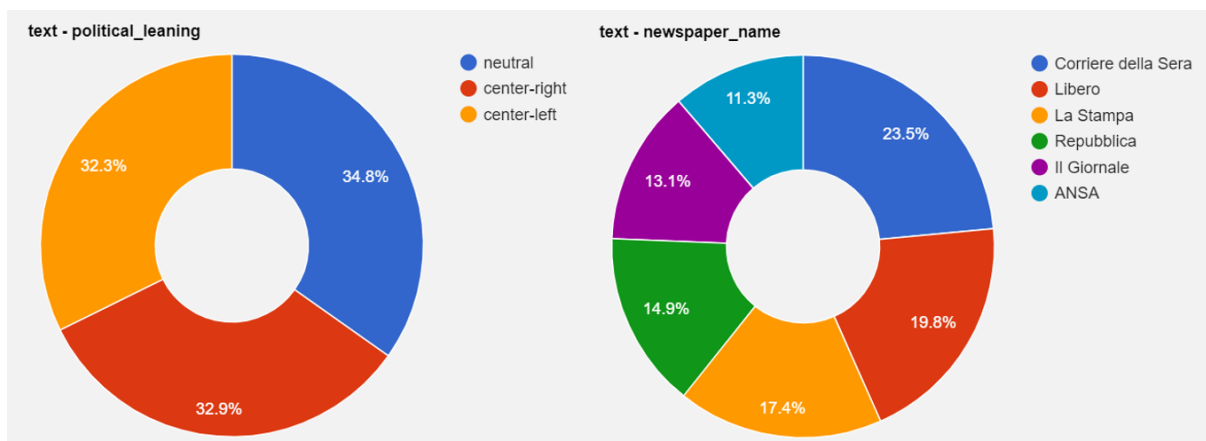


Fig. 1 Suddivisione corpus per orientamento politico e per singola testata

3.3 Analisi del corpus

A seguito dell'esposizione delle procedure eseguite in fase di compilazione del corpus in esame e di una presentazione delle sue caratteristiche generali, in questa sezione verranno

illustrati i passaggi e il procedimento eseguito per analizzare il corpus e i relativi sub-corpora in relazione ai tre quesiti di ricerca proposti nel presente studio.

3.3.1 Grassezza e obesità nei giornali italiani: cornici cognitive

Secondo quanto esposto nelle precedenti sezioni, il primo quesito di ricerca a cui ci si propone di rispondere è relativo a come i mezzi di informazione italiani rappresentano e presentano al pubblico gli aspetti ritenuti salienti in merito a grassezza e obesità. A questo proposito, la presente analisi è stata divisa in due parti. In prima istanza, sono state analizzate le cornici cognitive entro le quali grassezza e obesità vengono inquadrare nei giornali italiani prendendo in considerazione il corpus nella sua interezza, così da determinare il tipo di rappresentazione più utilizzata in generale (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020). In seguito, si è cercato di stabilire se l'orientamento politico delle testate può essere una variabile che influisce sulla maniera in cui grassezza e obesità vengono rappresentate, mettendo a contrasto i relativi sub-corpora (Brookes e Baker 2021).

3.3.1.1 Cornici cognitive generali

La prima fase di analisi è stata dedicata all'identificazione dei vari aspetti e temi trattati negli articoli, i quali sono stati poi messi a contrasto gli uni con gli altri. Per fare ciò, il principale metodo utilizzato in questa sezione è relativo all'analisi delle parole chiave del corpus. Lo scopo principale era evidenziare i tratti distintivi del linguaggio contenuto all'interno del corpus, concentrandosi sugli elementi lessicali utilizzati più di frequente.

Il corpus in esame è stato messo a confronto con quello di riferimento, rappresentativo di un italiano non specializzato e quindi considerato standard. Il software utilizzato nel presente studio, Sketch Engine, è in grado di eseguire i calcoli statistici necessari per determinare quali elementi risultano più frequenti nel corpus target rispetto a quello generale. Tali elementi vengono definiti ‘parole chiave’.

Dopo aver generato la lista di parole chiave del corpus in esame, sono state prese in considerazione le prime 150 parole più frequenti, le quali sono poi state suddivise in categorie semantiche, o in base alla loro preferenza semantica (cfr. 2.3.2), secondo i temi o i concetti a cui facevano riferimento. I pochi elementi grammaticali che risultavano tra le parole chiave, come ‘il’ o ‘di’, sono stati scartati. Preme sottolineare il fatto che i sei termini utilizzati come parole chiave in fase di compilazione del corpus (‘obesità’, ‘obeso’, ‘sovrappeso’, ‘IMC’, ‘normopeso’, ‘sedentarietà’) sono ovviamente rientrati nella lista di parole chiave, in quanto dovevano necessariamente comparire all’interno degli articoli secondo i criteri di selezione. Questo è un aspetto di cui si è tenuto conto durante la valutazione della frequenza di utilizzo delle parole chiave e delle conseguenti categorie semantiche.

Per assegnare i restanti termini a una categoria semantica si è preso in considerazione il contesto in cui questi ultimi venivano utilizzati. Nel caso in cui un termine venisse utilizzato in riferimento a più contesti differenti, e fosse quindi passibile di rientrare in più categorie semantiche, si sono analizzate cento concordanze selezionate in maniera casuale, o tutte le concordanze, laddove fossero meno di cento, così da determinare il contesto in cui tale termine veniva utilizzato più di frequente. In caso di ulteriori dubbi si sono prese in considerazione le collocazioni dei termini. I termini che risultavano

eccessivamente ambigui e utilizzati in troppi contesti differenti (ad es. ‘importante’) sono stati esclusi dalla categorizzazione. Una volta individuate le categorie semantiche in cui rientravano i 139 termini rimasti, illustrate nella tabella 4 in ordine di frequenza decrescente, queste ultime sono state interpretate in termini di cornici cognitive. Come anticipato, i sei termini utilizzati in fase di ricerca dei testi sono stati inclusi nella suddivisione. Tuttavia, la loro frequenza è separata da quella degli altri termini (in corsivo) per non compromettere i risultati dell’analisi. È stata ad esempio creata la categoria *Patologie*, la quale contiene tutti i riferimenti a possibili problemi di salute nominati in relazione all’obesità. Il termine ‘epidemia’ non è stato tuttavia inserito in questa categoria, bensì in quella denominata *Problema*, in quanto veniva usato più che altro in senso metaforico per riferirsi alla diffusione dei casi di obesità in Italia o nel mondo. Questo esempio denota la possibilità di che l’attribuzione di una categoria non sia sempre immediata ed è un aspetto che deve essere tenuto in considerazione al momento di condurre questo genere di analisi. Tale categoria semantica contiene infatti i termini che inquadrano il tema di grassezza e obesità in termini di problemi, attribuendogli una connotazione negativa (Baker et al. 2020).

Categoria semantica	Relazione con grassezza/obesità	Parole chiave	Frequenza totale (tokens e types)
Cibo	Pratiche alimentari che possono aumentare o ridurre i livelli di grassezza/obesità	Abitudini, alimentari, alimentazione, alimenti, bevande, calorie, cibi, cibo, consumo, dieta, diete, fame, food, frutta, grassi, mangiare, nutrizione, sana, sano, verdura, zuccherate, zuccheri, zucchero	1.805 (23)

Patologie	Problemi di salute associati all'obesità/grassezza	Diabete, cancro, cardiovascolari, colesterolo, condizione, disturbi, epatica, fegato, <i>IMC</i> , ipertensione, malattia, malattie, <i>normopeso</i> , <i>obesità</i> , <i>obeso</i> , patologia, patologie, <i>sovrappeso</i> , steatosi, tipo, tumore, tumori	1.388 (17) (1.586) (6)
Peso	Riferimenti al peso	Adiposo, aumento, cellule, corpo, corporeo, eccesso, grasso, perdere, peso, tessuto, troppo	1.286 (11)
Ricerca	Ricerca scientifica in merito a obesità/grassezza	Dati, dimostrato, obesity, pubblicato, rapporto, ricerca, ricercatori, risultati, studi, studio, università	1.192 (11)
Gioventù	Riferimenti a grassezza/obesità infantile/adolescenziale	Adolescenti, bambini, bambino, genitori, giovani, infantile, malnutrizione, maschi, ragazzi	952 (9)
Problema	Riferimenti all'obesità come problema	Epidemia, problema, problemi, salute, rischio	938 (5)
Quantità	Riferimenti a dati	Casi, media, mila, milioni, persone, popolazione, prevalenza	806 (7)
Età	Riferimenti a età di persone con obesità/grassezza	Adulti, anni, età	745 (3)
Stile di vita	Riferimenti a scelte comportamentali dell'individuo	Fumo, organismo, prevenire, ridurre, riduzione, stile, stili, vita	667 (8)
Misurazioni	Metodi/riferimenti a misurazioni	Cento, chili, corporea, indice, massa, quantità	579 (6)
Sport	Riferimenti all'attività fisica	Attività, fisica, fisico, forma, sport	510 (5)
Geografia	Riferimenti a luoghi	Italia, italiani, paesi	428 (3)
Cause	Termini generici in riferimento a cause	Aumenta, causa, fattore, fattori, sviluppare, sviluppo	397 (6)
Autorità	Riferimenti a fonti autorevoli	Direttore, mondiale, OMS, organizzazione, sanità, società	383 (6)
Sanità	Ruolo della sanità nel gestire grassezza/obesità	Clinica, medici, ospedale, pazienti	274 (4)
Citazioni	Affermazioni riportate da fonti autorevoli	Secondo, spiega	256 (2)
Politica	Azioni/riflessioni dal punto di vista politico/sociale in riferimento a grassezza/obesità	Obiettivo, prevenzione	165 (2)

Educazione	Ruolo dell'educazione nel ridurre i livelli di grassezza/obesità	Alimentare, educazione	142 (2)
Donne	Grassezza/obesità in relazione alle donne	Donne	130 (1)
Biologia	Potenziati cause biologiche dell'obesità	Metabolismo	72 (1)
Tempo	Riferimenti alla durata di un fenomeno	Ultimi	67 (1)

Tab. 4 Suddivisione parole chiave corpus in categorie semantiche

La maggior parte delle categorie semantiche individuate possono essere raggruppate all'interno delle cornici cognitive più spesso utilizzate per parlare di grassezza e obesità, illustrate nelle sezioni precedenti (cfr. 2.3.3.1). Ad esempio, le categorie *Patologie*, *Ricerca*, *Misurazioni*, *Autorità*, *Sanità*, *Citazioni* e *Biologia* rientrano nella cornice cognitiva relativa all'obesità in quanto questione biomedica; le categorie *Cibo*, *Peso*, *Stile di vita* e *Sport* fanno riferimento alla grassezza e all'obesità in termini di responsabilità individuale e, infine, le categorie *Risposte* ed *Educazione* rientrano nelle cornici cognitive relative all'aspetto sociale della questione (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020). Nella tabella 5 è possibile notare le categorie semantiche suddivise in relazione alla cornice cognitiva in cui rientrano e la frequenza con cui vengono utilizzate. Le rimanenti categorie, più che fare riferimento a una specifica cornice cognitiva, sono meglio associabili al concetto di *news value* (Galtung e Ruge 1965), ossia al livello di attualità o al valore della notizia stessa. Questo concetto fa riferimento ai criteri impiegati da chi scrive gli articoli nell'identificare quegli aspetti di una notizia che contribuiscono a poterla definire tale agli occhi di chi legge (ibid.). Ad esempio, la categoria *Geografia* può rientrare all'interno del criterio relativo alla 'prossimità geografica' (Harcup e O'Neill 2017; cit. in Baker et al. 2020), che comprende tutti quegli eventi che risultano di interesse in quanto prossimi all'esperienza di chi legge. Alcune di queste categorie

possono comunque contribuire a fornire informazioni di interesse nella contestualizzazione di grassezza e obesità, come vedremo in fase di analisi dei risultati. Preme notare fin da subito che una delle parole chiave estratte nel corpus è il termine ‘donne’, denotando già un aspetto d’interesse che verrà trattato più nel dettaglio nelle sezioni successive, quando verrà preso in considerazione il secondo quesito di ricerca, ossia come donne e uomini vengono rappresentati nei giornali in merito a grassezza e obesità (c.f.r. 3.3.2.). Tuttavia, questo elemento conferma in parte quanto già evidenziato negli studi precedentemente condotti, e cioè che il genere rappresenta una variabile significativa nelle rappresentazioni di grassezza e obesità nella stampa (cfr. 2.3.3.2).

Cornice cognitiva	Categorie semantiche	Frequenza totale (tokens)
Obesità/grassezza come questione biomedica	Patologie, Ricerca, Cause, Misurazioni, Autorità, Sanità, Citazioni, Biologia	4.541
Grassezza/obesità come questione di responsabilità individuale	Cibo, Peso, Stile di vita, Sport	4.268
Grassezza/obesità come questione sociale	Politica, Educazione	307

Tab. 5 Suddivisione categorie semantiche corpus in cornici cognitive

3.3.1.1.1 Discussione

In generale, si può notare che, seppur non mostrando un divario eccessivamente grande in termini di frequenza rispetto alla cornice cognitiva successiva, le testate in esame tendono innanzitutto a parlare di grassezza in termini di obesità. In particolare, inquadrano la questione facendo spesso riferimento alla relazione tra obesità e cattivo stato di salute (*Patologie*), in termini di conseguenze.

