



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di Laurea Magistrale in

Strategie di Comunicazione

Classe LM-92

Tesi di Laurea

*La scomparsa del vero: le fake news
sull'alimentazione e la spettacolarizzazione
del corpo femminile*

Relatrice

Prof. Lorella Lotto

Laureanda

Caterina Fama

n° matr.2026496/ LMSGC

Anno accademico 2021/2022

A mia mamma, la mia luce.

Indice

Abstract.....	5
Capitolo 1: Fake news sull'alimentazione e medici pericolosi	6
1.1 Cosa vuol dire “dieta”?	
1.2 Poco spesa, massima resa	
1.3 Di chi ci possiamo fidare?	
1.4 Come difendersi dalle bufale?	
1.5 Alimentazione e confusione	
1.6 Salute e denaro	
Capitolo 2: Cultura occidentale, ideale di magrezza e social network	26
2.1 Cultura occidentale e crisi individuale	
2.2 Un corpo perfetto	
2.3 I social network	
Capitolo 3: Dismorfia corporea, ortoressia e social network	43
3.1 Dismorfia corporea	
3.2 Ortoressia	
3.3 Instagram e ortoressia	
3.4 Il potere dell'ironia	
Capitolo 4: Spettacolarizzazione e oggettivazione del corpo femminile	66
4.1 La spettacolarizzazione del corpo femminile	
4.2 Oggettivazione del corpo femminile	
Capitolo 5: La salute, un bene prezioso	75
5.1 Prevenzione naturale: l'attività sportiva e l'alimentazione	
5.2 Cibo ed emozioni	
Capitolo 6: Su misura	83
Conclusioni.....	97
Bibliografia.....	99

Sitografia 104

Abstract

La ricerca della verità risulta un'impresa quasi impossibile in questa società dominata dalle fake news e dalla manipolabilità delle immagini. Nel mondo dell'alimentazione e delle diete circolano infatti numerose informazioni false o poco trasparenti e fraintendibili che possono compromettere la salute di molti giovani, desiderosi di raggiungere l'ideale di bellezza raffigurato in molte pubblicità e fotografie presenti nei social network. Tuttavia, un'immagine può essere facilmente manipolata, falsificando quindi la realtà. Infatti, nei social network vengono pubblicate immagini apparentemente autentiche ma di fatto sottoposte ad un processo di editing affinché il corpo rappresentato risulti desiderabile e conforme agli standard di bellezza richiesti dalla società, corpi perfetti al limite dell'irreale. Queste fotografie popolano i social network e sono caratterizzate dalla spettacolarizzazione del corpo femminile perché come direbbe Guy Debord: *la fase presente dell'occupazione totale della vita sociale da parte dei risultati accumulati dell'economia conduce a uno slittamento generalizzato dell'avere nell'apparire*. In altre parole, per esistere in questa società, è necessario mostrarsi, esibire il proprio corpo e la propria vita.

1. Fake news sull'alimentazione e medici pericolosi

1.1 Cosa vuol dire “dieta”?

Molto spesso le persone associano alla parola dieta delle emozioni negative in quanto accade non di rado che abbandonino la dieta intrapresa non riuscendo quindi a raggiungere i risultati sperati. Qual è il motivo di tale fallimento? Nella maggior parte dei casi si tratta di diete lette su qualche social network o riviste non scientifiche. Spesso, gli autori di queste diete sono persone non qualificate. Sono diete che perlopiù prevedono molte restrizioni e di conseguenza insostenibili per un tempo prolungato. Erzegovesi, di Torrepadula e Bosaia (2018) sottolineano che il fallimento delle diete sembra essere collegato alle limitazioni che impediscono alle persone di mangiare il loro cibo preferito. Questi autori hanno studiato una pratica, purtroppo ancora poco nota, chiamata *mindful eating* che definiscono così: *percorso di conoscenza e consapevolezza di sé stessi e del proprio funzionamento che passa attraverso la pratica del mindful eating, siamo portati ad avere quel tanto di attenzione che basta per autoregolarci impostando la nostra alimentazione su una dieta che rispecchi effettivamente uno stile di vita equilibrato, vario e salutare senza dover fare eccessive rinunce. L'obiettivo è ottenere un rapporto più sano e consapevole con il cibo. Dieta non è sinonimo di privazione. Infatti, la medicina greca associa alla parola dieta una serie di norme di vita che hanno come obiettivo il mantenimento dello stato di salute. Alcune di queste riguardano l'alimentazione, l'attività fisica, il riposo e la qualità dei rapporti sociali. Si tratta di attività finalizzate al raggiungimento di un equilibrio psicofisico nell'individuo. Quindi, non si possono definire diete quei consigli alimentari che hanno portato tantissime ragazze e ragazzi a compromettere la loro salute fisica e mentale e a soffrire di disturbi del comportamento alimentare. La dieta infatti ha un altro fine. Erzegovesi, di Torrepadula e Bosaia (2018) lo precisano: *Attraverso la dieta è possibile rimettersi al centro e prendersi cura di sé non perché si rinuncia a qualcosa ma perché si agisce quotidianamente in modo consapevole, efficace e saggio.* Le motivazioni che spingono le persone a mettersi a dieta sono le più svariate: piacersi di più, per un problema di salute o per risolvere un disturbo del comportamento alimentare. Indipendentemente dalla motivazione, alla base di ogni dieta ci deve essere una conoscenza profonda di sé stessi e una capacità di ascolto di tutti quei segnali che il nostro corpo ci trasmette. Una buona dieta ci insegna ad amare il nostro corpo, non a fargli la guerra.*

1.2 Poca spesa, massima resa

Titoli come questo catturano l'attenzione di tutte quelle persone che cercano di migliorare il loro aspetto fisico in poco tempo e senza investire troppe energie. La promessa di ottenere un fisico perfetto in poche settimane risulterà così allettante che sarà quasi obbligatorio continuare nella lettura dell'articolo. Spesso, questi articoli presentano diete caratterizzate da un regime alimentare ipocalorico e quindi insostenibile nel tempo. Nonostante le persone possano immaginare quanto possa essere difficile cambiare le tipologie di cibo che assumono e ridurre le quantità, decidono ugualmente di intraprendere questo percorso perché la promessa di ottenere dei risultati in poco tempo li convince ad iniziare. In breve tempo riusciranno ad ottenere i primi risultati. Questo repentino dimagrimento è tuttavia associato alla perdita di liquidi, non di grasso. Il dimagrimento quindi sarà solo apparente. Una dieta efficace non potrà essere disponibile su qualche social network o rivista perché dovrà essere come un vestito tagliato su misura. Erzegovesi, di Torrepadula e Bosaia (2018), infatti, affermano: *È quindi importante che la dieta sia tagliata il più possibile sul singolo individuo e che la perdita di peso sia graduale, con una progressiva riduzione del grasso corporeo e dei liquidi in eccesso. È necessario, inoltre, che la dieta fornisca uno stile alimentare bilanciato sulla base del fabbisogno energetico, del sesso e dell'età della persona, senza tralasciare il giusto apporto proteico.* Pertanto, per poter ottenere una dieta tagliata su misura sarà necessario rivolgersi a personale qualificato come uno specialista in nutrizione o in dietologia.

Lucchin (2020) descrive come sia estremamente difficile identificare uno specialista e come viceversa sia molto facile incontrare finti medici che dispensano consigli alimentari pericolosi. Purtroppo, ci sono molte persone non qualificate che si improvvisano nutrizionisti o dietologi. Ad esempio, Lucchin (2020) cita Mario Pianesi un autodidatta, ha il diploma di terza media e più di 90.000 seguaci. Elaborò una rivisitazione della dieta macrobiotica che definì miracolosa perché capace di curare alcune malattie considerate tuttora come incurabili. Contattò persone psicologicamente fragili chiedendogli di aderire alla sua setta. Venne accusato nel 2018 di riduzione in schiavitù, maltrattamenti, lesioni aggravate ed evasione fiscale. Iniziò a controllare la vita dei suoi adepti arrivando persino a negare loro le visite mediche. La dieta macrobiotica di Pianesi è caratterizzata dall'assunzione di pochissime tipologie di

alimenti e in quantità ridotta. Alcuni dei suoi adepti ebbero diversi problemi di salute a causa di questo regime alimentare e quando uscirono dalla setta venne loro diagnosticata una forma depressiva. Molti persero così tanti chili a tal punto da diventare anoressici. Le donne erano invitate a dedicarsi ai bambini della comunità, a cucinare e pulire per tutti gli ospiti. Non vi era alcun compenso, dovevano svolgere gratuitamente queste attività. Pianesi sosteneva che il loro guadagno era la conoscenza e la pratica della dieta macrobiotica. Ai bambini venne persino impedito di guardare la televisione o ascoltare musica.

Un altro guru citato da Lucchin (2020) è Adriano Panzironi, giornalista pubblicitario. Nonostante non possieda alcuna laurea in Medicina, la sua propaganda si basa su uno slogan “cambiare la medicina... per sempre”. Il suo metodo prende il nome dalla sua azienda Life120. Il regime alimentare che consiglia è caratterizzato da un consumo eccessivo di grassi e proteine. Invita inoltre a comprare i suoi costosi integratori alimentari. Ha addirittura affermato che questo metodo sarebbe in grado di debellare alcune malattie che sono ritenute dalla comunità medica e scientifica come incurabili, come ad esempio il morbo di Crohn o l'Alzheimer. Venne denunciato per aver esercitato abusivamente la professione medica ed inoltre venne sospeso dall'Ordine dei giornalisti del Lazio. Purtroppo, in molti credettero alle sue sciocchezze. Sciocchezze che definirei pericolose in quanto compromisero la salute di molte persone oltretutto il loro portafoglio.

D'altra parte, molti italiani dimostrano un forte interesse nei confronti dell'alimentazione. Lucchin (2020) infatti precisa: *9 italiani su 10 dichiarano interesse per il rapporto alimentazione-nutrizione-salute e due europei su cinque anche per la sicurezza alimentare*. Il desiderio di conoscenza viene soddisfatto con molta facilità da internet. Le nuove tecnologie ci permettono di accedere alle informazioni ovunque e con estrema facilità, forse troppa. Molte persone desiderose di trovare delle risposte alle loro domande riguardanti l'alimentazione finiscono in siti di informazione non affidabili. Non è facile capire se si tratta di informazione scientifica o fake news. L'autore, infatti, ci descrive quanti italiani si rivolgono ad internet per ottenere informazioni sull'alimentazione: *Un terzo dei connazionali le cerca on-line, con non trascurabili pericoli nel non riconoscere ciò che non è attendibile, perché è sempre meglio mimetizzato*. Le persone anziane giudicano credibili le informazioni veicolate dalla radio e dalla televisione, precisa Lucchin (2020). È l'Associazione Nazionale Dietisti e l'Università di Messina a confermarci l'inattendibilità delle informazioni che gli italiani trovano nei siti on-line. Infatti, nel 2018 hanno dichiarato che 7 italiani su 10 hanno una

scarsa conoscenza dell'abc dell'alimentazione. Si assiste ad un vero e proprio bombardamento mediatico. Le aziende sono consapevoli di quante persone vorrebbero cambiare la propria immagine corporea. Pertanto, le imprese hanno iniziato a produrre prodotti "light", integratori e tanto altro. Approfittano della debolezza delle persone e su questa costruiscono il loro impero economico. Lucchin (2020), infatti, precisa: *il 75% di quello che ci troviamo nel piatto viene gestito da non più di 10 multinazionali. Agli utenti bisogna quindi dare le notizie che vogliono, con le modalità e frequenza che vogliono!*

Questo articolo riporta un dato sconvolgente: *il 14% dei cittadini del mondo si fida poco della scienza e il 54% mediamente.* Crediamo maggiormente alle fake news che ai dati scientifici. Probabilmente perché le fake news sull'alimentazione promettono alle persone di ottenere un fisico mozzafiato in sole poche settimane e magari senza neppure troppo sforzo. Viceversa, la scienza indica come sia necessario un lavoro costante nel tempo e il dover superare non pochi ostacoli per migliorare la propria immagine corporea.

Le fake news oltre a viaggiare velocissime sul web, hanno anche una elevata visibilità, in quanto utilizzano un linguaggio semplice e alla portata di tutti. Invece, le informazioni scientifiche sono meno visibili perché hanno spesso un linguaggio settoriale e complesso; pertanto, poche persone potranno comprenderle e successivamente condividerle sui principali social. Lucchin (2020) ci riporta un dato contraddittorio: nonostante 6 italiani su 10 siano convinti della presenza di molte fake news sull'alimentazione, circa 8,8 italiani su 10 sono vittime di queste false informazioni. Questi dati ci consentono di comprendere quanto siano necessarie figure qualificate e competenti che riescano a rendere più semplici e comprensibili le informazioni scientifiche che trattano il tema dell'alimentazione.

