

LINEE GUIDA PER DESCRIVERE LE PERSONE AFFETTE DA OBESITÀ NEI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA

A cura dell'Associazione Italiana Disturbi dell'Alimentazione e del Peso (AIDAP) - www.aidap.org

Introduzione

Ricerche eseguite nei Paesi occidentali hanno evidenziato che le persone affette da obesità subiscono spesso lo stigma e la discriminazione per il loro eccesso di peso a scuola, nei luoghi di lavoro, nelle strutture sanitarie, nei circoli sportivi e in molti altri luoghi. È stato dimostrato che le esperienze stigmatizzanti nei confronti del peso e della forma del corpo, aumentando il rischio di sviluppare depressione, ansia, bassa autostima e ideazione suicidaria, possono produrre gravi danni al benessere psicologico delle persone che hanno un peso in eccesso.

È stato anche osservato che le persone affette da obesità, se hanno interiorizzato lo stigma nei loro confronti, tendono a peggiorare le loro condizioni di salute perché adottano con più frequenza comportamenti non salutari e non si sottopongono alle visite mediche e ai controlli sanitari per evitare di ricevere critiche sul loro peso.

I mezzi di comunicazione di massa sono importanti fonti di informazione sull'obesità e influenzano profondamente la comprensione e le attitudini delle persone nei confronti di questo importante e diffuso problema di salute. Purtroppo, numerosi studi hanno trovato che spesso i media descrivono le persone affette da obesità in modo negativo e stigmatizzante e che le informazioni sulle cause e sul trattamento dell'obesità sono spesso riportate con modalità che rafforzano lo stigma nei confronti delle persone che hanno un peso in eccesso.

L'Associazione Italiana Disturbi dell'Alimentazione e del Peso (AIDAP) crede che i giornalisti possano svolgere un ruolo importante per modificare le attitudini negative e lo stigma della popolazione nei confronti dell'obesità, fornendo informazioni accurate ed equilibrate quando descrivono questa condizione e le persone che ne sono colpite.

Scopo

Lo scopo principale di queste linee guida, adattate da quelle pubblicate negli Stati Uniti d'America dal *Rudd Center for Food Policy and Obesity*, *The Obesity Society* e *Obesity Action Coalition*, è garantire che tutte le persone, indipendentemente dal loro peso corporeo, siano rappresentate in modo equo e con precisione dai mezzi di comunicazione di massa. L'obiettivo è fornire ai giornalisti delle informazioni per descrivere con precisione gli argomenti correlati all'obesità e per garantire che siano evitate le rappresentazioni stigmatizzanti e peggiorative degli individui affetti da obesità.

A chi sono rivolte

Queste linee guida sono rivolte a tutti i professionisti dei mezzi di comunicazione di massa, come i giornalisti della carta stampata, della televisione e della radio, i conduttori dei programmi di intrattenimento, i consulenti pubblicitari della televisione, del cinema, della radio, della stampa, delle affissioni e di Internet.

Usare un linguaggio e una terminologia adeguati

1. Considerare attentamente, quando si descrive il peso corporeo in generale o di specifiche persone, se la terminologia e il linguaggio usato potrebbe essere offensivo per le persone con obesità e come sarà probabilmente interpretato dalle persone a cui è destinata la pubblicazione.
2. Evitare l'uso di aggettivi potenzialmente peggiorativi o avverbi per descrivere le persone affette da obesità e anche un linguaggio che implica giudizi morali o debolezze di carattere di questa popolazione.
3. Mettere sempre "la persona prima della malattia" quando si descrive un individuo affetto da obesità; per esempio al posto di affermare "Ci sono molte persone obese" scrivere "Ci sono molte persone affette da obesità". Etichettare, infatti, una persona con la sua malattia deumanizza l'individuo e, come non si usa affermare che una persona è cancerosa quando ha un cancro, allo stesso modo non è opportuno affermare che una persona è obesa quando ha l'obesità.
4. Utilizzare termini descrittivi appropriati per il peso corporeo. Gli esempi includono termini scientifici, come "Indice di Massa Corporea" (IMC), o termini neutri, come "peso" o "eccesso di peso", piuttosto che "problema di peso", "grasso", "gravemente obeso".
5. Chiedere alle persone affette da obesità intervistate, nel caso il loro peso sia rilevante per la storia da raccontare, quale termine preferiscono sia utilizzato per descrivere il loro peso corporeo.