Molti non l'hanno ancora capito, ma l'obesità è una vera e propria **malattia**: altera le funzioni metaboliche interferendo con insulina e altri ormoni e produce un'inflammatione cronica generalizzata che facilita la comparsa di altre **patologie** (**diabete, malattie cardiovascolari, tumori**). (*Il Corriere della Sera*)

L'obesità viene inoltre spesso trattata dal punto di vista scientifico (*Ricerca*), facendo riferimento a pareri provenienti dalla comunità scientifica (*Autorità*), i quali vengono citati direttamente (*Citazioni*).

"Nel caso del diabete il suo ruolo è indiretto perché la comparsa della patologia è legata all'aumento di peso e in una persona sana l'eccesso di alimenti dolci predispone a questo fattore di rischio", **spiega** Francesco Purrello, presidente della **Società** Italiana di Diabetologia. Secondo uno **studio** presentato all'ultimo Congresso europeo sul diabete, l'obesità è il più pericoloso dei fattori di rischio perché aumenta di ben sei volte la probabilità di ammalarsi di diabete di tipo 2. (*La Repubblica*)

Nonostante l'enfasi su obesità e grassezza in termini scientifici, i riferimenti a questioni di natura biologica e genetica (*Biologia*) vengono trattati in modo marginale nel corpus in esame, con una sola parola chiave che rientra in questa categoria.

"Il risultato importante di questa ricerca è la dimostrazione che alcuni bambini hanno un ridotto **metabolismo** il che è probabilmente dovuto ad una predisposizione genetica, hanno cioè un genotipo metabolico 'risparmiatore' - spiega Paolo Piaggi - i bambini con questo profilo metabolico dovrebbero essere quindi individuati prima possibile in modo da prevenire l'insorgenza di sovrappeso e obesità nell'età adulta, con tutte le complicanze che questa condizione comporta come ad esempio, il diabete o i rischi cardiovascolari". (*La Stampa*)

Preme inoltre sottolineare come la questione dei disturbi alimentari (*Patologie*) venga effettivamente presa in considerazione all'interno del corpus, ma venga spesso trattata come una patologia associata all'obesità, senza riferimenti alle sue cause.

"Nella mappa messa a punto dal Ministero della Salute, assieme ad altre Regioni del centro Sud, la Campania è maglia nera: manca del tutto una struttura riabilitativa residenziale, ad esempio." dichiara Alessandro Raggi, psicologo psicoterapeuta, Responsabile del centro Psicoterapicamente di Napoli e coordinatore Nazionale della rete ANANKE per la cura dei **disturbi** del comportamento alimentare, che prosegue "La nostra Regione presenta dati allarmanti per quanto riguarda l'obesità infantile, mentre i dati su anoressia e bulimia sono incongrui rispetto a quelli nazionali. (*Libero*)

La cornice cognitiva relativa alla responsabilità individuale, che si è visto essere molto frequente all'interno del corpus, si concentra in maniera particolare sull'alimentazione (*Cibo*) in quanto aspetto fondamentale nell'evitare o, al contrario, andare incontro a ingrassamento o obesità. L'obesità viene inoltre inquadrata in quanto problema (*Problema*) che, come si è visto, contribuisce a conferire una connotazione negativa alla tematica di grassezza e obesità in generale. Da notare nell'esempio come si scriva di obesità facendo riferimento al peso (*Peso*), una categoria semantica molto diffusa all'interno del corpus.

Mangiare troppo, e non essere sedentari, è la vera causa dell'**epidemia** di sovrappeso e obesità nel mondo: contro quanto si dice da sempre, non è la carenza di attività fisica nel mondo moderno che porta ai **chili di troppo**, ma l'eccesso di **cibo**. (*ANSA*)

Preme notare, inoltre, che le testate forniscono notizie a volte in contrasto tra loro, rendendo più complessa la comprensione e interpretazione della questione da parte di chi legge.

Uno degli obiettivi per gli esperti è trovare il modo migliore per motivare i giovani a fare **attività fisica**, che aiuta a dimagrire e a prevenire le malattie associate alla sedentarietà. (ANSA)

Sempre all'interno della stessa cornice cognitiva, si fa sovente riferimento ad atteggiamenti che riconducono a scelte personali in termini di stile di vita (*Stile di vita*).

Ma la sua dieta e il suo **stile di vita** sono in netto contrasto con quelli del suo predecessore Barack Obama, che faceva esercizio regolarmente e mangiava sano. (*Libero*)

Nonostante siano in numero decisamente minore rispetto a quelli sul comportamento alimentare degli individui, i riferimenti all'attività fisica (*Sport*) sono alquanto diffusi all'interno del corpus.

Il grasso nascosto si può combattere. Come? Facendo **attività fisica**. (*Il Giornale*)

Infine, tutt'altro che marginale pare essere il divario tra le cornici cognitive precedentemente esposte e quella relativa al trattamento della questione di grassezza e obesità da un punto di vista sociale. Viene tuttavia fatto riferimento ad azioni mirate alla prevenzione (*Politica*) dell'obesità, in particolare nell'ambito dell'educazione alimentare (*Educazione*) con riferimento all'infanzia (*Gioventù*), la quale viene nominata in maniera ricorrente all'interno del corpus.

Oltre a presentare il rapporto sull'obesità **infantile**, Helpcode e l'ospedale Gaslini hanno lanciato la campagna di raccolta fondi 'C'era una volta la cena', con l'obiettivo di promuovere monitoraggio, **educazione** alimentare e **prevenzione** della malnutrizione. (ANSA)

3.3.1.1.2 Conclusioni

Prendendo in considerazione l'intero corpus, dai risultati emerge una grande attenzione alla tematica di grassezza e obesità da una prospettiva medico-scientifica. Da questo punto di vista i risultati coincidono con quanto riscontrato da Baker et al. (2020), i quali hanno notato un sostanziale incremento nell'utilizzo di questa cornice cognitiva nel loro studio condotto nel Regno Unito. In quest'ultimo si sottolinea come, nonostante studi precedenti abbiano valutato questo tipo di prospettiva come meno stigmatizzante rispetto a quella riferita alla responsabilità individuale (cfr. 2.3.3.1), un'enfasi sull'aspetto biomedico possa comunque contribuire a rafforzare lo stigma nei confronti delle persone grasse. Questo aspetto pare alquanto evidente nel corpus in esame, dove la cornice biomedica risulta più influente rispetto alle altre a causa di una particolare attenzione alle patologie derivate dall'obesità, e non perché vengono rappresentati anche quegli aspetti di questa ultima che sono legati a componenti genetiche. In questo modo, da una parte, si contribuisce potenzialmente a un aumento del panico morale ad essa associato, più che a una maggiore consapevolezza sulla questione e agli impatti dello stigma sulla salute. Dall'altra, viene dato particolare risalto alle conseguenze di uno stile di vita considerato scorretto, vista la grande enfasi anche sulla responsabilità individuale. Dai risultati si evince inoltre una grande attenzione nel riportare dati e risultati di studi condotti all'interno della comunità scientifica, che risultano però spesso in contrasto gli uni con

gli altri, rendendo così ancora più complessa una giusta interpretazione della questione. Non sono stati riscontrati riferimenti ai pregiudizi verso le persone grasse tra le parole chiave del corpus, a parte pochi casi in cui sono stati nominati in riferimento ai disturbi alimentari. Questo risultato si somma alla scarsissima presenza di riferimenti a componenti genetiche e al fatto che l'aspetto sociale della questione quasi non viene menzionato all'interno degli articoli, riportando un risultato differente rispetto a quello invece ottenuto da Baker et al. (2020), dove l'aspetto biologico risultava abbastanza influente e si faceva riferimento quantomeno a situazioni di ingiustizia e discriminazione. Un'altra differenza, positiva, rispetto agli studi a cui si ispira il presente lavoro consiste nel fatto che non sono stati riscontrati riferimenti significativi alla questione dell'obesità in quanto peso sul sistema sanitario dal punto di vista economico (ibid.). Un aspetto però alquanto eloquente riscontrato durante l'analisi, e comune allo studio precedentemente citato, è l'inquadramento della grassezza e – soprattutto – dell'obesità in termini di problema. In particolare, viene descritta come un problema dovuto al comportamento dell'individuo in termini di alimentazione e stile di vita.

In conclusione, fermo restando che il corpus in esame risulta relativamente piccolo per poter giungere a conclusioni di natura generalizzata sulla situazione italiana, pare evidente che grassezza e obesità, rispetto ai dati analizzati, non vengano rappresentate dai giornali in modo da fornire una fotografia complessa e autentica della tematica, che viene invece proposta in termini alquanto superficiali. Questo genere di approccio ad una questione delicata quanto quella presa in esame, se riprodotta su scala più ampia potrebbe avere effetti nocivi su chi legge. Ciò risulta evidente dal momento che il dibattito su stigma e pregiudizi risulta assente – o comunque ininfluente – ma anche per come

grassezza e obesità vengono rappresentate in termini di salute, riducendole cioè a una questione di peso corporeo.

3.3.1.2 Cornici cognitive in base all'orientamento politico

Se nella sezione precedente l'attenzione si è focalizzata sugli aspetti salienti del linguaggio utilizzato condivisi tra le testate prese in esame, in questa nuova sezione l'enfasi è su ciò che differenzia una testata dall'altra in termini di rappresentazione e cornici cognitive (Brookes e Baker 2021). Il procedimento è molto simile a quello precedentemente adottato. Il corpus è stato diviso in tre sub-corpora sulla base dell'orientamento politico della testata: ANSA e Il Corriere della Sera in rappresentanza delle testate neutrali, La Repubblica e La Stampa per quelle di centro-sinistra, e Libero Quotidiano e Il Giornale per quelle di centro-destra. Per ogni sub-corpus sono state estratte cinquanta parole chiave, tra le quali sono state, come in precedenza, eliminate quelle che risultavano troppo ambigue. Questa volta come corpus di riferimento non è stato usato un corpus di linguaggio generale, bensì la somma degli altri due sub-corpora. Ad esempio, per l'estrazione delle parole chiave del sub-corpus 'neutrale', si è usato come corpus di riferimento un corpus composto dal sub-corpus di 'centro-sinistra' insieme a quello di 'centro-destra'. In questo modo è stato possibile evidenziare, prendendo in considerazione lo stesso tipo di linguaggio specializzato, quali aspetti risultassero più salienti nelle varie testate in base a loro orientamento politico. Seguendo lo stesso procedimento utilizzato in precedenza, le parole chiave di ogni sub-corpus sono state suddivise in categorie semantiche e, ove possibile, assegnate a una cornice cognitiva.

Nelle prossime sezioni verranno esposte le analisi delle testate divise per orientamento politico per poi metterle a confronto in una sezione conclusiva.

3.3.1.2.1 Sub-corpus neutrale

Nelle tabelle 6 e 7, rispettivamente, sono illustrate le suddivisioni delle parole chiave selezionate, 47 in tutto, in categorie semantiche e la suddivisione di queste ultime in base alla cornice cognitiva in cui rientrano.