Perché le persone scelgono di non fidarsi di una persona competente se si tratta di alimentazione? Spesso le persone decidono di non rivolgersi ad un medico per un consiglio alimentare in quanto la relazione medico-paziente è conflittuale, caratterizzata da una mancanza di fiducia reciproca. Le persone insoddisfatte dal rapporto con il proprio medico raccontano la loro spiacevole esperienza a molti altri, compromettendo la credibilità di queste figure professionali. Questo le indurrà a rivolgersi a persone non competenti per dei consigli alimentari. Il perché ce lo spiega Lucchin (2020): *un paziente soddisfatto racconta la propria esperienza positiva a circa 9-10 persone, mentre se*

insoddisfatto a 20. Se un paziente reclama, almeno 10 sono insoddisfatti e 200 persone ne vengono a conoscenza.

Questo rapporto conflittuale è un vantaggio per il business che si è sviluppato intorno al tema dell'alimentazione e delle diete. I dati descritti da Lucchin (2020) risultano scioccanti: *il mercato dei prodotti dimagranti salutistici (escluso gli integratori) si aggira sui 400 miliardi di dollari.* Alcune domande scaturiscono spontaneamente dalla lettura di questi numeri: il denaro è più importante della salute delle persone? Quante persone si saranno affidate a questi consigli provenienti da soggetti non qualificati? Quanti di loro hanno avuto disturbi del comportamento alimentare? Quanti danni alla salute hanno provocato? Danni permanenti? Quante persone sono morte di anoressia a causa di questi consigli?

1.3 Di chi ci possiamo fidare?

Purtroppo, l'incompetenza si osserva anche in chi possiede una Laurea in Medicina. Lucchin (2020) in merito a ciò scrive: *Di fatto, la maggior parte dei medici non è in grado di fare una prescrizione nutrizionale, di loro esclusiva competenza, come quella farmacologica, e delega, o peggio abdica, verso altre figure professionali come dietisti, biologi, farmacisti, laureati in scienze motorie, ecc.* Nell'articolo vengono riportati i nomi di alcuni professionisti che definirei incompetenti. Colin Campbell è un biochimico e professore di Nutrizione e Biochimica alla Cornell University USA. Dallo studio condotto in Cina, da qui il nome *China Study*, affermò che il latte è la causa dei tumori al seno per via della caseina. Nella rivista mensile statunitense Wired, viene riportato un articolo della giornalista e videomaker Michela Dell'Amico. La giornalista nel 2014 intervistò Andrea Ghiselli, medico e nutrizionista. Ghiselli ci spiega come mai il China study è stato giudicato dalla scienza ufficiale come inattendibile. Il latte, infatti, viene considerato dalla comunità medico-scientifica un fattore protettivo per alcune malattie come il diabete, le malattie cardiovascolari, l'ipertensione e molti tipi di tumore. Questo studio ebbe successo perché molti vegani si trovarono estremamente d'accordo con le affermazioni di Campbell e pertanto fecero circolare le sue scoperte. Ghiselli (2014) ci aiuta a fare un po' di chiarezza: *Lo studio non ha corrispondenza con la realtà. È stato fatto 40 anni fa e poi smentito dall'attuale letteratura. Tutti gli orientamenti della comunità scientifica attuale sono contrari. Campbell ha condotto ad esempio esperimenti in vitro, ha messo la caseina in provetta e ha visto che le cellule di un*

particolare tipo di tumore stavano meglio: ma certo, la caseina ha fornito loro del cibo, ma sarebbe successa la stessa cosa con qualsiasi altro tipo di nutriente. È noto e dimostrato che, al contrario, il latte vaccino ha una valenza protettiva verso le principali malattie del nostro tempo.

Come si possono quindi spiegare i risultati raggiunti da Campbell? Lo studio è stato condotto in Cina negli anni 70 e 80. In quegli anni si mangiava molto meno rispetto ad oggi e questo è un dato fondamentale, dice Ghiselli. Una buona alimentazione per essere alleata della nostra salute deve essere povera di quantità ma ricca di qualità. Ghiselli (2014) precisa: *È l'eccesso di calorie a uccidere e far male, in particolare l'eccesso di zuccheri e grassi, certamente non il latte o i derivati animali, se assunti con moderazione.*

Le conseguenze di questo studio vengono descritte nell'articolo di Lucchin (2020). Le persone decisero di cambiare le loro abitudini alimentari quando lessero che il latte era uno dei responsabili dell'incidenza del cancro al seno. Questo cambiamento può compromettere la salute se si decide di sostituire il latte con altri alimenti, abusandone. Tale studio venne condotto da un professore di Nutrizione e Biochimica; avrebbe dunque dovuto avere le competenze necessarie. Pertanto, alcune domande sorgeranno spontanee: di chi possiamo fidarci? Chi ci può fornire consigli alimentari affidabili? La nostra salute è in mano a persone poco qualificate?

Nell'articolo di Lucchin (2020) viene descritta anche la figura di Marco Ruggiero, ex oncologo dell'Università di Firenze. Ruggiero, ad esempio, negò l'esistenza dell'AIDS; inoltre, realizzò un probiotico per la cura del cancro e di oltre 21 condizioni cliniche il cui costo si aggirava intorno ai 400 euro. Pensava di riuscire a curare il cancro con dello yogurt. Venne successivamente radiato dall'Ordine dei medici. Decise di fare del business sulla pelle delle persone. Purtroppo, molti malati di cancro morirono a causa sua.

Ed infine, Pierre Dukan, medico francese, radiato dall'Ordine dei medici per sua scelta. Mossa giudicata astuta perché aveva come fine quello di evitare i procedimenti disciplinari avviati nei suoi confronti. Per sua sfortuna, le azioni disciplinari iniziarono prima della sua radiazione. Venne accusato di non essere stato prudente durante le sue affermazioni, di esercitare la medicina come mestiere ed infine di essersi fatto pubblicità. Il suo metodo alimentare prevede l'abolizione totale degli zuccheri e dei carboidrati. Questo metodo causò in molte persone diversi squilibri alimentari.

Lucchin (2020) riporta le bufale più famose: *l'obesità metabolicamente sana non esiste, l'olio di palma non è pericoloso alle usuali dosi assunte, l'alcool fa male, ma i modici bevitori di vino (rosso e non più di 2 bicchieri/die) sembra vivano più a lungo degli astemi; il glutine dannoso non lo è per chi non è intollerante; non è vero che ci sono 4 veleni bianchi: sale, zucchero, farina, latte; il consumo di bacche di Gogij, curcuma, spirulina possono giovare ma dipende dalla dose, che va personalizzata; non è vero che il sale rosa Himalaia fa meglio (i minerali che apporta sono in tracce)*

1.4 Come difendersi dalle bufale?

Lucchin (2020) indica i consigli che un medico dovrebbe fornire ai suoi pazienti per evitare che credano alle bufale che circolano sul web:

- Verificare il sito web, spesso i siti fasulli utilizzano i nomi di siti accreditati.
- Dubitare sempre delle affermazioni eccessive.
- Controllare chi comunica la notizia e qual è la sua competenza scientifica.
- Analizzare criticamente le informazioni: dubitare degli studi condotti sugli animali, degli studi sponsorizzati, dei risultati che sono in contraddizione con quelli della comunità scientifica.

Il medico deve ostacolare la diffusione delle fake news. Lucchin (2020) precisa: *bisogna essere convincenti nei contenuti, che vanno conosciuti, per potere essere autorevoli*. Essere autorevoli vuol dire anche consigliare specialisti competenti.

1.5 Alimentazione e confusione

Dario Bressanini è ricercatore universitario, docente di Chimica-fisica presso il dipartimento di Scienze chimiche e ambientali dell'Università dell'Insubria a Como, Beatrice Mautino è biotecnologa e divulgatrice scientifica, insieme scrissero il libro *Contro natura. Dagli ogm al bio, falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola*. (2021). Gli autori ci spiegano quanta confusione ci sia sulle conoscenze legate all'alimentazione. Inoltre, raccontano quanto possa cambiare la percezione che le persone hanno su alcune tipologie di cibi. Questo cambiamento deriva dal mutare delle strategie di marketing.

Il glutine, ad esempio, in passato veniva considerato così: *il miglior alimento per bambini, ammalati e convalescenti, prodotto di regime per obesi, gottosi, uricemici e diabetici*. Questo prodotto che appariva miracoloso in realtà non era altro che pasta alla quale era stato aggiunto il 15% di glutine secco. La pubblicità si soffermava molto sull'energia che la pasta al glutine forniva ai bambini e ai ragazzi. Oggi queste pubblicità non potrebbero diffondersi sui principali media e Bressanini e Mautino (2021) ci dicono il perché: *il marketing continua a cambiare rotta, inseguendo le nuove possibilità di profitto che si profilano all'orizzonte*. Rispetto al passato si osservano molti cambiamenti: ci sono molti prodotti gluten-free e diverse diete non prevedono il glutine fra gli alimenti indicati. Quindi, il glutine è passato da essere richiesto da tutti i consumatori ad essere disprezzato.

Le persone sanno realmente cos'è il glutine? Bressanini e Mautino (2021) raccontano cos'è successo durante una trasmissione americana *Jimmy Kimmel Live*, del network ABC. Vennero intervistate alcune persone che si stavano allenando al parco. Inizialmente, gli intervistatori domandarono se seguissero una dieta gluten-free, la maggioranza rispose di sì. Successivamente, chiesero agli sportivi se sapessero cosa fosse il glutine. Le risposte a questa domanda erano confuse, alcuni affermarono: *è qualcosa che fa male, contenuto nei cereali*. Altri invece dissero che non sapevano proprio cosa fosse. Alcune riflessioni sorgono spontanee dopo aver letto le risposte degli intervistati: le persone decidono di mettersi a dieta, demonizzando un cibo privandosene senza neppure sapere cos'è? Per quale motivo lo fanno? Quanto possiamo venire influenzati dalla pubblicità e dal marketing che in alcuni momenti decide di esaltare le componenti di taluni alimenti ed in altri periodi invece decide di demonizzarli? Riusciamo ad informarci sugli ingredienti che caratterizzano alcuni alimenti leggendo articoli scientifici o comunque dopo aver ascoltato persone esperte?

Bressanini e Mautino (2021) ci offrono una spiegazione esaustiva sul glutine: *le farine di frumento sono composte per la maggior parte da amido, un carboidrato, e proteine, principalmente glutenina e gliadina. Queste due proteine, a contatto con l'acqua e per azione meccanica, si legano fra loro e formano un complesso proteico chiamato glutine, creando una specie di maglia elastica*.

Perché le persone seguono una dieta gluten-free? Molti sostengono di avere una sensibilità al glutine. Nel libro di Bressanini e Mautino (2021) viene riportato lo studio di Gibson che dimostra che la sensibilità al glutine non esiste. Nel suo studio vi erano 37 pazienti che dichiaravano di essere sensibili al glutine. Nella prima settimana è stata somministrata a tutti i partecipanti una dieta priva di glutine. Nelle settimane successive i partecipanti hanno ricevuto una quantità di glutine variabile: molto, poco o un placebo. Tutti i partecipanti

hanno apprezzato maggiormente una dieta priva di glutine. Soltanto tre di loro hanno manifestato alcuni sintomi in seguito all'assunzione del glutine. Terminato lo studio, Gibson affermò: *chiamiamo 'sensibilità al glutine' qualcosa che, ammesso che esista davvero, col glutine ha poco a che fare.* In questo studio si osservò l'effetto nocebo: chi ritiene che un cibo sia dannoso per il suo corpo sta effettivamente male, nonostante gli sia stato somministrato solo il placebo. Molte persone convinte di essere sensibili al glutine decidono di intraprendere una dieta gluten-free. Nella maggior parte dei casi si tratta di diete create da loro stessi e questo può compromettere la loro salute. Bressanini e Mautino (2021) dopo aver esposto le ricerche scientifiche riguardanti la sensibilità al glutine, concludono affermando: *il 95% dei soggetti che ritengono di essere sensibili sono probabilmente vittime dell'effetto nocebo. La maggior parte dei pazienti, infatti, mostra gli stessi sintomi sia assumendo il glutine sia il placebo, che nel caso specifico era amido di riso.*

La diffusione di queste diete gluten-free ha delle gravi ripercussioni anche nei celiaci, cioè in coloro che presentano un'intolleranza al glutine. Infatti, queste persone molto spesso decidono di intraprendere queste diete senza consultare il proprio medico, precisano gli autori. Seguire dei consigli alimentari sbagliati può provocare ai celiaci gravi ripercussioni sulla loro salute. La celiachia è una malattia che dovrebbe essere trattata da persone competenti e non affidandosi a delle diete fasulle che circolano online.