Usare immagini appropriate

1. Evitare l'uso di fotografie, immagini e video che mettono un'enfasi sul peso in eccesso delle persone o che si focalizzano su alcune loro parti del corpo (per es. addome, glutei gambe).
2. Evitare l'uso di fotografie, immagini e video che raffigurano le persone affette da obesità che adottano comportamenti stereotipati (per es. mangiare cibo spazzatura, adottare un comportamento sedentario).
3. Evitare l'uso di fotografie, immagini e video che raffigurano le persone affette da obesità in abiti succinti o disordinate nel loro aspetto.

Al contrario, selezionare fotografie, immagini e video appropriati che ritraggono le persone affette da obesità in modi che sfidano gli stereotipi basati sul peso (per es. mangiare cibi salutari, fare attività fisica, svolgere attività, ruoli, carriere e stili di vita diversi, avere un aspetto curato) e raffigurate in modo neutro, privo di caratteristiche aggiuntive che altrimenti potrebbero perpetuare gli stereotipi basati sul peso.

Quando si seleziona una fotografia, un'immagine o un video di una persona affetta da obesità, considerare le seguenti domande:

- La persona inquadrata produce o rafforza gli stereotipi negativi sul peso?
- Le immagini ritraggono l'individuo affetto da obesità in modo rispettoso? È mantenuta la dignità delle persone?
- Quali sono le alternative? Un'altra foto o immagine può trasmettere lo stesso messaggio ed eliminare possibili distorsioni?
- Chi potrebbe essere offeso, e perché?
- Quali potrebbero essere le possibili conseguenze di pubblicare l'immagine?

Rispettare la diversità del peso e della forma del corpo

1. Evitare di descrivere le persone affette da obesità solo per lo scopo di ridicolizzarle o di fare dell'umorismo.
2. Evitare gli stereotipi attribuiti all'eccesso di peso (per es. "Le persone affette da obesità sono pigre o prive di forza di volontà").
3. Descrivere e presentare le persone affette da l'obesità sulla base del loro sesso, età, etnia, lavoro, delle loro opinioni e competenze e non del loro peso e forma del corpo.
4. Non associare il peso delle persone a caratteristiche negative del loro carattere e intelligenza o delle loro abilità e abitudini di vita.

Fornire informazioni accurate dell'obesità

1. Assicurarsi che le notizie, gli articoli e le notizie riguardanti l'obesità siano supportate da ricerche basate sull'evidenza scientifica.
2. Identificare, se possibile, che gli specialisti intervistati sull'obesità o sui trattamenti di perdita e di mantenimento del peso non abbiano potenziali conflitti d'interesse che potrebbero influenzare le loro affermazioni.
3. Riportare, quando si descrivono le cause dell'eccesso di peso, che l'obesità è una condizione derivante dall'interazione complessa di fattori genetici, biologici, ambientali, educativi, economici e individuali, come evidenziato dall'attuale ricerca scientifica. Molto spesso, invece, i mezzi di comunicazione di massa, quando affrontano il tema delle cause dell'obesità, pongono un'enfasi eccessiva sulla responsabilità dell'individuo, ignorando il ruolo, a volte determinante, dei fattori ambientali, economici e genetici.
4. Riportare, quando si descrivono i trattamenti dell'obesità, che le soluzioni sono complesse e che allo stato attuale delle nostre conoscenze possiamo solo curare l'obesità, ma non guarirla.

Conclusioni

Il pregiudizio nei confronti del peso in eccesso influenza negativamente il benessere psicologico, interpersonale e fisico delle persone affette da obesità. I mezzi di comunicazione di massa hanno un ruolo fondamentale nella percezione della popolazione non solo dell'obesità in generale, ma anche delle persone che ne sono affette. Fornire informazioni accurate dell'obesità e usare in modo accurato, come suggerito da queste linee guida, termini, fotografie, video e immagini che la descrivono e la rappresentano, rispettando le diversità individuali del peso e della forma del corpo, può aiutare a ridurre il pregiudizio sociale nei confronti dell'obesità e, indirettamente, migliorare la qualità della vita delle numerose persone che ne sono affette.

RISORSE PER APPROFONDIRE

Rudd Center for Food Policy and Obesity. <http://www.uconnruddcenter.org>

Obesity Action Coalition (OAC) – Weight Bias & Stigma. www.obesityaction.org/weight-bias-and-stigma

The Obesity Society. www.obesity.org/resources-for/obesity-bias-and-stigmatization.htm

Per ulteriori informazioni contattare il dr. Riccardo Dalle Grave (responsabile scientifico AIDAP)

Email: rdalleg@gmail.com - Tel: 0458103915