Categoria semantica	Relazione con grassezza/obesità	Parole chiave	Frequenza totale (tokens e types)
Patologie	Problemi di salute associati a grassezza/obesità	Apnee, cardiovascolare, diabete, diabetici, fegato, gambe, glicemia, pelle, steatosi, tumori	299 (10)
Geografia	Riferimenti a luoghi	Europa, Italia, mondo, Paesi	242 (4)
Misurazioni	Metodi/riferimenti a misurazioni	Casi, numero, popolazione, probabilità, riguarda, tasso	203 (6)
Gioventù	Riferimenti a grassezza/obesità infantile/adolescenziale	Bambini, bambini	194 (2)
Età	Riferimenti a età di persone con obesità	Anni	184 (1)
Peso	Riferimenti al peso	Chili, kg, troppo	147 (3)
Stile di vita	Riferimenti a scelte comportamentali dell'individuo	Alcol, esempio, gambe, meglio	123 (3)
Cibo	Pratiche alimentari che possono aumentare o ridurre i livelli di grassezza/obesità	Bevande, colazione, consumo, grammi, mandorle	122 (5)
Problema	Riferimenti all'obesità come problema	Lotta, problema	84 (2)
Sport	Riferimenti all'attività fisica	Sport, pratica	58 (2)
Tempo	Riferimenti alla durata di un fenomeno	Oggi	55 (1)

Politica	Azioni/riflessioni dal punto di vista politico/sociale in riferimento a grassezza/obesità	Centesimi, sud, tax	52 (2)
Cause	Termini generici in riferimento a cause	Causa	40 (1)
Autorità	Riferimenti a fonti autorevoli	Sanità	31 (1)
Maternità	Impatto dell'obesità sulle nascite	Gravidanza	24 (1)
Citazioni	Affermazioni riportate da fonti autorevoli	Sottolinea	23 (1)
Ricerca	Ricerca scientifica in merito a obesità/grassezza	Esperti	19 (1)

Tab. 6 Suddivisione parole chiave sub-corpus neutrale in categorie semantiche

Cornice cognitiva	Categoria semantica	Frequenza totale (tokens)
Obesità/grassezza come questione biomedica	Patologie, Misurazioni, Cause, Autorità, Citazioni, Ricerca	615
Grassezza/obesità come questione di responsabilità individuale	Peso, Cibo, Stile di vita, Sport	450
Grassezza/obesità come questione sociale	Politica	52

Tab. 7 Suddivisione categorie semantiche sub-corpus neutrale in cornici cognitive

3.3.1.2.1.1 Discussione

A una prima analisi, osservando semplicemente la frequenza totale delle tre cornici cognitive presenti nel sub-corpus, le testate neutrali sembrano conferire una particolare attenzione alla rappresentazione dell'obesità da un punto di vista medico-scientifico. Similarmente all'analisi condotta in riferimento al corpus principale, il distacco tra questa ultima e la cornice relativa alla responsabilità individuale, seppur leggermente più marcato, non risulta eccessivamente sbilanciato, mentre il divario tra le prime due cornici e quella che rappresenta la tematica di grassezza e obesità da una prospettiva sociale

rimane praticamente ininfluyente nel dibattito sulle testate neutrali. Da notare, inoltre, la presenza della parola chiave ‘gravidanza’, la quale denota una significativa attenzione al concetto di maternità in relazione alla tematica oggetto di studio. Anche in questo caso, si rimanda all’analisi del prossimo quesito di ricerca per un’analisi più dettagliata (cfr. 3.3.2.).

In particolare, proseguendo con un’analisi più approfondita, si può notare, ovviamente, la presenza di alcune parole chiave che erano già state osservate nell’analisi precedente. Alcune di queste rientrano nella categoria *Patologie*, come ‘cardiovascolare’, ‘diabete’, ‘fegato’ e ‘tumori’, suggerendo che, oltre ad essere termini particolarmente presenti nel corpus principale, questi ultimi risultano più tipicamente associabili alla visione che le testate neutrali vogliono conferire in merito alla tematica trattata (Brookes e Baker 2021). Le parole menzionate si riferiscono in particolare alle patologie potenzialmente causate (*Cause*) dall’obesità o dalla grassezza, le quali vengono spesso supportate da dati (*Misurazioni*) e studi scientifici (*Ricerca*).

Gli ultimi **dati** Onu parlano di 2 miliardi di persone sovrappeso, di cui 672 milioni obese, e di 3,4 milioni di persone che ogni anno muoiono per motivi collegati. Spesso accompagnata da stigma, isolamento e prevaricazioni, a scuola come sul lavoro, l'obesità "**causa** complicanze come **diabete**, ipertensione, cardiopatia ischemica, osteoartrite, insufficienza respiratoria e renale", precisa Paolo Sbraccia, vicepresidente Ibd Foundation e ordinario di Medicina Interna dell'Università di Roma Tor Vergata. Inoltre, rappresenta, la seconda **causa** evitabile di **tumori**, dopo il fumo ed è collegata a 13 diversi tipi di neoplasie, tra cui stomaco, pancreas, esofago. (ANSA)

Il campione sopra proposto risulta particolarmente interessante poiché nomina lo stigma ma poi definisce l'obesità una 'causa evitabile' di tumori, dimostrando una scarsa analisi critica della questione.

Anche la grande attenzione dedicata all'infanzia (*Gioventù*), caratteristica del corpus principale, pare essere più che altro tipica delle testate neutrali, dove è diffuso l'inquadramento della tematica con connotazione negativa (*Problema*) e il riferimento al tipo di alimentazione (*Cibo*) come variabile di impatto nel prevenire/curare la grassezza o l'obesità.

Insomma, è una fake news, dottoressa? "Sì. Il cervello consuma mediamente 13 calorie all'ora". Di conseguenza, qual è la merenda ideale di un **bambino** che ha già **problemi** di sovrappeso? "Un frutto fresco o secco. Dieci **mandorle** o una mela o ancora cinque **mandorle** e un mandarino". (*Corriere della Sera*)

Inoltre, come riscontrato anche nella precedente analisi, nelle testate neutrali si parla spesso di grassezza e obesità in termini di peso (*Peso*), come se fossero sinonimi o fosse questa la determinante principale di salute o di sua assenza.

Diabete, infarto, tumori: i **chili** di **troppo** pesano sulla salute di chi ci convive, tanto da accorciarne in media la vita di 10 anni. Ma, nonostante l'allarme degli esperti, sovrappeso e obesità continuano a crescere. (*ANSA*)

Infine, la cornice cognitiva che presenta grassezza e obesità da un punto di vista sociale, presente in quantità marginali, rientra tra le parole chiave del sub-corpus mostrando due prospettive differenti. Da una parte, vengono nominate proposte (*Politica*) che mirano a gestire la questione andando ad intaccare le abitudini alimentari dell'individuo (*Cibo*).

In Italia la petizione promossa da Il Fatto Alimentare per l'adozione della sugar **tax** sulle **bevande** zuccherate è sottoscritta da dieci società scientifiche e da personaggi autorevoli come Francesco Branca (direttore del Dipartimento di nutrizione salute e sviluppo dell'Oms), Walter Ricciardi (ex presidente dell'Istituto superiore di Sanità), Giuseppe Remuzzi (direttore dell'Istituto di ricerche farmacologiche Mario Negri), oltre a centinaia di medici, dietisti, biologi e nutrizionisti. *(Corriere della Sera)*

Dall'altra, viene nominato il divario tra nord e sud Italia, specialmente in riferimento all'impatto sull'infanzia (*Gioventù*). Tuttavia, la questione viene trattata in termini di problematica socioeconomica solo intorno alla metà dei casi, con l'altra metà che si concentra su questioni di responsabilità individuale (*Cibo*), come si può notare dai due esempi successivi.

Ci sono peraltro differenze territoriali rilevanti: al **Sud** l'epidemia di obesità è maggiore, soprattutto per motivi socioeconomici perché per esempio in molte aree del meridione fare attività fisica è più difficile per la carenza di strutture sportive, o anche perché una maggior povertà porta ad acquistare spesso cibo "spazzatura". *(Corriere della Sera)*

In Italia emerge che i **bambini** a rischio sovrappeso e obesità vivono maggiormente al **sud** in particolar modo in Molise, Campania e Calabria. Per quanto riguarda le abitudini alimentari in Italia l'8% dei bambini salta la prima **colazione** e il 33% la fa inadeguata, il 53% fa una merenda troppo abbondante e a tavola il 20% dei genitori dichiara che i propri figli non consumano quotidianamente frutta e verdura mentre durante la giornata il 36% consuma ogni giorno **bevande** zuccherate gassate. (ANSA)

3.3.1.2.2 Sub-corpus di centro-sinistra

Le parole chiave estratte in riferimento alle testate di centro-sinistra sono 47. Nella tabella 8 vengono illustrate le categorie semantiche in cui rientrano e nella tabella 9 le relative cornici cognitive.

Categoria semantica	Relazione con	Parole chiave	Frequenza totale
Cibo	Pratiche alimentari che possono aumentare o ridurre i livelli di grassezza/obesità	Alto, cibo, effetti, fruttosio, food, grassi, pasti, zuccheri	263 (8)
Ricerca	Ricerca scientifica in merito a obesità/grassezza	And, cervello, ricercatori, studi, studio, topi	239 (6)
Cause	Termini generici in riferimento a cause	Aumenta, rischio, sviluppo	192 (3)
Patologie	Problemi di salute associati a obesità/grassezza	Artrite, asma, batteri, composizione, malattie, malnutrizione, microbiota, psoriasica	187 (8)
Citazioni	Affermazioni riportate da fonti autorevoli	Abbiamo, dice, secondo, spiega	162 (4)
Misurazioni	Metodi/riferimenti a misurazioni	Cinque, milioni, tre, volte	160 (4)
Gioventù	Riferimenti a grassezza/obesità infantile/adolescenziale	Bambini	148 (1)
Problema	Riferimenti all' obesità come problema	Salute	115 (1)
Geografia	Riferimenti a luoghi	Città, pugliesi, regione, Torino	77 (4)
Età	Riferimenti a età di persone con obesità/grassezza	Età	76 (1)
Sanità	Ruolo della sanità nel gestire grassezza/obesità	Interventi, pazienti	73 (2)
Donne	Grassezza/obesità in relazione alle donne	Donne	50 (1)
Politica	Azioni/riflessioni dal punto di vista politico/sociale in riferimento a grassezza/obesità	Mobilità, povertà, pubblicità	41 (3)
Biologia	Potenziati cause biologiche dell' obesità/grassezza	Metabolismo	29 (1)

Tab. 8 Suddivisione parole chiave sub-corpus centro-sinistra in categorie semantiche

Cornice cognitiva	Categoria semantica	Frequenza totale
Obesità/grassezza come questione biomedica	Ricerca, Cause, Patologie, Citazioni, Misurazioni, Sanità, Biologia	1.042
Grassezza/obesità come questione di responsabilità individuale	Cibo	263
Grassezza/obesità come questione sociale	Politica	41

Tab. 9 Suddivisione categorie semantiche sub-corpus centro-sinistra in cornici cognitive

3.3.1.2.2.1 Discussione

In questo caso, nonostante anche per le testate di centro-sinistra la cornice cognitiva più diffusa sia quella medico-scientifica, risulta una differenza evidente con i casi precedentemente analizzati: il divario tra questa e la cornice relativa alla responsabilità individuale è incredibilmente ampio. Questa ultima è presente in misura marginale nel sub-corpus in analisi e si accosta come mai prima alla cornice relativa alla responsabilità sociale. Preme tuttavia evidenziare che, se si prendono in considerazione le singole categorie semantiche, quella riferita all'alimentazione risulta la più frequente nel sub-corpus. Da ciò si può dedurre che le testate di centro-sinistra tendono a rappresentare grassezza e obesità principalmente da un punto di vista scientifico, e che l'enfasi sul comportamento dell'individuo – in particolare in termini di peso, attività fisica e stile di vita – non è un tratto che rispecchia specificatamente l'inquadramento di grassezza e obesità fornito da queste ultime, nonostante sia ampiamente presente nel corpus principale. Un altro aspetto da sottolineare è la ricomparsa della parola chiave 'donne', il che denota che l'enfasi su grassezza e obesità in relazione al genere è un aspetto considerato particolarmente rilevante dalle testate di centro-sinistra.

Prendendo in considerazione le parole chiave del sub-corpus, le testate di centro-sinistra sembrano dare particolare rilevanza all'opinione della comunità scientifica (*Ricerca*), che spesso tendono a citare (*Citazioni*). Come per il sub-corpus neutrale e per il Corpus principale, grande attenzione viene posta sulle conseguenze di grassezza e obesità sull'infanzia (*Gioventù*) dal punto di vista della salute (*Patologie e Cause*).

"L'**asma** è la **malattia** cronica numero uno nei **bambini** e alcune delle cause come la genetica e le infezioni virali durante l'infanzia sono cose che non possiamo impedire", **ha detto** Jason E. Lang, MD, professore associato di pediatria alla Duke University e autore principale dello **studio**. "L'obesità, invece, può essere l'unico fattore di **rischio** per l'**asma** infantile che si potrebbe prevenire". (*La Repubblica*)

Nel presente sub-corpus ritroviamo inoltre la presenza della parola chiave 'metabolismo', che era l'unica anche nel corpus principale a fare riferimento alle variabili di natura genetica riferite all'obesità (*Biologia*).

Le persone a rischio obesità si possono individuare già a 10 anni. Sono i bambini che per predisposizione genetica hanno un **metabolismo** "risparmiatore". (*La Stampa*)

Nelle testate di centro-sinistra ritroviamo tra le parole chiave riferimenti a un approccio all'obesità dal punto di vista chirurgico (*Sanità*).

Una possibile cura arriva dalla dieta chetogenica, nutraceutica e al loro impiego terapeutico nella preparazione del paziente agli **interventi** di chirurgia bariatrica. (*La Repubblica*)

La questione dell'alimentazione (*Cibo*) che, come abbiamo visto, è la categoria semantica più frequente all'interno del sub-corpus ma l'unica appartenente alla cornice cognitiva della responsabilità individuale, viene nominata come causa di grassezza e obesità.

Ovviamente anche il **cibo** troppo ricco di **zuccheri** e **grassi** ha la sua parte di colpa. Se il 74,2% di bambini e ragazzi mangia frutta o verdura ogni giorno, solo il 12,6% arriva a 4 o più porzioni. *(La Repubblica)*

Anche in questo caso le azioni ideate per gestire la situazione (*Politica*) vertono a un cambiamento nel comportamento alimentare della persona (*Cibo*), più che ad azioni di sensibilizzazione sulla tematica da un punto di vista sociale.