Ci sono diverse diete che demonizzano il glutine, come quella di Dukan, già precedentemente citata. Anche Loren Cordain nel 2002 ha creato la Dieta Paleolitica in cui il grano ed altri alimenti non sono presenti. William Davis, cardiologo statunitense, nel 2011 scrisse un libro dal titolo *Wheat Belly*. In questo libro Davis condanna il glutine considerandolo la causa di molte patologie, come l'autismo, l'obesità, il diabete e il cancro. La comunità scientifica ha ritenuto le sue affermazioni infondate.

Un'altra figura che vale la pena citare è Tullio Regge che nel gennaio del 2000 pubblicò il suo articolo *Spaghetti geneticamente modificati*. Regge in questo articolo si rivolgeva all'Italia chiamandola una nazione ipocrita perché impediva la coltivazione di grano OGM ma allo stesso tempo modificava la pasta con delle radiazioni nucleari. Affermazioni di questa portata non passarono certo inosservate e si diffusero fra la popolazione in maniera estremamente rapida. Infatti, dopo la pubblicazione dell'articolo, le parole *pasta radioattiva* furono sulla bocca di tutti, come precisano Bressanini e Mautino (2021)

Qual è il motivo che spinse Regge a divulgare questo genere di affermazioni? Tullio Regge voleva cercare di convincere gli italiani che gli OGM non recavano alcun danno perché nessuno si era mai ammalato mangiando un po' di pasta. Purtroppo, non riuscì nel suo intento e queste affermazioni si ritorsero contro di lui. Infatti, si diffusero ovunque articoli che affermarono che la mutazione genetica del grano Creso era la responsabile della celiachia. Luciano Pecchiai, primario dell'Ospedale Buzzi di Milano, durante un'intervista accusò i nuovi frumenti, come il Creso, di essere i responsabili delle intolleranze al glutine. Secondo Pecchiai, in passato la Celiachia era molto meno presente perché le caratteristiche del frumento antico erano diverse da quelle del frumento moderno.

Gli studi di Murray e Fasano riportati nel libro di Bressanini e Mautino (2021) ci permettono di giungere a due conclusioni: le diagnosi di celiachia sono più frequenti rispetto al passato; inoltre, se una persona è geneticamente predisposta questa malattia può manifestarsi ad ogni età.

Perché è aumentata l'incidenza della celiachia? Alcuni ritengono che il responsabile di tale incremento sia l'inquinamento in quanto in passato era assai minore. Altri affermano che ciò sia dovuto ad una maggior assunzione di glutine. Altri ancora sostengono che i responsabili siano gli OGM, i pesticidi e gli additivi chimici. Purtroppo, sono solo ipotesi, nulla è stato scientificamente provato, precisano Bressanini e Mautino (2021). Pertanto, un medico non può presentarsi in televisione e affermare senza alcun dubbio che la causa dell'aumento della celiachia sia da attribuire alle caratteristiche del frumento moderno. Egli dovrebbe essere consapevole che prima di rilasciare dichiarazioni di tale portata occorrono prove inconfutabili, frutto di ricerche scientifiche. Bressanini e Mautino (2021) ci spiegano come mai un medico, più di altri, dovrebbe prestare molta attenzione alle sue affermazioni: *Il potere mediatico del camice bianco, a livello comunicativo, è enorme. Dopo tutto mettiamo la nostra vita nelle loro mani.* Inoltre, le persone dopo aver ascoltato queste parole pronunciate da un medico, potrebbero sentirsi legittimate nel mettere in atto automedicazioni, autodiagnosi e terapie fai da te. Lo stesso Pecchiai nel suo sito aveva affermato che le sue erano solo supposizioni in quanto non aveva mai effettuato delle ricerche a tal riguardo; però, durante la trasmissione si dimenticò di riportarlo, precisano gli autori.

Da quell'intervista il Creso e tutti i grani moderni sono ancora oggi considerati responsabili dell'aumento dell'incidenza della celiachia fra le persone, precisano Bressanini e Mautino (2021). Non vi è alcuna ricerca scientifica che confermi queste affermazioni. Le nuove tecnologie riescono a diffondere delle informazioni false molto velocemente e in tutto il

mondo. Queste informazioni fasulle riescono ad influenzare il parere delle persone e, di conseguenza, il loro comportamento. Le fake news possono essere molto pericolose in quanto possono indurre i fruitori di tali informazioni ad adottare dei comportamenti inappropriati, capaci di compromettere la loro salute.

1.6 Salute e denaro

Ippocrate (460/450 a.C. - 377 a.C.) affermò: *fa che il cibo sia la tua medicina e la medicina sia il tuo cibo.*

Purtroppo, la nostra società spesso demonizza il cibo considerandolo responsabile dell'aumento del peso corporeo e quindi della propria insoddisfazione. È necessario ritrovare con il cibo un rapporto più equilibrato.

La nostra alimentazione può essere alleata oppure nemica della nostra salute. Infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) precisano quanto l'alimentazione possa influenzare il nostro stato di salute.

Una dieta alimentare poco equilibrata può influenzare negativamente il nostro benessere psico-fisico. Oggi, è difficile capire quali informazioni siano affidabili. Spesso leggiamo informazioni contraddittorie; inoltre, l'alimentazione è connessa a profondi interessi commerciali. Il cibo non dovrebbe essere legato al denaro in quanto un'alimentazione scorretta facilita l'insorgenza di malattie.

Bonaldi e Pezzana (2016) affermano: *È quindi del tutto fondata l'attenzione che il mondo scientifico ha riposto nell'arduo tentativo di spiegare il ruolo dei diversi componenti della dieta nella prevenzione ovvero nella genesi delle malattie. In questa corsa alla ricerca di spiegazioni, sono stati isolati e studiati gran parte degli elementi presenti nei cibi, spesso con risultati contrastanti e conclusioni fantasiose. Per esempio, per verificare il ruolo dell'alimentazione nel cancro, da un libro di cucina, sono stati selezionati a caso 50 ingredienti. L'80% di questi ingredienti era stato effettivamente studiato a questo scopo e il 72% dei 264 studi rinvenuti, metteva in evidenza un'associazione con il cancro: positiva nel 54% dei casi e negativa nel rimanente 46%.*

Da questo studio emerge un dato interessante: nonostante il cibo analizzato fosse il medesimo, le ricerche terminavano con risultati spesso opposti e contraddittori. Ovvero, quell'alimento poteva sia facilitare l'insorgenza di una malattia sia prevenirla. Gli autori ci

spiegano il perché di questi risultati ambigui: *Di fatto, alimenti e malattie sono legati da un fitto sistema di relazioni che restano in gran parte ignote, per cui il tentativo di isolare un componente, qualunque esso sia (grassi, proteine, zuccheri, vitamine o sali minerali), attribuendogli poteri malefici o benefici, è un procedimento molto rischioso e spesso fallace. La natura, infatti, evolve attraverso sperimentazioni prive di scopo, che raggiungono risultati in tempi molto lunghi, mediante piccoli errori, ripetitivi e localizzati. La ricerca scientifica fa esattamente l'opposto: pretende di raggiungere risultati immediati, modificando equilibri duraturi e complessi, intervenendo su singoli fattori. La natura, però, non si fa imbrogliare così facilmente e in relazione alle circostanze dello studio e alle modalità di conduzione della ricerca, può far emergere risultati discordanti che possono generare grossolani errori interpretativi ed enormi rischi per la salute.*

Questo processo descrive quello che è avvenuto con gli isomeri trans dei grassi insaturi, creati artificialmente dall'uomo, precisano gli autori. Infatti, i grassi saturi come il burro sono considerati dannosi per il nostro organismo. Pertanto, i ricercatori decisero di prendere degli oli, ovvero alimenti non pericolosi per la nostra salute e li trasformarono in grassi solidi di origine vegetale come le margarine, credendo di creare qualcosa di appetibile e sano. Tuttavia, si scoprì solo in seguito che le margarine sono molto pericolose per il nostro organismo ed infatti molti paesi non li commercializzano più.

Molti dei prodotti alimentari creati con finalità dietetiche sono in seguito stati considerati un'arma letale per la nostra salute, precisano Bonaldi e Pezzana (2016). Infatti, Richard Smith (2014) paragonò alcune diete a dei *crimini di massa*. Ad esempio, secondo Jean Mayer, esperto in scienza della nutrizione, prescrivere a molte persone un regime alimentare a basso contenuto di carboidrati era *l'equivalente di un omicidio di massa*.

Inoltre, molto spesso sono le aziende che finanziano la maggior parte delle ricerche il cui obiettivo è analizzare quali siano i componenti presenti in alcuni alimenti, affermano Bonaldi e Pezzana. La maggior parte di queste imprese è interessata alla propria ricchezza. L'aumento del denaro è pertanto il motore di queste ricerche; esse non sono guidate dalla volontà di mettere in luce quali siano gli alimenti dannosi per la salute delle persone.

Infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) affermarono: *Basti pensare che su 76 studi sponsorizzati dall'industria alimentare, pubblicati nel 2015, 70 riportavano risultati favorevoli ai loro specifici interessi commerciali. I cibi studiati riguardavano: bevande zuccherate,*

prodotti caseari, uova, cereali per la colazione, carne di maiale e di manzo, prodotti a base di soia, supplementi dietetici, succhi di frutta, mirtilli, noci e cioccolato.

È difficile individuare quegli alimenti che in seguito a determinate ricerche scientifiche la comunità scientifica li definisce come salutari. Inoltre, i media non ci aiutano nelle nostre ricerche, anzi, spesso distorcono le informazioni. Ad esempio, dire che l'ossidazione delle proteine danneggia in modo irreversibile le cellule non significa affermare che la somministrazione di antiossidanti assicura agli esseri umani una vita più longeva, sostengono Bonaldi e Pezzana (2016). Oppure, quando si afferma che l'osteoporosi favorisce le fratture spontanee delle ossa non si sta sostenendo che l'assunzione di calcio determina una riduzione delle fratture, precisano gli autori.

Spesso, le persone ricercano in internet una notizia che corrobora la propria posizione; questo fenomeno è stato definito cyberbalcanizzazione. Le persone, infatti, non ricercano la realtà ontologica dei fatti. Tuttavia, secondo Bonaldi e Pezzana (2016) vi è una carenza di informazioni riguardante i diversi processi che caratterizzano la ricerca scientifica. Inoltre, spesso i media fanno circolare notizie legate a risultati preliminari e quindi non completamente validi, ma solo probabili, precisano gli autori.

Studiare l'alimentazione non è facile, infatti Bonaldi e Pezzana (2016) ci spiegano il perché: *Le persone, infatti, tendono a dimenticare facilmente cosa hanno mangiato, dimostrano una sorta di compiacente amnesia per certi alimenti (aperitivi, snacks e dolci in particolare) e, stando a quanto riportato nei questionari, mangiano in modo assolutamente sobrio, tanto che in molti casi l'introito energetico risulterebbe addirittura incompatibile con la vita. Inoltre, possono trascorrere decenni tra il consumo di un certo alimento e la manifestazione dell'evento cui è associato, spesso le abitudini alimentari cambiano nel tempo e, infine, vi sono innumerevoli fattori confondenti che possono inficiare le conclusioni, attribuendo erroneamente un rapporto di causa-effetto quando si tratta di una semplice associazione.*

Riuscire a trovare una logica all'interno di questo flusso di informazioni non è cosa facile. Inoltre, gli autori ci descrivono una pratica comune in molti medici, ovvero affidarsi a determinati studi scientifici senza neppure assicurarsi della qualità dei dati. Utilizzano quelle ricerche capaci di corroborare la loro idea, ignorando gli altri studi scientifici, talvolta addirittura rielaborando i dati.

In questo panorama caratterizzato dalla confusione e dall'incertezza, le persone si trovano spaesate, non riescono ad individuare una persona degna di fiducia a cui poter fare affidamento in quanto esperta e competente, ma anche onesta.

Bonaldi e Pezzana (2016) descrivono quali siano le conseguenze che derivano da questa mancanza di professionalità e lealtà: *Tutto ciò contribuisce a creare nel pubblico un generale senso d'incertezza, di ansietà e di sfiducia nella scienza e a dar voce ad una pletera di fantasiosi consigli, aneddoti e annunci di successi straordinari destinati ad essere sconfessati di lì a poco, che spesso nascondono solo pericolose speculazioni. Basta un rapido sguardo a ciò che propone il web per rendersi conto che milioni di persone, per dimagrire, perché indotte dalla moda, per convincimenti personali o per motivazioni etiche, seguono i regimi dietetici più bizzarri.*

Successivamente, gli autori descrivono alcune tipologie di regimi alimentari. Alcune diete escludono determinati alimenti, ad esempio quella vegetariana e vegana non permettono l'assunzione di alimenti di origine animale. Il regime alimentare denominato Atkins invece invita le persone ad assumere elevate quantità di proteine e grassi di origine animali. Altre diete eliminano drasticamente i carboidrati. Altre ancora scelgono di cibarsi degli alimenti che tipicamente i nostri antenati mangiavano, la dieta paleolitica o quella chiamata cacciatori-raccoglitori ne sono un esempio. Oppure, ci sono dei professionisti, se possiamo definirli tali, che invitano i propri pazienti ad assumere esclusivamente cibi crudi. Alcuni "esperti" invece consigliano di mangiare qualsiasi alimento ma in determinate fasce orarie. Altri ancora suggeriscono ai loro pazienti di praticare dei periodi di digiuno, ad esempio in occasione della luna nuova. Vi sono anche dei "professionisti" che suggeriscono di cibarsi esclusivamente per due giorni alla settimana e di scegliere solo gli alimenti di colore viola. C'è anche chi invita le persone a mangiare per una settimana intera solamente del minestrone, permettendo però di mangiarne in quantità illimitate.

I consigli alimentari cambiano rapidamente. Infatti, se fino al giorno precedente si consigliava di evitare alcuni alimenti, può essere che il giorno successivo essi vengano suggeriti. Questa considerazione di Bonaldi e Pezzana (2016) richiama le tesi di Guy Debord (2013). Diego Fusaro è un filosofo, saggista e opinionista, durante un convegno tenuto il 22 gennaio del 2019 cita *La società dello spettacolo* di Debord. Riprende la tesi 105 presente nel saggio, in cui Debord parla della società dello spettacolo utilizzando queste parole: *tutto ciò che essa dice, è tutto ciò che è*. Fusaro collega questa tesi alle caratteristiche della nostra società contemporanea in cui i media narrano una realtà che non rispecchia la realtà ontologica dei fatti, ma è un simulacro della verità. Afferma infatti: *del vero non*

rimane nulla. Inoltre, cita la tesi 12 in cui Debord afferma: *ciò che è buono appare e ciò che appare è buono.* Sembra pertanto che ciò che non appare, cioè ciò che i media non narrano non esista e non sia neppure *buono.* È evidente quanto i media possano rappresentare una realtà distorta determinando l'insorgere di opinioni fuorvianti riguardanti la realtà stessa che condizioneranno successivamente i comportamenti degli individui. Trovare la verità in questo panorama mediatico sembra un'impresa molto ardua. Questo fenomeno domina la nostra quotidianità in cui si assiste alla scomparsa della verità. Le persone, spesso spaesate, perdono qualsiasi certezza; nulla è certo e tutto viene messo in discussione. Infatti, è accaduto che alcune culture demonizzassero determinati alimenti e che dopo quarant'anni siano stati considerati accettabili. In America, infatti, per la prima volta, dal 1980, si notò un cambiamento nella Dietary Guidelines, ovvero le linee guida per gli americani riguardo l'alimentazione, in cui è stata cancellata la raccomandazione che invitava gli americani ad assumere in quantità limitata gli alimenti ad alto contenuto di colesterolo come le uova o il latte. Gli americani persero una certezza, molti di loro avevano deciso di rispettare una dieta a basso contenuto di colesterolo e di grassi saturi per poter limitare il rischio di malattie cardiovascolari. Milioni di americani scoprirono che per tutta la vita avevano deciso di privarsi di questi alimenti senza alcun motivo valido, in quanto gli studi epistemologici erano errati. Infatti, si diffusero ricerche giudicate affidabili i cui risultati misero in luce che le diete ad alto contenuto di grassi polinsaturi e a basso contenuto di grassi saturi non avevano alcuna influenza sull'insorgere di malattie cardiovascolari. Il livello di colesterolo non dipende da una dieta in cui è presente un basso contenuto di colesterolo.

Inoltre, troppi carboidrati possono essere un pericolo per il nostro organismo, soprattutto quando li sostituiamo ai grassi saturi. Oltre a ciò, scegliere di mangiare zuccheri, bere bevande dolcificate al posto dei grassi, favorisce un aumento dell'obesità e del diabete di tipo 2.

Bonaldi e Pezzana (2016) citano il libro di Nina Teicholz, "*The big fat surprise*" ed affermano: *mette in luce oltre alla debolezza delle prove scientifiche a sostegno di tale ipotesi anche il ruolo chiave dei potenti interessi economici implicati nella vicenda.*

I consigli alimentari mutano frequentemente. Inoltre, spesso molte ricerche scientifiche non vengono prese in considerazione dalla comunità scientifica e per questo non trovano sufficiente visibilità e diffusione nei principali media. Ad esempio, mangiare quantità elevate di zuccheri raffinati facilita l'insorgenza di malattie cardiovascolari, obesità e diabete. Ebbene, questa associazione venne osservata da John Yudkin addirittura

quarant'anni fa; tuttavia, i suoi studi osservazionali non vennero presi in considerazione dalla comunità scientifica che decise pertanto di nasconderli per tutelare la ricchezza delle industrie dello zucchero, precisano Bonaldi e Pezzana (2016).

Successivamente, le ricerche scientifiche proseguirono e anche i media iniziarono a diffondere questa importante informazione. Sebbene non sia una dimostrazione scientifica, in quanto non vi è un rapporto di causa ed effetto, si tratta comunque di un'associazione e pertanto limitare l'assunzione di bevande zuccherate potrà arrecare soltanto dei benefici al nostro organismo. Infatti, l'OMS consiglia di assumere quantità limitate di zucchero, meno del 10% dell'introito calorico totale. Inoltre, l'Organizzazione Mondiale della Sanità si rivolse ai governi delle varie nazioni proponendo loro di tassare le bevande zuccherate. Infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) affermarono: *È stato infatti dimostrato che l'aumento delle tasse (di almeno il 20%) su bevande zuccherate, zucchero e snacks, può modificare le abitudini alimentari, soprattutto nei gruppi a reddito più basso, che una riduzione delle porzioni delle confezioni di alimenti e bevande zuccherate può contribuire a ridurre l'apporto calorico giornaliero.*

I produttori di bevande zuccherate videro un calo dei loro profitti quando iniziarono a circolare negli Stati Uniti diverse raccomandazioni che invitavano gli americani a limitarsi nell'assunzione di bevande zuccherate. I produttori preoccupati dei loro introiti decisero di diffondere alcune fake news. Ad esempio, la Coca-cola affidò all'organizzazione non-profit *Global Energy Balance Network* il compito di rivolgersi alla popolazione esibendo un'immagine autorevole, affidabile e quindi degna di fiducia per veicolare però informazioni fuorvianti, precisano Bonaldi e Pezzana (2016). Infatti, si rivolsero ad alcuni autorevoli studiosi chiedendo loro di diffondere la seguente informazione: *l'epidemia di obesità registrata nelle popolazioni occidentali non è attribuibile all'eccessivo apporto calorico, bensì alla mancanza di attività fisica.*

Inoltre, l'amministratore delegato della Coca-Cola comunicò all'intera popolazione la quantità di denaro che l'azienda investì per finanziare le ricerche sull'obesità: 120 milioni di euro vennero destinati a questi studi. Tuttavia, Bonaldi e Pezzana (2016) precisano che quando chi commissiona uno studio ha un conflitto d'interesse spesso giunge ad una conclusione che corrobora la propria posizione e quindi i propri interessi economici. Pertanto, gli studi condotti dalla Coca-Cola avevano minor probabilità di trovare un legame tra bibite zuccherate e obesità.

L'agenzia internazionale per la ricerca sul cancro (IARC) nel 2015 cercò di capire se le carni rosse e quelle lavorate siano o meno cancerogene. Quando terminò i suoi studi decise di inserire le carni rosse come manzo, vitello, maiale e cavallo all'interno del gruppo 2A, definendo pertanto questi alimenti come probabilmente cancerogeni.

Giunse a questa conclusione in quanto i suoi studi epistemologici misero in luce che i soggetti che assumevano quantità elevate di carni rosse avevano maggior probabilità di ammalarsi di tumore, precisamente cancro al colon-retto, alla prostata e al pancreas. Tuttavia, non vi era una certezza assoluta di ciò in quanto vi erano un numero limitato di prove.

Invece, gli hot dogs, il prosciutto, gli insaccati, la carne salata, gli affumicati ovvero le carni lavorate, sono state inserite all'interno del gruppo 1 in quanto l'AIRC disponeva di una quantità sufficiente di prove per poter affermare senza alcun dubbio che consumare abitualmente questi alimenti favorisca l'insorgere del cancro al colon-retto.

Ovviamente, all'aumentare del consumo aumenta di conseguenza anche il rischio. Pertanto, qualora un individuo consumi abitualmente 50 grammi di carne ogni giorno, il suo rischio di ammalarsi di cancro al colon salirà del 18%, precisano gli autori.

Questa informazione apparentemente chiara, in realtà è molto ambigua. Infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) misero in luce che quando si descrive il rischio è bene citare non solo la percentuale di incremento, ma anche il valore iniziale ovvero il rischio assoluto di ammalarsi di cancro al colon-retto. Tuttavia, gli autori precisano che raramente è presente nelle riviste mediche il valore che indica il rischio iniziale, facilitando di conseguenza l'insorgere di interpretazioni errate.

Tuttavia, non è facile calcolare il rischio assoluto valido per ognuno di noi, in quanto esso dipende dal sesso, dall'età, dalla familiarità, dalla durata delle esposizioni, dalla presenza di altre malattie, dalle abitudini e dallo stile di vita.

Ci sono però diversi metodi che vengono utilizzati per calcolare il rischio, Bonaldi e Pezzana (2016) ne descrivono alcuni: *Per avere un'idea approssimativa del rischio assoluto di sviluppare tumore del colon retto possiamo far riferimento all'incidenza di tali tumori nella popolazione generale che in Italia è pari a 70 nuovi casi/anno nei maschi e 38 nelle femmine, ogni 100.000 persone. A causa del consumo di carni lavorate, il rischio individuale (annuo) d'insorgenza di tumore passerebbe quindi da 0,07% a 0,0826% (il 18% in più) nei maschi e da 0,038 a 0,0448 nelle femmine. È del*

tutto evidente che un aumento del 18% del rischio relativo o dello 0,0126 del rischio assoluto, benché identici dal punto di vista statistico, vengono percepiti dalla gente in modo assolutamente diverso. Un altro modo interessante per farci un'idea dell'entità del rischio potrebbe essere quello di confrontarlo con altri rischi simili. Si calcola, per esempio, che il rischio attribuito alle carni processate sia circa 1/30 di quello riscontrato tra fumo di sigaretta e cancro del polmone: 1 milione di morti/anno nel mondo per fumo di sigaretta e 34.000 per il consumo di carne lavorata.

Quindi, le conclusioni derivanti da studi scientifici possono essere presentate in diversi modi per favorire l'insorgere di una determinata opinione. In alcuni casi si preferirà minimizzare la percezione soggettiva del rischio, in altri invece si opterà per amplificarla. Sembra pertanto estremamente difficile leggere informazioni veritiere. Esse vengono manipolate al fine di perseguire i propri personali interessi siano essi economici o di altra natura, precisano Bonaldi e Pezzana (2016).

Inoltre, gli autori focalizzarono la loro attenzione sul tema delle vitamine e degli integratori alimentari. Ritengo che ci sia poca informazione in merito alle gravi ripercussioni che l'assunzione di vitamine o integratori alimentari può causare. Bonaldi e Pezzana (2016) affermano che solo la malnutrizione può giustificare la loro consumazione. Invece, qualora un individuo abbia una dieta varia ed equilibrata non necessita né di vitamine né di sali minerali in quanto sono presenti negli alimenti. Inoltre, non vi è alcuno studio scientifico che dimostri che l'assunzione di vitamine e sali minerali favorisca un miglioramento delle nostre difese immunitarie, ci aiuti a prevenire il cancro o semplicemente ci faccia sentire più in forza, precisano gli autori.

Tuttavia, negli USA, la metà della popolazione include nella propria alimentazione questa tipologia di integratori, determinando un beneficio per i produttori il cui fatturato nel 2010 era di 28 miliardi di dollari. L'Italia nel 2014 era la nazione europea che ne produceva di più, avendo un fatturato di 10 miliardi di euro, precisano gli autori.

Questi prodotti capaci di arricchire il portafoglio di pochi provocano un malessere per molti. Infatti, negli Stati Uniti, ogni anno, 23.000 persone si presentano in pronto soccorso avendo questi sintomi: palpitazioni, tachicardia, mal di testa, dolori addominali, nausea e vomito, emersi in seguito ad assunzioni eccessive di questi integratori.

Anche le notizie riguardanti le intolleranze alimentari o le allergie sono soggette ad una manipolazione. Quando una persona è allergica o intollerante ad un alimento manifesta una reazione avversa, l'organismo dà una risposta immunitaria anomala nei confronti di alcune

proteine presenti in determinati alimenti come il latte, le uova, gli anacardi, i crostacei. Talvolta le reazioni possono addirittura compromettere l'apparato respiratorio e neurologico. Oppure ci sono delle reazioni che attaccano l'apparato gastroenterico, altre ancora colpiscono la cute generando l'insorgere di dermatite o orticarie.