Anche il governo centrale dovrebbe presto presentare un suo piano per contrastare l'obesità giovanile, probabilmente già il mese prossimo, ed allo studio c'è il divieto di **pubblicità** di **junk food** anche in televisione. *(La Stampa)*

Infine, sempre dal punto di vista sociale (*Politica*), viene fatto riferimento al divario economico che gioca un ruolo nel determinare l'accesso da parte della persona a determinati alimenti. Tuttavia, il modo in cui se ne parla non esula da problematiche, come il definire 'errori nutrizionali' l'eccessivo ricorso a 'cibo spazzatura' nelle zone più povere.

I risultati parlano di un milione e 260mila minori che vivono in condizioni di **povertà** assoluta e che non possono nutrirsi in modo adeguato. Lasciando così spazio a sovrappeso e obesità come sintomo di una dieta contrassegnata da errori nutrizionali e consumo eccessivo di cibo spazzatura, privo di nutrienti ma altamente calorico. *(La Repubblica)*

3.3.1.2.3 Sub-corpus di centro-destra

L'ultimo sub-corpus in analisi è quello relativo alle testate di centro-destra, dal quale risultano 46 parole chiave. Come in precedenza, le tabelle 10 e 11 mostrano, rispettivamente, le parole chiave suddivise per categoria semantica e le cornici cognitive in cui alcune di queste categorie rientrano.

Categoria semantica	Relazione con grassezza/obesità	Parole chiave	Frequenza totale
Tempo	Riferimenti alla durata di un fenomeno	Durante, giorno, momento, nuovo, periodo, prima	197 (6)
Patologie	Problemi di salute associati all'obesità/grassezza	Adiposo, centrale, epatocarcinoma, multipla, mortalità, sclerosi, sistema, tessuto, viscerale	186 (9)
Cibo	Pratiche alimentari che possono aumentare o ridurre i livelli di grassezza/obesità	Alimentazione, grado, grasso	171 (3)
Peso	Riferimenti al peso	Corporeo, peso	171 (2)
Misurazioni	Metodi/riferimenti a misurazioni	Cento	122 (1)
Ricerca	Ricerca scientifica in merito a obesità/grassezza	Base, professor, ricerca, studenti	118 (4)
Sanità	Ruolo della sanità nel gestire grassezza/obesità	Chirurgia, massa, muscolare, personale, servizio	113 (5)
Celebrità	Riferimenti a grassezza/obesità in persone specifiche	Balotelli, Celentano, lui, mario	82 (4)
Stile di vita	Riferimenti a scelte comportamentali dell'individuo	Attenzione, maniera, riduzione, vita	71 (4)
Geografia	Riferimenti a luoghi	Latina, presso	55 (2)
Gioventù	Riferimenti a grassezza/obesità infantile/adolescenziale	Ragazzi	43 (1)

Eventi	Riferimenti a eventi in cui si è trattato di <i>grassezza/obesità</i>	Amici, festival	38 (2)
Sport	Riferimenti all'attività fisica	Fisico	24 (1)
Autorità	Riferimenti a fonti autorevoli	ADI	12 (1)

Tab. 10 *Suddivisione parole chiave sub-corpus centro-destra in categorie semantiche*

Cornice cognitiva	Categoria semantica	Frequenza totale
Obesità/grassezza come questione biomedica	Patologie, Misurazioni, Ricerca, Sanità, Autorità	551
Grassezza/obesità come questione di responsabilità individuale	Cibo, Peso, Stile di vita, Sport	437
Grassezza/obesità come questione sociale	//	//

Tab. 11 *Suddivisione categorie semantiche sub-corpus centro-destra in cornici cognitive*

3.3.1.2.3.1 Discussione

Nell'analizzare questo sub-corpus, salta immediatamente all'occhio il fatto che non siano presenti categorie semantiche che facciano riferimento agli aspetti sociali di *grassezza* e *obesità*. Le testate di orientamento politico di centro-destra tendono quindi a rappresentare la tematica da un punto di vista principalmente medico-scientifico e facendo riferimento al comportamento dell'individuo.

Dal punto di vista medico-scientifico, ancora una volta, si tende a rappresentare l'*obesità* in termini di ciò che questo comporta sulla salute (*Patologie*).

L'*obesità* è infatti un fattore aggravante per la **sclerosi multipla** recidivante-intermittente, la forma più diffusa della malattia. (*Libero Quotidiano*)

A differenza della precedente analisi, le testate di centro-destra tornano a parlare di *grassezza* e *obesità* ponendo particolare enfasi sul peso (*Peso*). Tuttavia, parlare di

grassezza e obesità in riferimento all'infanzia (*Gioventù*) è una cosa che accomuna tutti e tre i sub-corpora.

Si stima, infatti, che nel 2011 ci fossero nel mondo oltre 40 milioni di **bambini** al di sotto dei 5 anni con un **peso** superiore alla norma. (*Il Giornale*)

Viene inoltre posta molta enfasi sulla responsabilità dell'individuo (*Stile di vita*), in particolare delle donne, nello scegliere i prodotti alimentari adeguati per evitare di ingrassare.

Meglio quindi giocare d' anticipo, e quando si avvicina la menopausa vale la pena darsi una regolata, imparando a rinunciare a piccoli snack e golosità che fino a poco tempo prima ci si concedeva, perché con il calo ormonale sale il colesterolo nel sangue, così come la pressione, per cui bisogna fare **attenzione** anche al "sale nascosto" contenuto nei cereali, nel pane, nei formaggi, affettati e in molti altri alimenti conservati o trasformati. (*Liberò*)

Infine, un ulteriore aspetto che risulta caratteristico delle testate di centro-destra, è quello di riportare notizie mondane (*Celebrità* ed *Eventi*) nelle quali si fa riferimento a grassezza od obesità.

Amici, la **Celentano** rincara la dose contro la ballerina: "Se sei in sovrappeso, fai un salto e ti fai male" Dopo la polemica nata nella prima puntata del serale di Amici, Alessandra Celentano ha ribadito a Oggi il suo pensiero sulla fisicità di una ballerina: "Un discorso semplice, ma ci sono troppi buonisti". (*Il Giornale*)

In particolare, vengono riportati commenti in cui il corpo grasso viene usato come espediente comico da parte della celebrità stessa.

Balotelli, su Instagram Stories ha pubblicato una foto di lui, palesemente ritoccata, in enorme sovrappeso, come fosse un lottatore di Sumo, commentando: "Io multato per sovrappeso? Ma guardate che fisico ho!" (*Il Giornale*)

3.3.1.2.4 Conclusioni

Attraverso un'analisi delle parole chiave specifiche per ogni sub-corpus, questa sezione dello studio ha preso in considerazione gli aspetti salienti delle testate in base al loro orientamento politico. L'obiettivo era definire, per quanto possibile, il tipo di prospettiva su grassezza e obesità che tali testate offrono a chi legge e, di conseguenza, come la percezione di chi fruisce delle notizie può variare. L'indagine era in particolare mirata alla ricerca di differenze tra un sub-corpus e l'altro, ma sono stati individuati anche tratti che li accomunano. Ad esempio, un aspetto comune riguarda la particolare enfasi sull'aspetto medico-scientifico. Questa caratteristica riflette anche i risultati dell'indagine relativa al corpus principale, anche se i risultati variano in base all'orientamento politico in esame. Il sub-corpus rappresentativo delle testate di centro-sinistra, infatti, dimostra un'attenzione molto maggiore nei confronti di questo aspetto rispetto agli altri sub-corpora. Inoltre, se tutti e tre i sub-corpora trattano questa tematica principalmente in termini di risvolti negativi dell'obesità sulla salute, quello relativo alla prospettiva di centro-sinistra è l'unico che dà un certo credito all'aspetto genetico, anche se non in misura particolarmente significativa. Quest'ultimo risulta quindi, tra i tre sub-corpora analizzati, quello che meno fa leva sul senso di colpevolizzazione degli individui, anche perché conferisce meno spazio ad aspetti relativi alla responsabilità individuale, in termini di attività fisica e stile di vita in generale, e tra le caratteristiche che reputa particolarmente

salienti in merito a grassezza e obesità non rientrano le associazioni con il peso. Tuttavia, le abitudini alimentari dell'individuo vengono molto enfatizzate in questo sub-corpus.

Una cosa che accomuna le testate di centro-sinistra e neutrali rispetto a quelle di centro-destra è il riferimento ad aspetti socioeconomici. Tuttavia, anche in questo caso, tali riferimenti non sono particolarmente impattanti né dal punto di vista quantitativo, né dal punto di vista qualitativo. Quando vengono menzionate iniziative intraprese o che si ha intenzione di intraprendere, queste fanno più che altro riferimento a azioni dirette a modificare il comportamento dell'individuo, come ad esempio la ricorrente menzione dell'imposta sullo zucchero. Le testate di centro-destra sono quindi le uniche che non si sono distinte in nessun modo, rispetto agli altri sub-corpora, per quanto riguarda la copertura degli aspetti sociali implicati nella tematica di grassezza e obesità. D'altro canto, queste ultime si sono distinte per riportare come alcune celebrità si sono espresse in merito alla questione, spesso anche in termini stigmatizzanti nei confronti delle persone grasse o con obesità.

In conclusione, il modo in cui grassezza e obesità vengono rappresentate in base all'orientamento politico della testata presenta alcune differenze, ma nessuna di queste si è distinta per trattare la questione in modo da accrescere la consapevolezza di chi legge in merito alle situazioni di ingiustizia che le persone grasse sono costrette a subire. Da questo risulta chiaro come la percezione della tematica possa venire distorta da un discorso che perpetua una visione della grassezza e dell'obesità limitata e superficiale, a prescindere dall'orientamento politico del giornale che si sta leggendo.

3.3.2 Grassezza e obesità nei giornali italiani: una prospettiva di genere

L'analisi descritta nelle sezioni precedenti era dedicata alle cornici cognitive utilizzate più di frequente nel parlare di grassezza e obesità nei giornali italiani. Si è riscontrata una particolare attenzione verso gli aspetti medico-scientifici della questione, in particolare per quanto riguarda le testate di centro-sinistra. Grande enfasi viene posta anche sul comportamento dell'individuo, sul quale ricade la responsabilità di evitare di incorrere in problemi di salute causati soprattutto da un'alimentazione scorretta. Nessuna delle testate analizzate tratta la tematica di grassezza e obesità da un punto di vista sociale che possa essere definito influente, specialmente per quanto riguarda le testate rappresentative di un orientamento politico di centro-destra.

Il secondo quesito di ricerca del presente studio è invece un approfondimento relativo alla rappresentazione di grassezza e obesità da una prospettiva di genere. Già nell'analisi precedente si era notato come, sia nel corpus principale, sia in due dei suoi sub-corpora, la questione di genere occupasse una posizione rilevante nei confronti dell'argomento in esame, con i termini 'donne' e 'gravidanza' che rientravano tra le loro parole chiave. In questa parte dello studio, tale posizione verrà trattata in maniera più approfondita, usando come campione di indagine il termine 'donne'.

Prima di procedere con la descrizione della metodologia utilizzata in questa fase di analisi, pare utile sottolineare che, secondo un'indagine Istat relativa al 2019 (Istat 2021), il numero di uomini in sovrappeso in Italia è maggiore rispetto a quello relativo alle donne (42,4% contro 26,4%). Lo stesso vale per i tassi di obesità, nonostante il divario si accorci in maniera significativa (12,9% contro 10,7%). Tali dati sono stati calcolati sulla base dell'Indice di Massa Corporea delle persone, con tutte le contraddizioni che lo

caratterizzano (cfr. 2.1.2.1.). Le statistiche presentate dovrebbero comunque far riflettere sul fatto che l'enfasi sull'associazione tra donne e grassezza/obesità non è dovuta al fatto che queste ultime tendono ad esserne più soggette.

Tornando al quesito di ricerca in esame nella presente sezione, l'analisi è stata condotta prendendo nuovamente in considerazione una delle parole chiave marcate a livello di genere offerte dall'indagine precedente, ossia 'donne'. La metodologia utilizzata in questa fase è consistita in un'iniziale estrazione delle co-occorrenze del lemma 'donna' – ovvero le parole che tendono a essere utilizzate insieme a quest'ultimo – per poi focalizzarsi su un'analisi delle sue concordanze all'interno del corpus principale. Si sono cioè esaminati, uno per uno, i vari contesti in cui il termine veniva utilizzato alla ricerca di dettagli rilevanti a livello discorsivo ed è stata data maggiore rilevanza al contesto in generale rispetto alla co-occorrenza di uno specifico termine. In questo caso, la frequenza di utilizzo non era quindi una variabile necessariamente influente, in quanto lo scopo era rilevare i differenti modi in cui il genere femminile può venire associato a grassezza e obesità, in modo da fornire alcuni esempi di strategie discorsive potenzialmente rilevanti a livello di genere. Nella tabella 12 possono notarsi le co-occorrenze/collocati del lemma 'donna', individuati con Sketch Engine.

Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna'	
Modificatori di 'donna'	Adolescente, formosa, giovane, incinta, magra, normopeso, rotonda, oversize, sola, sovrappeso
Verbi con 'donna' come soggetto	Accorgersi, potere, scegliere, subire, temere, tendere
Verbi con 'donna' come oggetto	Aiutare, colpire, incontrare, portare, vedere
'Donna' e/o...	Problema, quota

Tab. 12 Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna'

Già a un primo sguardo può notarsi come i principali modificatori del termine facciano riferimento o all'età o alla forma del corpo della donna, lasciando intendere l'importanza di questi due fattori nel momento in cui si parla di donne. Nella tabella 13 vengono mostrati i principali collocati del lemma 'donna' estratti da un corpus non specializzato (itTenTen), così da evidenziare similitudini e differenze in relazione a come si parla di donne quando viene presa in considerazione la lingua italiana in generale.

Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna'	
Modificatori di 'donna'	Anziana, bella, giovane, imprenditrice, incinta, lavoratrice, matura, protagonista, single, vittima
Verbi con 'donna' come soggetto	Amare, cercare, dovere, morire, sapere, sentire, sposare, vestire, vivere, volere
Verbi con 'donna' come oggetto	Aiutare, amare, cercare, colpire, incontrare, odiare, sedurre, sposare, uccidere, violentare
'Donna' e/o...	Anziana, bambina, bambino, donna, giovane, madre, mamma, ragazza, uomini, uomo

Tab. 13 Co-occorrenze/collocati del lemma 'donna' in un corpus generale

Andando ad analizzare i vari contesti in cui le parole mostrate venivano menzionate, sono emersi aspetti interessanti. In primo luogo, in cima alla lista degli attributi che tendono a co-occorrere con il termine 'donne' ritroviamo 'incinte', il che potrebbe già risultare significativo alla luce di quanto evidenziato in precedenza, ossia il rilievo del tema della gravidanza. Andando ad analizzare i contesti in cui queste due parole vengono utilizzate, come si evince dall'esempio 1, si è notato che l'enfasi viene posta sulla responsabilità della donna nell'evitare eventuali problematiche dovute all'obesità sul futuro stato di salute di figlie e figli.

"È stato ampiamente dimostrato che le **donne incinte** che si espongono a fattori di rischio come obesità, fumo, inattività fisica, stress e così via - spiega al Messaggero

il professor Vincenzo Lionetti, esperto di nutrizione della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa - possono provocare alterazioni epigenetiche nel Dna del nascituro che lo espongono a un maggior rischio di ammalarsi di diabete da adulto. Cibi da fast food e una vita sedentaria predispongono alla malattia". (*Libero Quotidiano*)

Un altro aspetto che aveva destato interesse in fase di analisi era la co-occorrenza di 'donne' e 'rotonde'. È infatti ricorrente l'utilizzo di eufemismi per evitare di utilizzare l'aggettivo 'grassa' o 'grasso', il quale è connotato negativamente e viene più che altro utilizzato come insulto (Meloni e Mibelli 2021). Andando poi ad analizzare il contesto in cui appariva tale espressione, è emerso un ulteriore elemento degno di nota.

A questo proposito, qualche anno fa, avevano fatto polemica le dichiarazioni dello stilista da poco scomparso Karl Lagerferld (un ex grasso che aveva perso 40 chili in 13 mesi con una dieta e ne aveva anche scritto un bestseller): "Nessuno ha voglia di vedere **donne rotonde** in passerella". (*La Stampa*)

Innanzitutto, l'affermazione nell'esempio 2 è una dimostrazione eloquente della pressione che viene posta sulle donne in merito alla necessità di avere un corpo conforme agli standard di bellezza, per cui una donna grassa è qualcosa che 'nessuno ha voglia di vedere'. In secondo luogo, 'donne rotonde' è utilizzato in una citazione, per cui chi ha scritto la notizia non è, a livello teorico, responsabile direttamente di ciò che viene riportato – tenendo a mente, tuttavia, che si tratta con ogni probabilità di una traduzione. Ciò nonostante, l'aggiunta da parte di chi scrive del dettaglio relativo al dimagrimento dello stilista è una strategia comune usata per legittimare un'opinione offensiva da parte di una persona che, in quanto grassa o 'ex-grassa', è giustificata nel fare certe affermazioni sul corpo grasso, pur non essendo questa persona una donna (Brookes e Baker 2021).

L'analisi delle co-occorrenze ha anche evidenziato l'associazione tra 'donne' e 'sole'. Quest'ultima, come si può notare nell'esempio 3, rivela un contesto dove si inferisce, oltre a una connotazione positiva del corpo femminile magro, che le donne grasse risultano necessariamente sgradevoli alla vista se non aiutate da modifiche opportune. Nell'esempio in questione si può notare inoltre come chi scrive ammette che esistano dei corpi femminili considerati ingiustamente 'sbagliati'. Tuttavia, in seguito afferma che il problema risiede nel tipo di indumenti che le donne indossano, e non nei pregiudizi che si hanno nei confronti delle persone grasse.

Non è il corpo ad essere sbagliato, ma l'abito che si indossa: con questa filosofia la consulente d'immagine Sara Saporea aiuta a capire che l'eleganza non è di pertinenza delle **sole donne** magre, ma che è possibile costruire una immagine gradevole qualunque sia la propria taglia, con un uso sapiente di abiti ed accessori. (*La Repubblica*)

Infine, è interessante notare come nei giornali si possa incorrere anche in notizie che possono risultare ingannevoli rispetto a ciò che suggeriscono i dati riportati al principio di questa analisi. In questo caso ci si era dedicati alla co-occorrenza tra 'donne' e 'problema'.

"Le donne hanno sempre avuto più grasso corporeo rispetto agli uomini e il loro tasso di obesità è sempre aumentato un po' più velocemente" dice il medico. "La parola chiave è "un po'". Obesità e sovrappeso sono un **problema** serio per moltissime **donne**, un problema complesso che riguarda anche l'ambiente, gli stili di vita e la biologia". (*Corriere della Sera*)

Al di là dell'inquadramento di sovrappeso e obesità in termini di problema, nell'esempio 4 si citano le parole di un medico che menziona l'impatto di variabili al di fuori del

controllo della donna. Questo aspetto, nonostante sia preceduto nell'articolo dalla menzione del cibo come variabile più influente, sarebbe da considerare in maniera positiva. Tuttavia, anche in questo caso, viene proposta una visione superficiale e fuorviante degli effetti di tali variabili, come si può notare dal proseguimento dell'articolo.

Il divorzio e la precarietà sul lavoro influenzano entrambi i sessi, ma le donne subiscono maggiormente effetti economici negativi e questo è un altro fattore di rischio per l'aumento di peso", osserva l'esperto. Altri punti critici sono dati dagli squilibri di genere: in casa sono ancora loro le più impegnate e questo genera affaticamento, riduce le ore di sonno e alimenta lo stress. Il risultato è un circolo vizioso che influisce sulla produzione di alcuni ormoni come la grelina e il cortisolo che favoriscono l'aumento di peso. Le donne hanno un sistema di regolazione emotiva molto più fine e complesso degli uomini, che le espone più facilmente all'uso del cibo come "consolazione", che può tradursi in più peso. (*Il Corriere della Sera*)

Nell'esempio 5 si nomina infatti una questione come il divario di genere nella gestione di casa e famiglia che grava sulle donne. Molto spesso questa problematica viene giustificata sulla base di una presunta propensione di quest'ultime ai lavori di cura alla luce di una loro maggiore sensibilità (Cerrato e Cifre 2018), un pregiudizio che contribuisce al protrarsi di questo problema. Eppure, nel periodo successivo, viene proposta una visione sull'aumento di peso delle donne relativa alla loro tendenza a ricorrere al cibo come 'consolazione' che pare essere associato alla loro natura emotiva. In questo modo si rafforza uno dei pregiudizi che si trovano alla base di quanto affermato poco prima.

3.3.2.1 Discussione

Nell'indagine appena condotta sono state evidenziate alcune strategie discorsive utilizzate nella rappresentazione di grassezza e obesità in relazione alle donne. In primo luogo, occorre ricordare che, a prescindere dai dati statistici in merito a grassezza e obesità, nei giornali si parla molto di più di questa tematica in riferimento alle donne. Questo aspetto è dimostrato dalla presenza del termine 'donne' tra le parole chiave del corpus, confermando quanto riscontrato anche in studi condotti in altri contesti (Brookes e Baker 2021).

Un ulteriore aspetto rilevante e che conferma studi precedenti è la ricorrenza della responsabilizzazione delle donne in merito non solo alla loro salute, ma anche in relazione a quella della loro prole (ibid.). Non rientra ovviamente tra gli scopi di questa ricerca confermare o mettere in dubbio la veridicità delle affermazioni riportate a livello scientifico. Ciò che però ci si prefigge di fare in questa sede è analizzare il modo in cui questi aspetti vengono rappresentati. Trattare questa tematica riducendola a una questione di comportamenti 'scorretti' senza fornire un quadro più ampio della questione vuol dire offrirne un'immagine superficiale e acritica che, così come viene impostata, non può mirare a un miglioramento della salute della persona. Al contrario, come abbiamo visto, di fatto la peggiora (cfr. 2.1.2.1.).

Si è inoltre notata un'enfasi relativa al problema del corpo grasso femminile dal punto di vista estetico. Da una parte, viene proposto come qualcosa che non dovrebbe essere presente in certi contesti, come quello della moda. Dall'altra, si è notato come le donne grasse possano effettivamente non essere considerate sgradevoli, purché modifichino in qualche modo il loro aspetto. Questo genere di rappresentazione è in grado di avere un

impatto tanto sulla percezione che si ha delle donne grasse in termini negativi, quanto sull'immagine corporea che queste ultime hanno di loro stesse.

Infine, si è evidenziato come, attraverso i giornali, la questione del corpo grasso femminile si vada ad intrecciare con credenze tradizionali relative al genere basate su pregiudizi, anche se tali prospettive vengono offerte da un punto di vista scientifico. Inoltre, un aspetto fondamentale che è necessario sottolineare è che, conformemente a quanto riscontrato nelle precedenti analisi, laddove venga proposta una riflessione relativa ad aspetti rilevanti da un punto di vista sociale, questa viene spesso trattata senza prendere in considerazione la complessità della questione, fermandosi ad aspetti superficiali.

3.3.3 Grassezza e obesità nei giornali italiani: linguaggio stigmatizzante

L'ultimo quesito di ricerca del presente studio è dedicato all'indagine di elementi discorsivi e linguistici che denotano una stigmatizzazione delle persone grasse. Il focus di questa analisi ricade su quegli aspetti ritrovati nel corpus che fanno sì che le persone grasse vengano 'etichettate' in termini negativi, contribuendo così alla loro discriminazione e stigmatizzazione.

Per questa fase di analisi è stata utilizzata la stessa metodologia della precedente sezione: è stato selezionato un termine tra le parole chiave del corpus, in questo caso 'obeso', sottoforma di lemma, che è stato poi utilizzato come campione di indagine. Sempre a partire da un'iniziale estrazione delle co-occorrenze, si sono analizzati i diversi contesti

in cui il termine compariva, alla ricerca di informazioni potenzialmente rilevanti. Nella tabella 13 vengono proposti i collocati individuati.

Co-occorrenze/collocati del lemma ‘obeso’	
Modificatore di ‘obeso’	Anche, decisamente, francamente, futuro, gravemente, lievemente, moderatamente, pericolosamente, tecnicamente, troppo
Sostantivi modificati da ‘obeso’	Bambino, donna, figlio, gatto, individuo, monaco, persona, uomo
Verbi prima di ‘obeso’	Dichiarare, diventare, essere
‘obeso’ e/o...	Bullizzato

Tab. 14 Co-occorrenze/collocati del lemma 'obeso'

Oltre alla presenza di innumerevoli avverbi che definiscono l’entità della condizione di obesità, si notano anche alcuni sostantivi che destano curiosità, come ‘gatto’ e ‘monaco’. In seguito, verranno esposti gli estratti reputati più degni di nota.

Innanzitutto, all’interno del corpus si è osservato l’utilizzo di varie strategie referenziali e predicative evidenziate anche da Brookes e Baker (2021) nel loro *Obesity in the News: Language and Representation in the Press*. Le prime fanno riferimento ai sostantivi che vengono utilizzati per nominare o fare riferimento alle persone, le seconde comprendono al modo in cui vengono descritte o le qualità che vengono loro attribuite (ibid.). Una delle strategie referenziali individuate nel corpus è quella di utilizzare il termine ‘obeso’ come sostantivo per fare riferimento alle persone con obesità, il quale riduce l’identità della persona a quell’unica caratteristica, deumanizzandola (cfr. 2.3.3.3).