Sebbene solo il 4% della popolazione adulta soffra di allergie o intolleranze alimentari, la percezione delle persone è molto diversa; infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) misero in luce che le persone credono che il 20% della popolazione soffra di allergie o intolleranze alimentari. Questo perché sono spesso sovra-diagnosticate. Differentemente rispetto al passato, per diagnosticare un'allergia alimentare si utilizzano dei test alternativi come l'analisi del capello, la biorisonanza oppure si ricorre a tecnologie all'apparenza innovative ma prive di alcuno studio scientifico, come i test elettrotermici. Pertanto, molte persone potrebbero credere di soffrire di un'allergia alimentare quando in realtà la spiegazione dei loro sintomi è di tutt'altra natura.

La società Italiana di Allergologia, Asma e Immunologia Clinica (SIAAIC) e l'Associazione Italiana di Dietetica e nutrizione clinica (ADI) invitano a non sottoporsi a test denominati *test per le intolleranze alimentari* per trattare l'obesità o per diagnosticare delle intolleranze alimentari.

Purtroppo alcuni professionisti scelgono di non mettere al primo posto la salute dei loro pazienti o in generale della popolazione. C'è troppa leggerezza, disonestà e manipolazione. Il fine ultimo sembra essere quello di arricchirsi anche a costo di calpestare la salute di migliaia di persone.

Infatti, Bonaldi e Pezzana (2016) concludono la loro riflessione sottolineando quanto il cibo sia legato ad interessi economici. Infatti, molte campagne pubblicitarie hanno come obiettivo incentivare l'acquisto di determinati alimenti indipendentemente dalla loro qualità e quindi senza preoccuparsi dei loro effetti dannosi. Inoltre, oggi molti marchi alimentari vengono controllati da grandi compagnie. Il motivo di tale aggregazione è anch'esso di carattere economico. Bonaldi e Pezzana (2016), infatti, precisano che il mercato mondiale degli alimenti è controllato per il 70% da sole 10 multinazionali, aventi un introito di 450 miliardi di dollari.

Tuttavia, sono nate delle associazioni internazionali guidate da un pensiero critico e da azioni consapevoli. Il loro scopo è la salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità. Scelgono gli alimenti sulla base della stagionalità e della loro freschezza. Slow Food è una di queste associazioni, presente in più di 100 paesi.

Bonaldi e Pezzana (2016) ci aiutano a comprendere quanto molto spesso le facili risposte a delle problematiche non producano alcun risultato positivo e che spesso la spiegazione di alcuni fenomeni è più complessa di quanto ci vogliono far credere. Infatti affermano: *Nell'alimentazione c'è bisogno soprattutto di equilibrio, sia per quanto riguarda la combinazione degli alimenti, sia per quanto riguarda la quantità e la frequenza di assunzione. Sarebbe opportuno quindi avere più rispetto per la natura e riconoscere che raramente la risposta ai nostri quesiti è di tipo binario (si o no). In effetti, data l'enorme interconnettività tra i sistemi naturali, i processi biologici sono spesso l'espressione di fenomeni molto complessi entro i quali è assai difficile rinvenire certezze assolute: «ciò che fa la natura è rigoroso fino a prova contraria, ciò che propongono gli uomini e la scienza è difettoso fino a prova contraria», ci ricorda Nassim Taleb nel suo bel libro Antifragile.*

Nel mondo dell'alimentazione ci sono molte fake news e bufale. Inoltre, circolano alcune informazioni fuorvianti il cui obiettivo è incentivare il consumatore all'acquisto per aumentare il proprio personale profitto. Queste informazioni sono molto pericolose e spesso compromettono il bene collettivo. Alcuni, infatti, scelgono la ricchezza alla salute delle persone e la disonestà alla lealtà. Probabilmente, ci renderemo conto solo fra diversi anni di quanto la nostra salute sia stata compromessa a causa di determinati alimenti.

2. Cultura occidentale, ideale di magrezza e social network

2.1 Cultura occidentale e crisi individuale

In questo paragrafo verrà descritto il ruolo determinante svolto dalla cultura occidentale nel favorire l'insorgenza dei disturbi del comportamento alimentare. Infatti, essa è caratterizzata da un'ideale di bellezza profondamente legato ad una magrezza eccessiva. Inoltre, questo paragrafo cerca di mettere in luce quanto la cultura occidentale non possa essere considerata l'unica responsabile. I disturbi del comportamento alimentare possono essere causati dalla mancanza di certezze relative alla propria identità. Le società sono sempre più complesse; infatti, i confini fra nazioni diventano invisibili e i media e le nuove tecnologie annullano le differenze culturali. Gli individui non si riconoscono più in un'identità precisa. Si assiste ad una omologazione. La globalizzazione e le conseguenze che ha provocato, come il venir meno delle differenze culturali, impediscono agli individui di identificarsi e questo può favorire l'insorgenza dei disturbi alimentari.

La psichiatra Mervat Abdel Nasser (2009) precisa come i disturbi alimentari siano disturbi psichiatrici. Il loro sviluppo e la loro epidemiologia sono legati a fattori sociali e culturali. Infatti, l'ideale di bellezza caratterizzato da una magrezza eccessiva è un fattore culturale che abbiamo interiorizzato nel processo di socializzazione, precisa l'autrice. Questo ideale viene perseguito da molti ragazzi e ragazze e ciò favorisce l'insorgenza dei disturbi del comportamento alimentare.

Nasser (2009) nota che i disturbi del comportamento alimentare si osservano maggiormente in alcuni gruppi sub culturali per i quali la richiesta di magrezza è endemica come modelli, atleti e ballerini. È presente un bias di genere perché le donne soffrono di questi disturbi in misura maggiore rispetto agli uomini. I pochi uomini che soffrono di questi disturbi hanno molto spesso dei dubbi relativi alla propria identità di genere, precisa Nasser (2009). Le teorie femministe diffusero il dilemma della donna moderna. Ogni donna dovette scegliere se aderire ai vecchi stereotipi di femminilità o ribellarsi ad essi. Questa scelta venne particolarmente sentita dalle donne soprattutto quando ci furono importanti cambiamenti sociali e culturali. Infatti, Nasser (2009) afferma che molte donne vittime di questi dubbi relativi alla propria identità caddero in disturbi del comportamento alimentare.

Negli anni '90 si scoprì che i disturbi alimentari si presentavano in misura maggiore nelle società urbanizzate. Per spiegare questo dato Nasser (2009) cita i cambiamenti che coinvolgono la struttura familiare che si presentano in seguito ad un processo di urbanizzazione. La struttura familiare è caratterizzata dalla propensione alla nuclearizzazione. Quando le società si urbanizzano si riscontra generalmente un cambiamento dei modelli alimentari, delle preferenze alimentari e degli orari dei pasti. Inoltre, in seguito all'urbanizzazione si è registrato un aumento dei tassi di obesità.

Questi disturbi vennero considerati disturbi occidentali poiché molti affermano la loro assenza nelle altre società. Alla base di questa constatazione vi era una evidenza epistemologica, ovvero una mancanza di dati che permettesse di affermare il contrario, precisa l'autrice. Inoltre, gli standard estetici e la definizione dei ruoli nelle società occidentali e non occidentali sembravano sostenere questa teoria. Infatti, le società non occidentali venivano rappresentate come statiche e disinteressate ai cambiamenti che investivano le società occidentali. Ci sono diverse prove che testimoniano come queste affermazioni non corrispondano più alla realtà. Infatti, secondo questi disturbi non si possono più definire occidentali perché presenti in tutto il mondo. Addirittura, Nasser (2009) precisò che il numero di persone vittime di questi disturbi è presente in misura maggiore in Medio Oriente, Estremo Oriente, Sud America e Africa rispetto ai paesi occidentali.

Il primo strumento che nacque per individuare la presenza di disturbi del comportamento alimentare fu l'Eating Attitude Test Questionnaire (EAT). È un questionario self-report. Inizialmente, si ipotizzò che non fosse adatto per rilevare i disturbi del comportamento alimentare nei paesi non occidentali. Eppure, riuscì a fare i primi confronti fra culture.

Nasser (2009) ritiene che questi disturbi si siano diffusi in tutte le nazioni a causa dell'adesione alle norme culturali occidentali anche in quei paesi non occidentali. Infatti, quando caddero i regimi comunisti nell'Europa orientale vennero segnalati i primi disturbi alimentari, presenti soprattutto in Ungheria, Polonia e Repubblica Ceca. Il motivo sembra essere collegato al passaggio da un'economia controllata dallo stato a un'economia di mercato. Questo cambiamento determinò la scomparsa di alcune reti sociali che aiutavano le donne nell'occupazione e nella cura dei bambini. Le donne si sentirono confuse e provarono una *gender ambivalence* e molte di loro caddero nei disturbi del comportamento alimentare.

Nasser (2009) precisa come la maggior parte delle persone che soffrono di disturbi del comportamento alimentare in Usa e Regno Unito appartengono a minoranze etniche come neri, nativi americani e comunità ispaniche, popolazioni immigrate asiatiche e afrocaribiche. Ad

esempio, ci sono più casi di bulimia fra le studentesse asiatiche rispetto a quelle caucasiche. Perché vi è un collegamento fra popolazione immigrata e disturbi del comportamento alimentare? La popolazione immigrata vive un conflitto con la propria identità razziale. Infatti, molti cercano di eliminare quell'immagine razziale negativa e stereotipata che gli viene spesso attribuita e cercano di integrarsi nella società adattandosi all'ideale di magrezza richiesto. In conclusione, gli immigrati sono esposti ad un rischio maggiore di sviluppare un disturbo alimentare rispetto ai nativi.

Le incertezze sulla propria identità possono quindi causare disturbi del comportamento alimentare. Infatti, venne confrontato il numero di donne sudafricane affette da disturbi del comportamento alimentare prima e dopo la caduta dell'apartheid. In seguito alla sconfitta dell'apartheid i disturbi alimentari aumentarono proprio a causa dei cambiamenti politici. Dopo questi importanti cambiamenti le persone non riuscirono a definire con precisione la propria identità, afferma Nasser (2009)

Nell'articolo di Markey, *Culture and the Development of Eating Disorders: A Tripartite Model* (2004) vengono riportate le ricerche di Kirsten K. Davison et al. scritte nell'articolo *Etiology of body dissatisfaction and weight concerns among 5-year-old girls* (2000). Nell'articolo si sottolinea come i bambini interiorizzino fin dalla prima infanzia le caratteristiche che deve possedere un corpo per definirsi attraente in quel contesto socioculturale. Questa fu la conclusione a cui Davison et al. (2000) giunsero. I ricercatori si concentrarono sugli Stati Uniti e sulle caratteristiche richieste ai corpi femminili. La donna per poter essere attraente doveva necessariamente essere magra. Markey (2004) nel suo articolo riporta la ricerca condotta da Bosch negli anni 2000 che mise in luce un dato sconcertante: le donne temono l'obesità più di quanto temono la morte.

I bambini a partire dal quinto anno di età indicano la loro preferenza per la magrezza. La famiglia trasmette ai più piccoli il concetto di bellezza, insegnando ai bambini come deve essere un corpo per poter essere considerato attraente. Le ricerche condotte da Robert Klesges, Professore di scienze della salute pubblica e co-direttore del Center for Addiction and Prevention Research Klesges, condotte a partire dal 1986, ci permettono di comprendere il ruolo determinante svolto dalla famiglia. Al bambino viene insegnato ad apprezzare un'immagine femminile snella. Anche i coetanei svolgono un ruolo significativo. Infatti, i dialoghi fra coetanei rendono possibile l'interiorizzazione dell'ideale di bellezza associato alla magrezza.

Le ricerche di Goldfield e Chrisler (1995) misero in luce ciò che accade a partire dall'età prescolare. I bambini fin da piccoli manifestano un apprezzamento esplicito nei confronti dei coetanei magri. Le bambine e i bambini in sovrappeso sono oggetto di pesanti critiche.

Anche i media hanno svolto un ruolo determinante nel definire le caratteristiche che un corpo deve possedere per poter essere considerato bello. Infatti, Field e collaboratori (1999) raccontano come la rappresentazione nei media di giovani donne sottopeso abbia incentivato le ragazze ad apprezzare un corpo eccessivamente magro, portandole nella maggior parte dei casi ad una profonda insoddisfazione nei confronti della propria immagine corporea a causa della loro incapacità nel raggiungere questa fisicità.

I modelli alimentari includono le preferenze alimentari e le pratiche alimentari restrittive. Questi modelli alimentari, precisa Markey (2004), vengono trasmessi di generazione in generazione. La loro interiorizzazione porta l'individuo a mettere in atto comportamenti alimentari sani o malsani.