Gli obesi sono più a rischio di complicanze, di ricovero e perfino di morte, quando si ammalano di influenza. Non solo: uno studio pubblicato dai virologi dell’Università del Michigan oggi indica che **gli obesi** sono anche **serbatoi virali**

molto efficienti, e contribuiscono a far circolare i virus in misura più significativa rispetto ai normopeso. (*La Repubblica*)

Nell'esempio 6, oltre a vedere il termine 'obesi' utilizzato come sostantivo due volte di seguito, si può notare anche come le persone con obesità vengano definite dei 'serbatoi virali', una strategia predicativa sottoforma di metafora che, ancora una volta, le deumanizza e le associa a concetti esplicitamente negativi che nemmeno appartengono allo spettro umano (Reisigl e Wodak 2001).

L'esempio 7 mostra un'ulteriore dimostrazione di strategia referenziale, accompagnata da una narrativa tanto problematica quanto stigmatizzante. In questo caso il dimagrimento viene indirettamente associato al successo della persona in questione, la cui identità di persona grassa non sembra però essersi separata da lui: viene infatti presentato come una persona pigra che vive ancora con la famiglia di origine con cui condivide la 'stazza'.

"Obeso e bullizzato mi sono salvato giocando ai videogame" Chi è CiccioGamer89?

"Un **ex ciccione** bullizzato e povero che ce l'ha fatta. Il motto? Hakuna Matata". Per scovarlo bisogna addentrarsi nell'estrema periferia di Roma sud, perché da lì, dalla sua borgata, Mirko Alessandrini, CiccioGamer89, uno degli youtuber più famosi d'Italia, **non si è mai mosso**. Porta a porta con mamma, nonna e fratello minore, Simone, in arte Jok3R, stessa **stazza**, stessa passione per i videogame. (*La Repubblica*)

Similarmente, come si può evincere dall'esempio 8, tali strategie referenziali possono essere utilizzate per accrescere il panico che circonda la questione dell'obesità, appoggiandosi a tematiche sensibili, come l'infanzia.

In Europa circa il 18% degli adulti è in stato di obesità, in Italia la percentuale scende al 10% (al pari della Lombardia), mentre a Milano gli abitanti ritenuti obesi sono il

6,6%, ma è la situazione dei "**futuri obesi**" a preoccupare, ovvero i bambini, perché nel nostro Paese uno su dieci è obeso (il 10,6%) contro il 5% della media europea, e in particolare in Lombardia i bambini tra i 3 e i 17 anni considerati obesi sono il 6%.

(Libero Quotidiano)

Le persone con obesità sono state inoltre rappresentate come una minaccia per l'ambiente. A loro viene infatti attribuita una parte di responsabilità in relazione ai livelli di inquinamento. Sempre nell'esempio 9 si fa riferimento a un 'peso normale', il che lascia inferire sia che esista un peso che non è normale, e quindi sbagliato, sia che l'obesità sia una questione di peso.

Obesità pesa su salute del pianeta, più CO2 per eccesso peso. La ricerca è stata svolta calcolando le emissioni in più prodotte da un individuo obeso rispetto a individui di **peso normale**: gli esperti hanno tenuto conto del surplus di emissioni legate ai più ponderosi processi metabolici di chi convive con chili di troppo, le emissioni in più dovute alla produzione e al consumo dell'eccesso di cibo mangiato da questi individui, infine le emissioni legate al maggior dispendio di carburante per i loro spostamenti. *(ANSA)*

L'esempio 10 mostra un ulteriore ritrovamento interessante. Oltre alla presenza, ancora una volta, dell'etichetta 'obeso' – in questo caso sottoforma di attributo – si fa riferimento alle madri come uniche responsabili della salute della loro prole. La loro salute, ovviamente, è compromessa dal peso.

Madri di figli obesi hanno errata percezione forma fisica; Studio team Università Padova, pubblicato su 'Obesity'. Le mamme dei bambini sovrappeso o obesi hanno una percezione distorta della 'forma fisica'. *(ANSA)*

ANSA è stata probabilmente l'intermediaria di tale notizia, la quale è stata poi riproposta, come si nota dall'esempio 11, sempre escludendo i padri dalla narrativa familiare e sostituendo il termine 'obesi' con quello che probabilmente viene normalmente considerato un vezzeggiativo, ma che in realtà è solo un ulteriore esempio di strategia referenziale stigmatizzante.

Percezioni: le **mamme** e i figli in sovrappeso tendono a vedersi meno **cicciettelli** di quel che sono. *(Corriere della Sera)*

Un'altra strategia, questa volta predicativa, descrive le persone grasse come persone che si 'abbuffano'. Nello stesso estratto (esempio 12) ritroviamo un esempio di metafora suggestiva a livello visivo e di uno stile generale di scrittura che conferisce un senso di scherzosità, il quale fa sì che la grassezza venga interpretata come un argomento di cui ridere, come già identificato da Brookes e Baker (2021) nel loro studio.

La grande **abbuffata** dei monaci obesi per colpa dell'elemosina. Quiz: qual è la principale minaccia alla salute dei monaci buddisti in Thailandia? La povertà? La fame? O, invece, l'obesità? Forse le condizioni insalubri nei monasteri? Oppure gli incidenti stradali? Se avete risposto "obesità", per quanto possa apparire la causa più improbabile tra quelle elencate, avete scelto bene. E se è vero che, nella sua incarnazione più sorridente, il **Buddha** viene raffigurato con una **grande pancia a forma di pagnotta**, la percentuale di monaci che oggi **assomiglia** a quest'icona è arrivata al 50 per cento, dato che ha messo in allarme le autorità del ministero della Salute thailandese. *(La Stampa)*

Oltre ai casi sopra citati, è stato riscontrato un episodio di cyberbullismo e *fat shaming* agiti da parte di una celebrità nei confronti di un altro personaggio noto che, a fronte delle

critiche ricevute per tale commento, è stato giustificato da parte di chi ha scritto l'articolo, come si può notare dall'esempio 13.

Il popolare giudice di Masterchef ha condiviso sul suo profilo Instagram una foto di un uomo obeso, praticamente identico allo chef Antonino Cannavacciuolo, commentando: "Antonino cosa hai fatto?". L'uomo, disteso per terra completamente nudo, è ricoperto di tatuaggi e riporta una scritta sul petto. [...] In realtà anche Joe Bastianich ha sofferto in passato di problemi legati al peso e all'alimentazione, c'è dunque da scommettere che l'ironia sia stata solo una trovata per portare l'attenzione sul tema in modo non convenzionale. (*Il Giornale*)

Sono stati inoltre ritrovati esempi di come la grassezza venga sfruttata in quanto espediente comico. Nell'esempio 14 viene presentata la storia di un gatto diventato un fenomeno del web in quanto grasso e pigro, che diverte il pubblico durante il suo percorso di dimagrimento.

Basta postare Cinder che muove la zampa, una sola perché due è troppo faticoso, sul tapis roulant, che fa il pieno di like e commenti. Il post di presentazione è chiaro e lineare "Questo favoloso felino è obeso e lo stiamo aiutando a perdere peso attraverso una dieta ipocalorica e attività fisica". E ancora "Unisciti a noi nel viaggio per la perdita di peso di Cinder". Dal video si capisce che la protagonista non è proprio dell'idea di faticare per perdere peso e i suoi miagolii non lasciano alcun dubbio. (*Il Giornale*)

Infine, l'ultimo esempio proposto si intreccia con un altro mezzo di comunicazione molto impattante in termini di stigmatizzazione: la televisione. Nell'articolo si parla infatti di un reality show incentrato sul percorso di dimagrimento di alcune persone. Il testo racchiude una grande quantità di stereotipi e pregiudizi che vengono normalmente

associati alle persone grasse, trasmettendo così il messaggio che avere quel tipo di corpo significa necessariamente condurre una vita infelice. Il linguaggio utilizzato presenta tratti stigmatizzanti, oltre che sessisti, e trasforma le persone in fenomeni da osservare a scopo di divertimento. Nell'esempio 15 ritroviamo infatti un gran numero di nominativi offensivi e la ricorrente associazione tra grassezza e infelicità, e tra magrezza e successo. L'eloquenza di questo esempio risiede nel suo essere la manifestazione di uno dei rari casi in cui le persone grasse sono protagoniste dello schermo, ovvero una delle poche storie, proposte dalla televisione, in cui una persona grassa ha la possibilità di identificarsi.

Reality sull'obesità: quelle vite al limite sembrano racconti letterari;

E invece i nostri protagonisti si chiamano Pasquale (312 kg), Giovanni (277 kg), Raffaele (256 kg), Maria Elena (252 kg), Costanza (248 kg) e Rosarita (242 kg).

Hanno tutti lo stesso **problema**: sono obesi, la **loro vita è al limite**. Com'è possibile tornare «**normali**»? Nessun problema, ci pensa la televisione. Uno dei programmi più **coinvolgenti** è di certo «La clinica per **rinascere**. Obesity Center» (Real Time, lunedì, ore 21.10; ora anche su Dplay). Siamo a Caserta nella clinica del dott. Cristiano Giardiello: alcune persone, **diciamo così**, in sovrappeso raccontano la loro storia davanti alle telecamere.

Scorre la loro vita di **tavole imbandite**, di **junk food consumato di rabbia**, di **reclusione**, di **assenza di rapporti sociali**, di **speranze**. Il genere makeover si trasforma in narrazione antropologica, come se l'obesità fosse uno stato mentale, una sorta di **malattia generata dalla delusione**. Vite vissute, **vite mangiate**. Ma ecco l'Obesity Center! Ecco il **miracolo**! La parte più **divertente** è quella recitata dal dott. Giardiello, un grande interventista («ti faccio firmare il consenso») e dalle sue assistenti, la psicologa Filomena Cesaro e la dietista Rita Schiano di Cola. Davanti

alle **montagne di grasso**, Gardiello non si scompone: per lui tutto è percorso (dai 252 kg bisogna scendere ai 152, cento in meno e siamo a posto). La psicologa deve rassicurare, la dietista incanalare, ma guai a farsi venire dubbi. Gardiello vuole operare: l'operazione è presentata come una **rinascita**, una **seconda vita**!

3.3.3.1 Discussione

Per tentare di rispondere a questo ultimo quesito di ricerca, si sono analizzati vari esempi in cui traspare come il linguaggio utilizzato nei giornali possa risultare stigmatizzante e, di conseguenza, rafforzare certi preconcetti che contribuiscono allo stigma nei confronti delle persone grasse. In termini di quantità, l'aspetto più rilevante riscontrato nel corpus è relativo alle strategie referenziali utilizzate per identificare le persone grasse o con obesità. Si è infatti notato l'utilizzo del termine 'obeso' come sostantivo, una strategia che deumanizza la persona riducendola a un'unica caratteristica che, come è ormai noto, è connotata negativamente. Il risultato di questa strategia è che la persona in questione viene assegnata a una categoria a parte rispetto alle altre, come se le persone grasse appartenessero a una specie a sé stante (Brookes e Baker 2021). Un'alternativa non stigmatizzante consiste nell'utilizzare la dicitura 'persone con obesità', ossia il cosiddetto linguaggio *people-first* (lett. 'prima le persone'), che riconosce l'impatto del linguaggio nel perpetuare uno stigma basato sulle etichette (OAC 2021). Preme inoltre ricordare come l'obesità sia un concetto che denota una patologia e che, come è stato ampiamente esposto, non dipende esclusivamente dalla forma del corpo della persona. Di conseguenza sarebbe più opportuno utilizzare, al di fuori dell'ambito clinico, se necessario, l'aggettivo 'grassa/o'. Altri esempi di questa strategia discorsiva comprendono l'utilizzo di appellativi offensivi che fanno riferimento al grasso, a volte utilizzati in maniera

apparentemente bonaria, denotando probabilmente un certo grado di ignoranza da parte di chi scrive in merito a questa tematica.

Le persone grasse vengono inoltre descritte per mezzo di metafore che le associano a icone grasse od oggetti in base alla loro forma. In alcuni casi vengono persino descritte come fonti di germi e viene attribuita loro la colpa di fenomeni globali negativi come il surriscaldamento globale. È inoltre spesso presente un tipo di narrazione che dipinge le persone grasse come qualcuno, a volte perfino qualcosa, di cui è normale ridere. Ciò viene fatto attraverso il racconto di storie in cui il grasso è visto come qualcosa di comico, a prescindere da chi sia protagonista, oppure legittimando battute offensive attraverso la retorica secondo cui una persona che sia stata grassa in passato abbia il diritto di farlo. È stato inoltre riscontrato come alla grassezza venga associato il fallimento, il quale può trasformarsi in successo solo in caso di dimagrimento.

Gli esempi esposti rappresentano solo una parte di ciò che è emerso in fase di analisi e confermano, entro i limiti esposti nel prossimo capitolo, quanto affermato negli studi precedenti, denotando la necessità di accrescere la consapevolezza che si ha in merito a questa tematica.

4 Conclusioni

Il presente studio è stato pensato con l'intento di offrire una modesta panoramica sulla situazione italiana in merito a come lo stigma nei confronti delle persone grasse possa essere perpetuato attraverso il linguaggio utilizzato nei giornali. Dai risultati ottenuti mediante un'analisi del corpus e sub-corpora in esame, si può dedurre che anche in Italia

grassezza e obesità vengono principalmente rappresentate in quanto questioni di responsabilità individuale, seguita da una grande attenzione alle variabili medico-scientifiche della grassezza. Si è tuttavia notato come, a differenza degli studi citati, la sfera medica venga incentrata più che altro sulle conseguenze derivate dall'obesità in termini di salute, con minimi riferimenti alla componente genetica. Un'ulteriore discrepanza rispetto agli studi precedentemente condotti in contesti esterni all'Italia consiste in una minore copertura degli aspetti relativi alla sfera socioeconomica della questione (Atanasova e Koteyko 2017; Baker et al. 2020), la quale, oltre a differenziarsi in termini di quantità, denota anche una grande superficialità di trattamento. La questione dello stigma non viene infatti trattata con una frequenza abbastanza significativa da rientrare tra i risultati dell'analisi e, laddove si faccia riferimento all'ingiustizia sociale, questa non denota un'analisi critica che potrebbe contribuire a migliorare la situazione. Gli esempi analizzati denotano una mancanza, forse inconsapevole, da parte di chi scrive delle conoscenze preliminari necessarie per trattare tematiche estremamente delicate su gruppi sociali che, alla luce delle loro caratteristiche, occupano una posizione svantaggiata all'interno della società. Ciò risulta particolarmente grave se si pensa che chi legge reputa i giornali una fonte attendibile di informazione sulla tematica. La gravità della situazione risiede nel fatto che questo genere di rappresentazioni contribuiscono potenzialmente a diffondere il panico attorno a una narrativa che, in gran parte, si cela dietro il falso assunto secondo cui le persone grasse non siano persone in salute poiché grasse. Da qui nasce un grande paradosso. Da una parte, in questo modo la grassezza si trasforma effettivamente in un problema di salute: un problema causato anche da queste stesse narrative che possono inficiare sulla qualità della vita delle persone grasse.

Dall'altro, il messaggio che passa è che l'ipotetica mancanza di salute giustifichi la discriminazione di una persona.

È stato inoltre analizzato il modo in cui grassezza e obesità vengono rappresentate da una prospettiva di genere, risultando in una preponderanza nel parlare di questo tema in riferimento alle donne. La grassezza e l'obesità risultano infatti problematiche principalmente femminili, a giudicare da quanto l'argomento viene trattato in rapporto a queste ultime rispetto agli uomini. È inoltre particolarmente significativa l'enfasi che viene posta sulla necessità delle donne di essere belle, attraverso la manifestazione di un rifiuto nei loro confronti in caso contrario, oppure sottolineando la possibilità di celare l'evidente 'sgradevolezza' del loro corpo grasso. Si è poi evidenziato come su di esse ricade la responsabilità di non essere grasse anche per la salute della futura prole, dando per scontato che sia il peso una evidenza di cattiva salute. Tra gli articoli sono inoltre emersi riferimenti a credenze alquanto obsolete in merito sia a preconcetti sull'emotività femminile, sia al ruolo che la donna dovrebbe assumere all'interno di un nucleo familiare, confermando, tristemente, quanto riscontrato in altre ricerche (Brookes e Baker 2021).

Infine, sono stati analizzati i tratti discorsivi stigmatizzanti presenti all'interno del corpus, rivelando una grande disponibilità di elementi da citare. Le persone grasse, nel corpus in esame, vengono stigmatizzate a partire dal modo in cui vengono nominate attraverso l'utilizzo di appellativi o deumanizzanti o semplicemente offensivi. Secondo gli articoli analizzati, per le persone grasse non è ammissibile condurre una vita soddisfacente a meno che non dimagriscano, e laddove venga citata la problematica del disprezzo nei confronti delle persone grasse, questa viene screditata e giustificata da chi scrive. Anche

nei giornali, come si era accennato in merito ai prodotti di intrattenimento (cfr. 2.2.5.1), i corpi grassi vengono infine utilizzati come espedienti comici, atti a far ridere un pubblico che, così per come viene trattato da chi scrive, sembra non comprendere la presenza di persone grasse.

Questo studio presenta ovviamente delle limitazioni, la prima delle quali risiede nella quantità di dati analizzati. Il corpus esaminato è infatti di dimensioni considerevolmente ridotte e prende in considerazione un numero alquanto esiguo di testate. Considerando che la ripetizione è un aspetto imprescindibile dell'influenza potenzialmente esercitata dai media sul pubblico (cfr. 2.3.1.7), sarebbe utile verificare se gli elementi discorsivi individuati nel presente studio sono riscontrabili in un campione più ampio e rappresentativo della realtà giornalistica italiana. Sarebbe inoltre necessario ricordare come anche le immagini, che spesso contornano gli articoli (Hall 1997), concorrano a esacerbare il tipo di rappresentazione conferita dai giornali, cosa che, alla luce della metodologia utilizzata, non è stata presa in considerazione. È inoltre necessario considerare che gli articoli presi in esame, come specificato in fase di compilazione del corpus (cfr. 3.2.), sono stati selezionati sulla base dell'esplicita centralità della tematica in analisi attraverso la ricerca di articoli che contenessero specifici termini. Dal momento, tuttavia, che sarebbe scorretto considerare la grassezza un concetto saliente esclusivamente nelle discussioni in cui viene esplicitamente nominata (Taylor 2021), sarebbe utile tenere a mente che lo stigma sul peso può essere espresso anche in discorsi in cui il linguaggio risulta meno immediato ed esplicito, e quindi più sfuggente.

In conclusione, questo tipo di rappresentazione fa sì che il peso dello stigma gravi sulle spalle delle persone discriminate, le quali si percepiscono e vengono percepite come le

maggiori responsabili per avere un corpo che è socialmente considerato ‘sbagliato’: è un corpo sbagliato perché ‘inferiore’, perché ‘brutto’, perché ‘malato’. Un servizio d’informazione degno di questo nome dovrebbe assumersi l’onere di smentire, e non incentivare, certe credenze che nascono da ideologie razziste, sessiste, abiliste e classiste, oltre che di accrescere la consapevolezza riguardo alle ingiustizie che chi ha meno voce in capitolo è costretto a subire. I mezzi di informazione dovrebbero altresì sensibilizzare il pubblico sul fatto che ogni corpo è valido e degno di rispetto, ricordando che la bellezza non è un dovere e che la salute è un diritto. Di tuttə.

BIBLIOGRAFIA

- American Dietetic Association. 2002. «Weight management: position paper». *Journal of the American Dietetic Association* 102: 1145–55.
- Aphramor, Lucy. 2005. «Is A Weight-Centred Health Framework Salutogenic? Some Thoughts on Unhinging Certain Dietary Ideologies». *Social Theory & Health* 3 (4): 315–40. <https://doi.org/10.1057/palgrave.sth.8700059>.
- Atanasova, Dimitrinka, Nelya Kotevko, e Berrie Gunter. 2012. «Obesity in the news: directions for future research». *Obesity Reviews* 13 (6): 554–59. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2012.00985.x>.
- Atanasova, Dimitrinka, e Nelya Kotevko. 2017. «Obesity Frames and Counter-Frames in British and German Online Newspapers». *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine* 21 (6): 650–69. <https://doi.org/10.1177/1363459316649764>.
- Azzolini, Elena, e Walter Ricciardi. 2019. «Tackling the Obesity Challenge in Italy», 4.
- Bacon, Lindo, Judith Stern, Marta Van Loan, e Nancy Keim. 2005. «Size acceptance and intuitive eating improves health for obese, female chronic dieters». *Journal of the American Dietetic Association* 105: 929-936.
- Baker, Paul, Gavin Brookes, Dimitrinka Atanasova, e Stuart W. Flint. 2020. «Changing Frames of Obesity in the UK Press 2008–2017». *Social Science & Medicine* 264 (novembre): 113403. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113403>.
- Baker-Sperry, Lori, e Liz Grauerholz. 2003. «The Pervasiveness and Persistence of the Feminine Beauty Ideal in Children’s Fairy Tales». *Gender & Society* 17 (5): 711–26. <https://doi.org/10.1177/0891243203255605>.
- Benchetrit, Louise Kate. 2020. «Conceptualising the coronavirus pandemic: a corpus linguistic study of metaphors in Italian, British and French coronavirus press discourse». Alma Mater Studiorum Università di Bologna.
- Blaine, Bruce, e Jennifer McElroy. 2002. «Selling Stereotypes: Weight Loss Infomercials, Sexism, and Weightism». *Sex Roles*, 7.
- Boero, Natalie. 2007. «All the News That’s Fat to Print: The American “Obesity Epidemic” and the Media». *Qualitative Sociology* 30 (1): 41–60. <https://doi.org/10.1007/s11133-006-9010-4>.
- Bonfiglioli, Catriona M. F., Ben J. Smith, Lesley A. King, Simon F. Chapman, e Simon J. Holding. 2007. «Choice and Voice: Obesity Debates in Television News». *Medical Journal of Australia* 187 (8): 442–45. <https://doi.org/10.5694/j.1326-5377.2007.tb01354.x>.

- Bordo, Susan. 1993. *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- British Medical Journal. 2000. *Clinical Evidence. Concise Version*. Vol. 4. Londra: British Medical Journal Publishing Group.
- Brookes, Gavin, e Paul Baker. 2021. *Obesity in the News: Language and Representation in the Press*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brunello, Giorgio, e Béatrice D’Hombres. 2007. «Does body weight affect wages? Evidence from Europe». *Economics and Human Biology* 5: 1–19.
- Busetta, Giovanni, Maria Gabriella Campolo, e Demetrio Panarello. 2020. «Weight-Based Discrimination in the Italian Labor Market: An Analysis of the Interaction with Gender and Ethnicity». *The Journal of Economic Inequality* 18 (4): 617–37. <https://doi.org/10.1007/s10888-020-09456-5>.
- Campa, Riccardo. 2015. «Biopolitica e Biopotere. Da Foucault all’Italian Theory e oltre». *Orbis Idearum* 3: 125–70.
- Candlin, Christopher, Yon Maley, e Heather Sutch. 1999. «Industrial instability and the discourse of enterprise bargaining». In *Talk, Work and Institutional Order: Discourse in Medical, Mediation and Management Settings*, a cura di Srikant Sarangi e Celia Roberts, 323–49. Berlino: Mouton De Gruyter.
- Cawley, John. 2004. «The impact of obesity on wages». *Journal of Human resources* 39 (2): 451–74.
- Cerrato, Javier, e Eva Cifre. 2018. «Gender inequality in household chores and work-family conflict». *Frontiers in Psychology* 9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01330>.
- Crawford, William J., e Eniko Csomay. 2016. *Doing Corpus Linguistics*. Londra, New York: Routledge.
- Dellinger, Kirsten, e Christine L. Williams. 1997. «MAKEUP AT WORK: Negotiating Appearance Rules in the Workplace». *Gender & Society* 11 (2): 151–77. <https://doi.org/10.1177/089124397011002002>.
- Van Dijk, Teun A. 1995. «Power and the news media». In *Political Communication and Action*, 9–36. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Van Dijk, Teun A. 2001. «Critical Discourse Analysis». In *The Handbook of Discourse Analysis*, a cura di Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, e Heidi Ehernberger Hamilton, 352–71. Blackwell Handbooks in Linguistics. Malden, Mass: Blackwell Publishers.
- Douglas, Mary. 1970. *Natural Symbols: Explorations in Cosmology*. New York: Pantheon Books.

- Edelman, Murray. 1993. «Contestable categories and public opinion». *Political Communication* 10 (3): 231–42. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962981>.
- Elson, Tayla. 2019. «Fat, So? An Exploration of the Embodiment of Fatness and Its Growing Influence in Online Communities.» University of Worcester. <http://rgdoi.net/10.13140/RG.2.2.35294.18248>.
- Engeln, Renee. 2018. *Beauty Mania*. Milano: Harper Collins Italia.
- Entman, Robert M. 1993. «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm». *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Erdman Farrel, Amy. 2011. *Fat Shame. Stigma and the Fat Body in American Culture*. New York: New York University Press.
- Foucault, Paul-Michel. 1969. *Nascita della clinica: una archeologia dello sguardo medico*. Tradotto da Alessandro Fontana. Torino: Einaudi.
- Foucault, Paul-Michel. 1978. *La volontà di sapere*. Tradotto da Pasquale Pasquino e Giovanna Procacci. Vol. I. Storia della sessualità. Milano 2004: Feltrinelli.
- Fouts, Gregory, e Kimberley Vaughan. 2002. «Television Situation Comedies: Male Weight, Negative References, and Audience Reactions». *Sex Roles* 46 (11): 439–42. <https://doi.org/10.1023/A:1020469715532>.
- Fox, Greer Litton. 1977. «“Nice Girl”: Social Control of Women through a Value Construct». *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 2 (4): 805–17. <https://doi.org/10.1086/493411>.
- Fredrickson, Barbara, e Tomi-Ann Roberts. 1997. «Objectification theory: Toward understanding women’s lived experiences and mental health risks». *Psychology of Women Quarterly*, 173–206.
- Friedman, Kelli E., Jamile A. Ashmore, e Katherine L. Applegate. 2008. «Recent Experiences of Weight-Based Stigmatization in a Weight Loss Surgery Population: Psychological and Behavioral Correlates». *Obesity* 16 (S2): S69–74. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.457>.
- Gaesser, Glenn A., e Siddhartha S. Angadi. 2021. «Obesity Treatment: Weight Loss versus Increasing Fitness and Physical Activity for Reducing Health Risks». *IScience* 24 (10): 102995. <https://doi.org/10.1016/j.isci.2021.102995>.
- Gallus, Silvano, Anna Odone, Alessandra Lugo, Cristina Bosetti, Paolo Colombo, Piergiorgio Zuccaro, e Carlo La Vecchia. 2013. «Overweight and obesity prevalence and determinants in Italy: an update to 2010». *European Journal of Nutrition* 52 (2): 677–85. <https://doi.org/10.1007/s00394-012-0372-y>.
- Galtung, Johan, e Mari Holmboe Ruge. 1965. «The structure of foreign news». *Journal of Peace Research* 2: 64–90.