Il corpo ed i significati ad esso associati sono culturalmente determinati. Culture diverse attribuiscono significati diversi ai sintomi dei disturbi alimentari e alla loro eziologia. Pertanto, salute e malattia sono una costruzione sociale e culturale. Ogni cultura definisce salute e malattia in maniera differente. Markey (2004) riporta la definizione fornita da Brumberg (2000) sul cibo che per descriverlo utilizza queste parole: *sistema di segni e simboli con molteplici significati*.

I comportamenti alimentari vengono tramandati all'interno di un contesto familiare durante la gioventù, le ricerche di Fisher e Birch (1996) lo confermano.

Haworth e Hoepfner (2000) precisano come l'educazione alimentare trasmessa dai genitori ai figli sia il risultato delle loro esperienze passate, delle loro tradizioni e delle loro abitudini. La cultura fornisce delle regole legate all'alimentazione. Alcune di queste riguardano ad esempio i cibi considerati commestibili, l'abbinamento con altri cibi, le pietanze da servire in certe occasioni. Le porzioni variano da cultura a cultura. Analizzando le porzioni considerate corrette in ogni cultura riusciremo a comprendere meglio i disturbi alimentari. Alcune culture tendono a preferire porzioni più abbondanti rispetto ad altre, precisano gli autori. Fisher e Birch (1996) sottolineano quanto possano essere dannosi alcuni comportamenti genitoriali. Infatti, spesso i genitori riducono la quantità di cibo richiesto dai bambini; questo comportamento impedisce ai bambini di sviluppare quella competenza necessaria che gli permetterà di regolarsi autonomamente sulla corretta quantità di cibo da assumere. Questi ragazzi faranno affidamento

ad indicatori esterni come le indicazioni dei genitori e non riusciranno ad ascoltare gli indicatori interni, come la fame.

Birch e Deysher (1986) ci insegnano quanto possa essere controproducente invitare i bambini ad assumere cibi considerati salutari in quanto essi ridurranno di molto la loro propensione verso tali alimenti. Inoltre, impedire ai bambini di mangiare il cosiddetto “cibo spazzatura” è controproducente perché quando non saranno controllati dai genitori ne assumeranno in quantità elevate.

Pertanto, in seguito a queste considerazioni si può affermare che una socializzazione alimentare familiare sbagliata può indurre i ragazzi e le ragazze a cadere in disturbi del comportamento alimentare. Ascoltando le storie di molti adulti obesi è possibile riscontrare degli elementi comuni nel racconto della loro infanzia. A molti degli adulti in sovrappeso veniva regolata la quantità di cibo da assumere quando erano bambini. Pertanto, non riuscirono a maturare la competenza necessaria che gli avrebbe permesso di comprendere la giusta porzione di cibo da assumere sulla base degli indicatori precedentemente citati, divennero quindi obesi, sottolinea Markey (2004).

Spesso, nei paesi occidentali si associa la perdita di peso alla bellezza. Pertanto, rifiutarsi di mangiare non è considerato un comportamento inaccettabile. Quante volte abbiamo sentito la frase: *stai così bene, hai perso peso?*

Il contesto sociale influenza i modelli alimentari. Infatti, l'articolo della Markey (2004) parla di ciò che è accaduto durante la Grande Depressione degli Stati Uniti in quel momento storico vi era poco cibo a disposizione, le persone non rifiutavano il cibo e per questo vi fu una drastica riduzione del numero di persone che soffrivano di disordini alimentari.

Anne Becker è un'antropologa e fece una ricerca nelle Fiji nel 2002 che diede risultati sorprendenti. L'antropologa decise di introdurre una televisione nel villaggio di Nadroga. Inizialmente, le ragazze affermarono che apprezzavano maggiormente delle silhouette robuste e porzioni abbondanti di cibo. Quando venne introdotta la televisione si registrò un aumento dei disturbi del comportamento alimentare. Questo esperimento testimonia quanto i media possano influenzare il concetto di bellezza e i comportamenti alimentari.

Tuttavia, non tutte le culture ritengono che ci sia una relazione fra bellezza e magrezza. Gordon (2000) sottolinea la maggior tendenza delle culture del passato a preferire corpi più robusti.

Brown e Konner (1987) precisano come il grasso nelle società più povere fosse associato al successo economico, femminilità e sessualità. Diffondere nelle società una preferenza per corpi

particolarmente robusti potrebbe favorire una riduzione dei casi di anoressia, però potrebbe indurre le persone a cadere in altri disturbi del comportamento alimentare, come l'obesità. Negli Stati Uniti ci sono dei gruppi culturali come i latini che apprezzano maggiormente le donne formose rispetto a donne particolarmente magre. Queste ultime vengono invece molto apprezzate dalle popolazioni euro-americane. Infatti, gli uomini e le donne latine indicano come peso ideale un peso superiore rispetto a quello indicato dalle donne e dagli uomini euro-americani, precisano gli autori. Wildes et al. (2001) notarono come le donne afroamericane siano più soddisfatte del loro corpo rispetto alle euro-americane. Inoltre, le donne afroamericane sono meno inclini a sviluppare disturbi del comportamento alimentare e questo sembra essere dovuto alla loro preferenza per corpi formosi. La cultura, quindi, ha una grande influenza nella definizione dell'immagine corporea desiderabile.

Ogni cultura attribuisce un significato diverso ai concetti di salute e malattia. Questi concetti cambiano con il trascorrere del tempo anche all'interno della stessa società. Le donne occidentali hanno iniziato a sviluppare un'attenzione maggiore nei confronti del proprio corpo concepito come espressione di sé. Le persone hanno iniziato a temere il grasso, infatti si diffuse il termine *grassofobia*. Questa preoccupazione può essere legata alla maggior disponibilità di cibo presente nelle società. Questa paura ha portato molte donne a cambiare il proprio corpo cercando di raggiungere la magrezza richiesta. Alcune di loro caddero in disturbi del comportamento alimentare mentre erano intente a raggiungere questo ideale di bellezza. Purtroppo, queste ragazze non vennero considerate malate perché inizialmente si aveva una scarsa conoscenza dei disturbi del comportamento alimentare.

I disturbi del comportamento alimentare sono sempre esistiti. Infatti, alcuni popoli del passato adottavano delle pratiche alimentari poco salutari che oggi verrebbero considerate disturbi del comportamento alimentare. Connolly e Dodge (2000) hanno descritto il comportamento alimentare di alcune culture antiche. Ad esempio, i Romani dopo aver digiunato, si abbuffavano e successivamente rigettavano il cibo in alcune stanze che presero il nome di vomitorium. Bulimico è il nome che oggi viene associato a chi pratica questo comportamento. I Romani definivano il loro comportamento una pratica normativa e legata all'autoindulgenza.

Le ricerche di Brumberg (2000) misero in evidenza l'elevato numero di donne anoressiche presenti nel Medioevo. Le donne che rifiutavano il cibo venivano considerate sante perché la perdita dell'appetito era considerato un avvenimento miracoloso; molte di loro divennero anoressiche. Ad esempio, Caterina da Siena morì all'età di trent'anni proprio di anoressia. In passato questi comportamenti alimentari venivano considerati convenzionali. Quindi, il

significato attribuito a determinate azioni cambia con il trascorrere del tempo. Ogni cultura attribuisce un significato differente ai comportamenti alimentari.

Nell'articolo di Markey (2004) vengono riportate le ricerche di Ktzman (1997) che mise in evidenza il maggior rischio per le donne occidentali di sviluppare disturbi del comportamento alimentare a causa del loro conflitto di ruoli. Le donne vorrebbero essere sia femminili che realizzarsi professionalmente. Purtroppo, la cultura occidentale attuale richiede spesso alle donne di scegliere. Una donna di successo non può essere anche attraente. Ktzman (1997) precisa quanto questo conflitto interiore faciliti l'insorgenza dei disturbi del comportamento alimentare.

Ogni cultura interpreta diversamente i sintomi legati a questi comportamenti. Molte culture sottovalutano i disturbi psicologici o psichiatrici che non presentano manifestazioni esteriori. Alcune culture non considerano la bulimia una malattia perché i bulimici possono essere in perfetto normopeso. Ad esempio, i messicani ritengono che una persona possa definirsi malata solo se sente dolore o ha dei sintomi visibili. Pertanto, alcune culture potrebbero definire una persona bulimica come sana e non bisognosa di alcun sostegno psicologico. Pertanto, ogni disturbo psichico sarà definito diversamente in base alla cultura di riferimento.

Brumberg (2000) ci fornisce alcuni dati in merito alle persone vittime di disturbi del comportamento alimentare:

- il 20% sono giovani donne;
- il 10% degli individui che soffrono di queste malattie muore;
- solo il 10% riesce a guarire completamente.

Molte ragazze vivono questi comportamenti alimentari come uno stile di vita richiesto dalla loro cultura, precisa Markey (2004) Quindi, non si definiscono malate. Pertanto, sarà più difficile per i genitori e altre figure di riferimento rendersi conto del loro malessere. Inoltre, molte di loro non presentano manifestazioni fisiche visibili che rendano evidente la loro malattia.

2.2 Un corpo perfetto

La costante attenzione delle donne per l'alimentazione è strettamente collegata alla loro rappresentazione mediatica. I media rappresentano le donne con un corpo perfetto e quindi irreali. Le donne sono consapevoli che queste rappresentazioni non sono reali e che nella maggior parte dei casi sono il risultato di fotoritocchi. Nonostante questa consapevolezza, rimangono comunque profondamente influenzate negativamente da questa falsa

rappresentazione. La ricerca condotta da Gill (2020) ci permetterà di comprendere ulteriormente questo fenomeno.

Rosalind Gill è professoressa di analisi sociale e culturale all'Università di Londra. Il suo studio è stato citato più di 25.000 volte. Vennero coinvolte 175 donne dai 18 ai 30 anni. Viviamo in un mondo dominato dalle immagini e le intervistate ne sono consapevoli. Dalle loro parole emerge il senso di inadeguatezza e sconforto che provano in seguito alla visione di questi corpi caratterizzati da una magrezza eccessiva.

Secondo Gill (2020) il corpo delle persone ed in particolar modo quello delle ragazze è posto sotto una lente di ingrandimento in cui si scruta ogni dettaglio. Questa intensa analisi è favorita dalle nuove tecnologie e dalle capacità dei nostri smartphone di ingrandire le fotografie. Le pubblicità che sponsorizzano interventi estetici ma non chirurgici sono in aumento. Le ragazze ricevono quotidianamente degli inviti ad effettuare tali interventi. Un esempio di questi sono le iniezioni che vengono fatte alle labbra per aumentarle di volume. L'uso dei filtri fotografici e i software editing sono in continuo aumento. Questi filtri permettono alle donne di raggiungere quell'ideale di bellezza richiesto. Infatti, il 90% delle intervistate afferma di utilizzare dei software per modificare il volume delle labbra, il tono della pelle, rimodellare la mascella o il naso, eliminare il peso, illuminare il volto e sbiancare i denti. Risulta impossibile per queste giovani donne non uniformarsi alla massa. È raro vedere tra le pagine social delle foto che ritraggono un viso reale caratterizzato dalle normali imperfezioni che ci contraddistinguono come brufoli, cicatrici o macchie della pelle. La maggior parte delle foto vengono ritoccate. Questi filtri permettono alle giovani ragazze di apparire ciò che non sono ma che la società richiede. Non potranno mai avere una pelle così tanto levigata o un giro vita così stretto perché è qualcosa di innaturale. Queste applicazioni offrono loro l'illusione di essere perfette.

Molte volte le intervistate utilizzarono la parola perfezione riferendosi al corpo. Secondo loro un corpo perfetto deve necessariamente avere le seguenti caratteristiche: essere magro, slanciato e avere una pelle levigata. Vi è una omologazione della bellezza; ogni donna deve essere uguale all'altra. Si eliminano tutte quelle differenze che ci rendono uniche ed autentiche.

Il senso di inadeguatezza sopraggiunge in queste giovani donne quando vedono nelle pagine social le foto di altre ragazze in cui le dimensioni del loro corpo sono state modificate attraverso dei software, precisa Gill (2020). Credono di non essere *abbastanza perfette* pur essendo consapevoli che si tratta di foto provenienti da software di editing; queste false rappresentazioni finiscono per influenzare profondamente il loro stato d'animo.

Ciò che manca nei social network è la diversità e quindi la realtà. Non vengono rappresentate le diverse fisicità o le diverse tipologie di volti. Le giovani ragazze non riescono a differenziarsi pubblicando delle foto autentiche perché temono di ottenere delle critiche. Non vogliono pubblicare foto che valorizzino quelle caratteristiche del volto o del corpo che le contraddistinguono. Preferiscono omologarsi per avere la certezza di non essere oggetto di critiche e per questo modificano le conformazioni del loro corpo e del loro volto. Se nei social network ognuno di noi pubblicasse foto reali, questa sensazione di inadeguatezza scomparirebbe e le donne riuscirebbero ad apprezzare il loro corpo; probabilmente smetterebbero di intraprendere folli diete per perseguire degli standard di bellezza impossibili da raggiungere.