- Goffman, Erving. 1963. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Gough, Brendan. 2010. «Promoting ‘masculinity’ over health: A critical analysis of men’s health promotion with particular reference to an obesity reduction manual». In *Men, Masculinities and Health: Critical Perspectives*, a cura di Steve Robertson e Brendan Gough, 125–42. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gramsci, Antonio. 2014. *Quaderni dal carcere*. A cura di Valentino Gerratana. Torino: Einaudi.
- Grant, Sharon, Arezou Soltani Panah, e Anthony McCosker. 2022. «Weight-Biased Language across 30 Years of Australian News Reporting on Obesity: Associations with Public Health Policy», 12.
- Greenberg, Bradley S., Matthew Eastin, Linda Hofschire, Ken Lachlan, e Kelly D. Brownell. 2003. «Portrayals of Overweight and Obese Individuals on Commercial Television». *American Journal of Public Health* 93 (8): 1342–48. <https://doi.org/10.2105/AJPH.93.8.1342>.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londra: Sage.
- Hamermesh, Daniel S., e Jason Abrevaya. 2013. «Beauty Is the Promise of Happiness?». *European Economic Review* 64 (novembre): 351–68. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2013.09.005>.
- Harcup, Tony, e Deirdre O’Neill. 2017. «What is News? News Values revisited (again)». *Journalism Studies* 18 (12): 1470–88. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.
- Hebl, Mr, e J Xu. 2001. «Weighing the Care: Physicians’ Reactions to the Size of a Patient». *International Journal of Obesity* 25 (8): 1246–52. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0801681>.
- Herbozo, Sylvia, Stacey Tantleff-Dunn, Jessica Gokee-Larose, e J. Kevin Thompson. 2004. «Beauty and Thinness Messages in Children’s Media: A Content Analysis». *Eating Disorders* 12 (1): 21–34. <https://doi.org/10.1080/10640260490267742>.
- Himes, Susan M., e J. Kevin Thompson. 2007. «Fat Stigmatization in Television Shows and Movies: A Content Analysis». *Obesity* 15 (3): 712–18. <https://doi.org/10.1038/oby.2007.635>.
- Istat. 2021. «Prevenzione e fattori di rischio per la salute in Italia e in Europa, anno 2019». Istituto Nazionale di Statistica.
- Jakubiček, Miloš, Adam Kilgarrieff, Vojtěch Kovář, Pavel Rychlý, e Vít Suchomel. 2013. «The TenTen Corpus Family». In , 125–27. Lancaster.

- Jovanovski, Natalie, e Tess Jaeger. 2022. «Demystifying ‘Diet Culture’: Exploring the Meaning of Diet Culture in Online ‘Anti-Diet’ Feminist, Fat Activist, and Health Professional Communities». *Women’s Studies International Forum* 90 (gennaio): 102558. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2021.102558>.
- Kim, Sei-Hill, e Matthew W. Telleen. 2017. «Talking About School Bullying: News Framing of Who Is Responsible for Causing and Fixing the Problem». *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94 (3): 725–46. <https://doi.org/10.1177/1077699016655756>.
- Klein, Hugh, e K Shiffman. 2005. «Thin is “in” and stout is “out”: What animated cartoons tell viewers about body weight». *Eating and weight disorders : EWD* 10 (luglio): 107–16. <https://doi.org/10.1007/BF03327532>.
- Kristen, Elizabeth. 2002. «Addressing the Problem of Weight Discrimination in Employment». *California Law Review* 90 (1): 57. <https://doi.org/10.2307/3481306>.
- Kuipers, Giseline. 2015. «Beauty and Distinction? The Evaluation of Appearance and Cultural Capital in Five European Countries». *Poetics* 53 (dicembre): 38–51. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.10.001>.
- Larkin, Judith Candib, e Harvey A. Pines. 1979. «No Fat Persons Need Apply: Experimental Studies of the Overweight Stereotype and Hiring Preference». *Sociology of Work and Occupations* 6 (3): 312–27. <https://doi.org/10.1177/073088847900600303>.
- Lawrence, Regina G. 2004. «Framing Obesity: The Evolution of News Discourse on a Public Health Issue». *Harvard International Journal of Press/Politics* 9 (3): 56–75. <https://doi.org/10.1177/1081180X04266581>.
- Littlejohn, Stephen, e Karen Foss. 2009. «Encyclopedia of Communication Theory». In , di pages 465-469. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412959384>.
- Lupton, Deborah. 2017. *Digital Health: Critical and Cross-Disciplinary Perspectives*. Londra: Routledge.
- Manici, Elisa. 2021. *Grass*. Strategie e pensieri per corpi liberi dalla grassofobia*. Torino: Eris Edizioni.
- Markula, Pirkko, Maree Burns, e Sarah Riley. 2008. «Introducing Critical Bodies: Representations, Identities and Practices of Weight and Body Management». In *Critical Bodies: Representations, Identities, and Practices of Weight and Body Management*, a cura di Sarah Riley, Maree Burns, Anna Frith, Pirkko Markula, e Sally Wiggins, 1–23. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- McEnery, Tony, e Andrew Hardie. 2012. *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meloni, Chiara, e Mara Mibelli. 2021. *Belle di Faccia. Tecniche per ribellarsi a un mondo grassofobico*. Milano: Mondadori.

- Mulvey, Laura. 1975. «Visual Pleasure and Narrative Cinema». *Screen* 16 (3): 6–18. <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>.
- Murray, Samantha. 2008. «Normative Imperatives VS Pathological Bodies: Constructing the ‘Fat’ Woman». *Australian Feminist Studies* 23 (56): 213–24. <https://doi.org/10.1080/08164640802004752>.
- NAAFA. 2020. «Guidelines for healthcare providers with fat clients». National Association to Advance Fat Acceptance.
- OAC. 2021. «People-First Language for Obesity». Obesity Action Coalition.
- OECD e European Union. 2016. *Health at a Glance: Europe 2016: State of Health in the EU Cycle*. Health at a Glance: Europe. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264265592-en>.
- OMS. 2007. «Prevention and control of noncommunicable diseases: implementation of the global strategy». In . Ginevra: Organizzazione Mondiale della Sanità.
- O’Shea, Laura. 2020. «Diet Culture and Instagram: A Feminist Exploration of Perceptions and Experiences Among Young Women in the Midwest of Ireland». *Graduate Journal of Gender, Globalisation and Rights* 1. <https://doi.org/10.13025/64P6-3P21>.
- Partington, Alan. 2013. *Patterns and Meanings in Discourse : Theory and Practice in Corpus-Assisted Discourse Studies (CADS)*. Studies in Corpus Linguistics. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. <http://ezproxy.unibo.it/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=563318&site=ehost-live&scope=site>.
- Privato, Vanessa, e Carlo Tomasetto. 2013. «Il peso dello stigma: gli effetti di stereotipi e pregiudizio sulla salute delle persone obese». *PSICOLOGIA DELLA SALUTE*, n. 3 (ottobre): 75–99. <https://doi.org/10.3280/PDS2013-003004>.
- Puhl, Rebecca, e Kelly D. Brownell. 2001. «Bias, Discrimination, and Obesity». *Obesity Research* 9 (12): 788–805. <https://doi.org/10.1038/oby.2001.108>.
- Puhl, Rebecca M., e Chelsea A. Heuer. 2009. «The Stigma of Obesity: A Review and Update». *Obesity* 17 (5): 941–64. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.636>.
- Pylypa, Jen. 1998. «Power and Bodily Practice: Applying the Work of Foucault to an Anthropology of the Body». *Arizona Anthropologist* 13: 21–36.
- Reischer, Erica, e Kathryn S. Koo. 2004. «The Body Beautiful: Symbolism and Agency in the Social World». *Annual Review of Anthropology* 33 (1): 297–317. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.33.070203.143754>.
- Reisigl, Martin, e Ruth Wodak. 2001. *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Londra: Routledge.
- Rich, Emma, e John Evans. 2005. «‘Fat Ethics’ – The Obesity Discourse and Body Politics». *Social Theory & Health* 3 (4): 341–58. <https://doi.org/10.1057/palgrave.sth.8700057>.

- Richie, Cristina S. 2019. «Not Sick: Liberal, Trans, and Crip Feminist Critiques of Medicalization». *Journal of Bioethical Inquiry* 16 (3): 375–87. <https://doi.org/10.1007/s11673-019-09922-4>.
- Robinson, Tom, Mark Callister, e Tahlea Jankoski. 2008. «Portrayal of body weight on children’s television sitcoms: A content analysis». *Body Image* 5 (2): 141–51. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.11.004>.
- Sandberg, Helena. 2007. «A Matter of Looks: The Framing of Obesity in Four Swedish Daily Newspapers». *Communications* 32 (4). <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2007.018>.
- Sarwer, David B., Anthony N. Fabricatore, Miriam H. Eisenberg, Laura A. Sywulak, e Thomas A. Wadden. 2008. «Self-Reported Stigmatization Among Candidates for Bariatric Surgery». *Obesity* 16: 75–79. <https://doi.org/10.1038/oby.2008.450>.
- Schiebinger, Londa. 1993. *Nature’s Body: Gender in the Making of Modern Science*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Shin, Byungju, e Gon Namkung. 2008. «Films and Cultural Hegemony: American Hegemony “Outside” and “Inside” The “007” Movie Series». *Asian Perspective* 32 (2): 115–43. <https://doi.org/10.1353/apr.2008.0025>.
- Sinclair, John. 1996. «The search for units of meaning». *Textus* 9: 75–106.
- Sohn, Christophe, Dimitris Christopoulos, e Johan Koskinen. 2020. «Borders Moderating Distance: A Social Network Analysis of Spatial Effects on Policy Interaction». *Geographical Analysis* 52 (3): 428–51. <https://doi.org/10.1111/gean.12218>.
- Strings, Sabrina. 2019. *Fearing the Black Body: the Racial Origins of Fat Phobia*. New York: New York University Press.
- Stubbs, Michael. 2001. «Computer-assisted Text and Corpus Analysis: Lexical Cohesion and Communicative Competence». In *The Handbook of Discourse Analysis*, a cura di Deborah Schiffrin e Heidi Ehernberger Hamilton, 304–20. Oxford: Blackwell Publishers.
- Sunderland, Jane. 2004. *Gendered Discourses*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Taylor, Charlotte. 2021. «Metaphors of Migration over Time». *Discourse & Society* 32 (4): 463–81. <https://doi.org/10.1177/0957926521992156>.
- Tognini-Bonelli, Elena. 2001. *Corpus Linguistics at Work*. John Benjamins Publishing Company.
- Torresi, Ira. 2005. *Consigli per l’identità: uno sguardo alla pubblicità in una prospettiva di genere*. A cura di Raffaella Baccolini. Vol. Le prospettive di genere. Discipline, soglie e confini. Bologna: Bononia University Press.
- Tylka, Tracy L., Rachel A. Annunziato, Deb Burgard, Sigrún Daníelsdóttir, Ellen Shuman, Chad Davis, e Rachel M. Calogero. 2014. «The Weight-Inclusive versus Weight-

- Normative Approach to Health: Evaluating the Evidence for Prioritizing Well-Being over Weight Loss». *Journal of Obesity* 2014: 1–18. <https://doi.org/10.1155/2014/983495>.
- Vliegenthart, Rens. 2012. «Framing in Mass Communication Research – An Overview and Assessment». *Sociology Compass* 6 (12): 937–48. <https://doi.org/10.1111/soc4.12003>.
- Wang, Shirley, Kelly Brownell, e Thomas Wadden. 2004. «The influence of the stigma of obesity on overweight individuals». *International Journal of Obesity* 28: 1333–37.
- White, Sylvia E., N. J. Brown, e Sandra L. Ginsburg. 1999. «Diversity of body types in network television programming: A content analysis». *Communication Research Reports* 16 (4): 386–92. <https://doi.org/10.1080/08824099909388740>.
- Williams, Leonard e Llewellyn Bulkeley. 1926. *Obesity*. Londra: Humphrey Milford.
- Wolf, Naomi. 2002. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used against Women*. New York: Perennial.