2.3 I social network

Lo studio di Gill (2020) ha messo in evidenza quanto sia aumentato l'utilizzo dei social network dall'inizio della pandemia da Covid-19; infatti è cresciuto dell'80%. Il social più utilizzato è sicuramente Instagram, le parole delle intervistate lo confermano. Facebook e Snapchat continuano ad essere molto popolari. Recentemente, molte persone si sono avvicinate a TikTok. WhatsApp invece, è considerato uno strumento per dialogare con i propri amici stretti e con la propria famiglia. Twitter viene utilizzato per ricercare notizie, invece YouTube permette di ascoltare musica o coltivare interessi particolari come, ad esempio, lo yoga o la cucina vegana. Le ragazze intervistate sono molte attive sui social network. Innanzitutto, analizzano la fotografia e successivamente scelgono a quale social destinarla; non pubblicano le stesse foto indistintamente su tutti i social.

L'intervistata Bianca (18 anni) ci spiega più chiaramente quest'ultima affermazione: *It depends on what social media it is. Snapchat is mainly a video of me lip-syncing a song, I would say. Or, just a random picture of my food, or just showing them where I am, because you can put the location and it will come up. Or just funny videos, like my friends doing something. Whereas Instagram, it's just pictures of me. So, it will be a full body picture, just showing my outfit. Or it will be a selfie, yes. And maybe the videos from Snapchat I'll post on I'll post on Instagram as well, because I have different people on there. And then Facebook is more family I'll post or just myself but less revealing, got to keep it PG for the family! (laughter) And that's mostly family stuff. I wouldn't say I post a lot on there, it's just if I wanted to update my profile picture or family, a happy birthday to someone. Because they're most likely to see it on Facebook if they're older.*

Alle intervistate fu chiesto di rispondere a questa domanda: i social network ti rendono felice? Le risposte si differenziano molto l'una dall'altra. Tuttavia, si nota un elemento che accumuna la maggior parte delle interviste: l'80% delle intervistate ha dichiarato che almeno una volta i social network le hanno fatte sentire più sicure.

Dalle parole dell'intervistata Bipasha si percepisce il suo entusiasmo nei confronti dei social; ci confessa però, di esserne dipendente in quanto ovunque lei si trovi e in qualsiasi momento si chiede se sia opportuno pubblicare qualcosa sui social. Per molti partecipanti i social network hanno favorito il loro inserimento in una comunità i cui componenti sono persone che considerano simili a loro. Spesso, si tratta di individui che scelgono di aggregarsi per trovare un po' di sollievo perché vittime di pesanti discriminazioni. Molte comunità riuniscono persone con la stessa disabilità o persone che hanno la medesima fisicità. Queste comunità possono offrire conforto a tutti quegli individui che nella vita di tutti i giorni si sentono soli ed emarginati. Una intervistata trans gender ha sottolineato quanto sia stato importante per lei entrare in contatto con altre persone trans dal momento che non ne aveva mai conosciute; questo le ha permesso di non colpevolizzarsi. Molte di queste amicizie che nascono online vengono successivamente coltivate nella vita reale favorendo la nascita di momenti di confronto, precisa Gill (2020)

Un'altra intervistata, invece, racconta di aver sofferto di acne; internet le permise di entrare in contatto con altre ragazze affette dallo stesso disturbo e questo le ha recato molto sollievo perché le ha permesso di accettare la condizione della sua pelle. Purtroppo, queste comunità sono poco visibili. I post detti *body positive* che cercano di valorizzare una diversa fisicità o una diversa condizione della pelle sono numericamente inferiori rispetto ai post che rappresentano corpi eccessivamente magri e pelli levigate.

Tuttavia, molti intervistati hanno dichiarato che i social network peggioravano il loro stato d'animo; dopo averli utilizzati provavano tristezza, percepivano di star perdendo molto tempo e talvolta provavano invidia quando confrontavano la loro vita con quella degli altri.

Dalle parole delle intervistate si nota una profonda contraddizione. Infatti, la maggior parte di loro prova una sensazione di inadeguatezza e disagio in seguito alla visione di foto che ritraggono determinate fisicità o rappresentano un determinato stile di vita. Tuttavia, non riescono a smettere di consultare quotidianamente i loro social. È una dipendenza molto grave. Dalle parole di India (21 anni) possiamo percepire la gravità della situazione: *I'm just so much happier if I just don't look at it all day. So I've realised that has a big impact on my happiness generally. It can be useful, but scrolling through it never really makes me happy. So I don't*

know why I still do it. Alcune intervistate non riescono a rinunciare ai social network a causa del loro desiderio incontrollabile di osservare la vita altrui.

I contenuti pubblicati non corrispondono alla realtà perché i social network non richiedono solo di essere fisicamente attraenti, ma anche di essere sempre felici. Gill (2020), infatti, riassume alcune affermazioni delle sue intervistate in merito a questa pressione: *The pressure to be perfect goes beyond appearance and extends to seeming cool enough, interesting enough, fun enough and even happy enough.* Le persone scelgono di adeguarsi a questa regola non scritta che le obbliga a pubblicare esclusivamente dei contenuti in cui siano visibilmente felici. Scelgono di conformarsi perché temono di venir giudicate negativamente dal gruppo di appartenenza e di deludere i componenti. La competitività è elevata in quanto l'obiettivo è dimostrare al pubblico social come la propria vita sia migliore di quella altrui. I contenuti descrivono perlopiù momenti di socialità. Ecco le parole estremamente significative di un'intervistata: *I always present a positive side of me, always dressed up and confident, however in real life that's not necessarily the case.* Queste parole sono un'ulteriore conferma del carattere costruito dei social network. È un palcoscenico dove tutti recitano.

Dalle parole delle intervistate emerge la loro volontà di pubblicare contenuti veritieri e autentici riguardanti la propria vita. Purtroppo, la paura di ricevere delle critiche le blocca prima della pubblicazione. Infatti, il loro timore è legittimo in quanto le poche persone che scelgono di condividere momenti infelici della propria vita vengono additate come *cercatori di attenzione*. Quando le persone decidono di pubblicare contenuti veritieri vengono successivamente giudicate negativamente in quanto considerate degli individui in cerca di compassione, precisa Gill (2020). Inoltre, le intervistate ci spiegano un altro motivo che induce le persone a criticare chi pubblica momenti tristi: si è portati a credere che la motivazione alla base di questi contenuti sia poco onesta, ovvero che vi sia la volontà di aumentare il proprio numero di followers e non la semplice condivisione di un momento infelice.

Ognuno di noi tende a giudicare negativamente la propria vita a causa probabilmente dei contenuti social che osserva: le persone infatti non raccontano dei propri fallimenti. Questo ci porterà a pensare che le altre persone non vivano mai momenti di sconforto e quindi crederemo di essere particolarmente sfortunati. È necessario un occhio critico quando si osservano i contenuti presenti sui social. Gli adolescenti, ovvero la maggior parte delle persone che popolano i social network, non possiedono questa capacità a causa della loro giovane età e quindi faticano a cogliere il carattere costruito dei social.

La ricerca di Gill (2020) ha presentato dati particolarmente significativi, che ci permettono di capire quanto i social network riescano ad influenzare lo stato d'animo di questi giovani ragazzi. I social network hanno un grande potere fra le mani. Questo potere se gestito erroneamente può provocare gravi ripercussioni nelle persone ed indurle a soffrire di disturbi del comportamento alimentare o depressione a causa dello standard di bellezza richiesto.

I dati raccolti da Gill (2020) ci permettono di comprendere l'entità del fenomeno:

- Il 95% delle intervistate ritiene che le persone si possano sentire sotto pressione pensando alla propria immagine corporea.
- Il 90% delle donne intervistate sente di dovere apparire attraente sui social network.
- Il 90% delle intervistate confronta la propria vita e il proprio corpo con la vita e il corpo delle altre persone.
- Il 75% si sente sotto pressione per il numero di like che ottiene, per i commenti che riceve e per il numero di condivisioni che genera un suo post.
- Il 70% delle intervistate sente la pressione di dover esibire una vita perfetta sui social.
- Il 75% delle intervistate crede che non si sentiranno mai soddisfatte della propria immagine corporea.
- Il 60% di loro ha affermato che in seguito a questi frequenti pensieri prova un sentimento che definirebbe depressione.

Questi dati sono spaventosi. La depressione può condurre al suicidio se non viene curata da persone qualificate. Non possiamo permetterci che questi soggetti abbiano disturbi del comportamento alimentare, disturbi depressivi o peggio ancora decidano di togliersi la vita per perseguire qualcosa che non potrà mai essere raggiunto, poiché si sta parlando di conformazioni fisiche innaturali o di una vita perfetta e quindi irreali, dal momento che ciascuno di noi vive periodi più o meno bui.

Le intervistate hanno confessato di perdere molto tempo ed energia per realizzare foto destinate ai social network. In particolar modo, curano il loro abbigliamento, il loro trucco, la loro posizione e la qualità dell'immagine. Prima di pubblicare la foto si rivolgono ai loro amici per ottenere la loro approvazione. L'intervistata Adija (27 anni) ci racconta il rituale che esegue prima di scattare delle foto per i social network: *But I'd make sure my hair looked cute. I'd make sure that my body was looking good. I'd make sure it was from a good angle, like I'm make sure I'm sitting up straight rather than rolled over... yes I think about all of those things*

before i would take a picture. La spontaneità e l'improvvisazione sembrano non appartenere a questo mondo. Eppure, la maggior parte delle foto rappresenta donne e uomini in pose apparentemente naturali. In realtà, nulla è lasciato al caso e ogni cosa è programmata, l'intervistata Adija lo ha confermato.

Le donne disabili sentono una pressione superiore rispetto alle altre donne. Ritengono necessario dover compensare la loro disabilità mostrandosi perfette. L'intervistata Katie, infatti, tende a non pubblicare foto dove si intravede la sedia a rotelle o le stampelle. Viceversa, raccontare la propria disabilità sui social network potrebbe ridurre la sensazione di solitudine presente in molte ragazze disabili. Potrebbero nascere delle amicizie in cui ci si confronta in merito alle difficoltà che la disabilità comporta. Ad esempio, si potrebbero condividere quei momenti in cui ci si è sentiti esclusi o criticati a causa della propria condizione.

Il numero di like ottenuti nelle proprie foto influenza profondamente lo stato d'animo delle intervistate. Inoltre, questa funzionalità viene utilizzata per giudicare le altre persone, anche i propri amici. Cosa succede se non si ottiene il numero di like desiderati? L'intervistata Adija, 27 anni, ce lo spiega: *Lot of people I know, they'll post something and if it doesn't get over a certain amount of likes they'll just delete it. Because it's humiliating.* Infatti, esistono delle applicazioni che permettono di aumentare artificialmente il numero dei like ottenuti. Le intervistate sono consapevoli di quanto possa essere dannosa questa pratica. Infatti, confessano di provare molta ansia nel momento della pubblicazione. Nonostante ciò, decidono ugualmente di essere attive sui social network. Questi spiacevoli stati d'animo sono il prezzo da pagare. Esse considerano i social network come un dovere da adempiere a tutti i costi.

I social network richiedono perfezione e autenticità. È una contraddizione, eppure le foto devono apparire realistiche e naturali. I social network, quindi, richiedono una falsa autenticità. La foto non deve comunicare falsità, ma spontaneità. Per ottenere questa autenticità si modificano le foto o si utilizzano i filtri durante le stories Instagram. Questi filtri vengono scelti con attenzione, non deve essere evidente il loro utilizzo, precisa Gill (2020) Infatti, si scelgono filtri che permettano di comunicare la naturalità del proprio volto. Non si scelgono quei filtri che rendono evidente il loro carattere costruito. Inoltre, le intervistate hanno sottolineato quanto sia importante non far percepire al proprio pubblico social lo sforzo impiegato per realizzare quella foto.

Non viene lasciata al caso neppure la frequenza di pubblicazione. Infatti, le giovani ragazze, temendo di infastidire i propri followers, decidono di pubblicare i loro contenuti in un determinato momento e non troppo ravvicinato al precedente. Tuttavia, non limitano

eccessivamente la loro produzione di contenuti perché temono che i propri followers si possano dimenticare di loro. Attribuiscono molta importanza al mondo social; infatti, alcune di loro hanno confessato di privarsi addirittura del sonno pur di rispettare il momento migliore per la pubblicazione. Gill riporta queste parole: *They reported that if they posted a picture or story late in the evening (which was understood as the best time to post), they would be consumed by anxiety and would need to check and recheck the platform multiple times before they could go to sleep.*

Perché le donne sentono la pressione di dover apparire sui social network in un determinato modo? Gill individua due risposte plausibili: la pressione proveniente dal gruppo dei pari e/o dai social media. I social media sono dominati dalla presenza di corpi femminili. Assistiamo ad un bombardamento mediatico. Questa sovrarappresentazione conduce erroneamente le donne a giudicare sé stesse in base alla loro forma fisica; crederanno che il loro valore sia direttamente proporzionale al loro peso e alle loro misure. Le immagini influenzano profondamente i nostri pensieri. La donna nei social media viene rappresentata con un corpo attraente e sessualizzato. Il suo corpo è ridotto a merce e ad oggetto. Questa rappresentazione favorisce il consolidamento di quegli stereotipi che esistono da sempre e induce sia gli uomini che le donne a credere che ci sia una precisa divisione dei ruoli. Questa divisione è a sfavore della donna il cui unico compito da rispettare è quello di apparire attraente. Ciò indurrà i datori di lavoro ad assumere preferibilmente uomini a causa della loro visione distorta della donna. Infatti, spesso vengono invitati nelle trasmissioni televisive uomini esperti di tematiche scientifiche, sociali e politiche. Vi è una sottorappresentazione delle donne e della loro professionalità e competenza, come emerso dal resoconto del 2021 del Global Media Monitoring Project, uno studio internazionale il cui obiettivo è analizzare come uomini e donne vengono rappresentati nei media.

Questa rappresentazione non descrive la realtà. Infatti, in un articolo pubblicato il 22 luglio del 2020 di TGCOM 24 vengono riportati i dati Istat in riferimento al numero di laureate e laureati in Italia nel 2019. Le donne laureate sono il 22,4%, mentre gli uomini laureati sono il 16,8%. I social media però riescono ad influenzare l'opinione pubblica attraverso la diffusione di queste false rappresentazioni; essi potrebbero abbattere questi stereotipi in favore di una maggior parità ed uguaglianza invece di continuare a diffondere un concetto sbagliato di donna.

Gill (2020) analizzando le risposte delle sue intervistate ha messo a fuoco le caratteristiche fisiche che una donna deve possedere per apparire sui social media. Le intervistate hanno ripetuto più volte che lo standard richiesto è difficilmente raggiungibile perché una donna per essere considerata attraente deve avere un seno prosperoso, un sedere molto grande, inoltre il suo giro vita dovrà essere particolarmente sottile. Questo ideale risulta molto difficile da

raggiungere. La conformazione fisica di qualunque essere umano non potrà mai avere queste caratteristiche. Le donne inoltre devono avere dei denti molto bianchi, una pelle levigata, una bocca particolarmente carnosa ed essere sempre depilate. Non sono ammesse cicatrici o macchie della pelle. Le giovani ragazze intervistate per raggiungere questo standard estetico si rivolgono a chirurghi estetici, praticano molta attività fisica e si limitano nell'assunzione di cibo. Le intervistate non sono completamente consapevoli dell'impossibilità di raggiungere questa fisicità ed infatti affermano: *So if you "look bad" it is because you have chosen not to go to the gym, have the surgery.*

Le giovani ragazze si sentono delle fallite quando si rendono conto di non possedere una o più di una delle caratteristiche richieste. La loro autostima è quotidianamente messa a dura prova a causa di queste rappresentazioni femminili stereotipate presenti sui social media. Il loro valore è proporzionato al loro peso e ai centimetri del loro giro vita. Si dimenticano delle proprie competenze o dei loro successi scolastici e sportivi.

Misurare la circonferenza delle cosce o ingrandire le proprie foto per scrutare ogni singola imperfezione diventano azioni di routine. Quotidianamente, le donne analizzano il loro corpo con estrema precisione. Gill definisce questa pratica *nano-surveillance*. Spesso questa pratica ha facilitato l'insorgenza di una visione distorta relativa al proprio corpo. Le possibilità offerte dalle nuove tecnologie aiutano le ragazze nella loro analisi. Molte ragazze si sono rese conto di alcuni difetti che precedentemente non avevano notato. A volte questa maturata consapevolezza nasce da alcune sfide diffuse dai principali social. Ad esempio, TikTok lanciò una tendenza in cui invitava tutti gli utenti a pubblicare una propria foto di profilo. Molte ragazze si resero conto che il loro naso o la loro mascella non erano come le desideravano. L'autostima di queste giovani ragazze non sarebbe stata minacciata se TikTok non avesse lanciato questa challenge.

L'industria approfitta della fragilità delle giovani ragazze e del loro desiderio di raggiungere questo ideale di bellezza proponendogli degli interventi non chirurgici. Il filler alle labbra è uno degli interventi più sponsorizzati.

Nell'articolo di Gill (2020) vengono riportati alcuni dati particolarmente significativi che ci permettono di comprendere in maniera più approfondita il fenomeno:

- il 90% delle intervistate utilizza un filtro quando vuole pubblicare un selfie.
- L'85% delle donne intervistate modifica le proprie foto prima di pubblicarle. Le principali modifiche riguardano il colore della pelle o dei denti.

- Il 10% delle intervistate decide di modificare le loro foto con dei software per rendere il loro corpo più magro, oppure modificano le labbra per farle apparire più carnose.

Sono nate delle applicazioni in grado di dirci quanto siamo attraenti, quanto siamo grassi o quanto è simmetrico il nostro volto ed esprimono ciò attraverso un punteggio. Il legame fra queste app e l'industria della bellezza è evidente. Per alzare il proprio punteggio le giovani donne si rivolgeranno alla chirurgia estetica, afferma Gill (2020). Infatti, la maggior parte delle intervistate ha dichiarato che non escludono la possibilità che in futuro possano affidarsi ad essa. Secondo Gill (2020) la loro propensione alla chirurgia estetica può essere causata dai molti video che circolano sulle piattaforme social che mostrano le differenze fra il prima e il dopo intervento. La maggior parte degli interventi riguardano il filler alle labbra o il lifting. Tuttavia, molti video mostrano i cambiamenti causati da interventi chirurgici più importanti come, ad esempio, quelli al seno o al sedere. Lo standard di bellezza richiesto non è naturale e per raggiungerlo sono necessari interventi costosi e pericolosi. Siamo disposti a mettere a rischio la nostra salute pur di raggiungere questo ideale? Siamo disposti ad investire così tanto denaro? Rivolgersi alla chirurgia estetica non è inaccettabile. Ritengo doveroso affermare che si tratta di una decisione da ponderare accuratamente, valutando gli eventuali rischi. La giovane età impedisce a queste ragazze di prendere una decisione frutto di una accurata valutazione dei rischi e dei benefici.

Spesso, l'età adulta aiuta le persone a mettere a fuoco ciò che è veramente degno di attenzione e importanza e su cui è necessario focalizzare le proprie energie. Pertanto, spesso si ridimensiona l'importanza di alcune preoccupazioni adolescenziali. Le giovani intervistate da adulte potrebbero pentirsi degli interventi chirurgici a cui si sono sottoposte durante l'adolescenza.

Prima di rivolgersi ad un chirurgo estetico le ragazze cercano di raggiungere autonomamente questi standard di bellezza, praticando attività sportiva e privilegiando un'alimentazione salutista. Dalla ricerca di Gill (2020) emerse un fenomeno che si può riscontrare nella maggior parte delle interviste. Durante la pandemia causata dal virus SARS-CoV-2, molte intervistate decisero di approfittare della quarantena per iniziare dei programmi sportivi finalizzati al dimagrimento. Alcune di loro una volta terminata la quarantena si resero conto di non aver ottenuto i risultati sperati e confessarono di essersi sentite delle fallite. La loro autostima venne ulteriormente messa a dura prova a tal punto da non riuscire neppure a guardarsi allo specchio. Spesso scelsero di isolarsi per evitare qualsiasi contatto perché temevano di ricevere delle critiche per il loro aspetto fisico.

Inoltre, alcuni profili social invitano le giovani ragazze a rispettare un'alimentazione sana. Alcuni alimenti o bevande sono considerati inaccettabili, come le bevande gassate o la cioccolata. Nelle principali piattaforme social ci sono molti profili che promuovono questo stile di vita eccessivamente *healty*. È positivo che vengano promossi degli stili di vita all'insegna dello sport e dell'alimentazione salutista; questi profili social talvolta favoriscono però la nascita di una vera e propria ossessione nei confronti dell'alimentazione salutista e della pratica sportiva, ossessione che prende il nome di Ortoressia.

3. Social Network: un terreno accidentato, ma fertile

3.1 Dismorfia corporea

Sui principali social network, come Instagram e Facebook, molte fitness influencers condividono il loro stile di vita attraverso foto e video. Le loro giornate sono scandite da allenamenti intensi e da una dieta ferrea. La rigidità caratterizza la loro vita a tal punto che scelgono di privarsi completamente di alcuni alimenti, inoltre, non contemplanò la possibilità di saltare l'allenamento giornaliero. Questo atteggiamento ossessivo nei confronti dell'alimentazione e dello sport può favorire la nascita di alcuni disturbi, uno fra questi, la dismorfia corporea.

Scarinci e Lorenzini (2015) considerano la dismorfia corporea un disturbo ossessivo compulsivo; nel loro libro descrivono le caratteristiche che la contraddistinguono, come ad esempio alcune imperfezioni fisiche che possono generare molta preoccupazione per chi soffre di dismorfia corporea. I suoi familiari e amici non riescono a cogliere questi difetti oppure li considerano delle imperfezioni quasi impercipienti. Inoltre, l'individuo mette in atto alcuni comportamenti ripetitivi, ad esempio, tende a guardarsi molte volte allo specchio, ricerca rassicurazioni, si presenta sempre in modo impeccabile, confronta il proprio aspetto fisico con quello di altri. Queste forti preoccupazioni molto spesso compromettono le sue relazioni sociali e il suo lavoro.

Scarinci e Lorenzini (2015), inoltre, affermano che questo disturbo è più comune dell'anoressia nervosa e della schizofrenia, è più frequente nelle donne, ma colpisce anche gli uomini. È più probabile che si presenti nelle persone non sposate, divorziate e nei disoccupati perché la fine di una relazione o la perdita del lavoro spesso causano una riduzione dell'autostima. Molte volte questo disturbo si presenta durante l'adolescenza, di solito intorno ai 16 anni e può assumere un decorso cronico se non viene curata. Inoltre, gli autori precisano che chi soffre di dismorfia corporea spesso presenta anche altri disturbi mentali, come ad esempio:

- Disturbo depressivo maggiore.
- Disturbi legati all'uso di sostanze.
- Fobia sociale.
- Disturbi del comportamento alimentare e disturbi di personalità.

Scarinci e Lorenzini (2015) sostengono che la causa di questo disturbo sia legata alla volontà delle persone di perseguire l'ideale di bellezza richiesto dalla società. Gli autori descrivono i comportamenti più tipici messi in atto da un soggetto che soffre di questo disturbo, infatti affermano che chi soffre di dismorfia corporea tende a vergognarsi del suo corpo quando è in compagnia di altre persone, è spesso triste perché crede di non essere fisicamente attraente. Prova invidia e per questo tende ad isolarsi. Inoltre, pratica molto sport perché insoddisfatto della sua immagine corporea e controlla ripetutamente il suo corpo per verificare se in seguito alla pratica sportiva il suo fisico sia cambiato, nonostante i suoi difetti fisici siano visibili soltanto ai suoi occhi.

Arbinaga e Caracuel (2003) precisano che la maggior parte dei malati di dismorfia corporea si dedica ad una precisa attività sportiva; infatti, molti di loro scelgono di dedicarsi ad attività particolarmente intense. Purtroppo, nella maggior parte dei casi, la pratica sportiva non risolve la loro alterazione dell'immagine corporea ma la accentua.

Le persone che hanno deciso di intraprendere un percorso di bodybuilding sono in continuo aumento. Arbinaga e Caracuel (2003) hanno voluto indagare il fenomeno e pertanto hanno deciso di intervistare alcuni assidui frequentatori di palestre. Hanno domandato loro: *perché fai bodybuilding?*

- Il 38,36% lo fa per “aumentare la massa muscolare”
- il 29,76% per “avere un bell'aspetto”.
- 29,76% per “apparire e sentirsi meglio”.
- 9,73% per "essere in forma”.
- 6,78% per "migliorare la mia condizione”.
- 5,15% per "perdere peso”.
- 3,39% per "guadagnare fiducia e motivazione”.
- 1,95% per "mangiare meglio”.

Arbinaga e Caracuel (2003) hanno descritto brevemente il bodybuilding: *i praticanti di bodybuilding hanno come obiettivo principale, attraverso l'uso di pesi pesanti e l'instaurazione di una dieta rigorosa, il miglioramento del loro aspetto fisico e lo sviluppo di una muscolatura priva di grasso, dura, ben definita e vascolarizzata; raggiungendo una conformazione armoniosa del loro corpo che sarà esibito in competizione davanti a una giuria.*

In altre parole, gli intervistati hanno deciso di praticare bodybuilding per migliorare la propria immagine corporea. Il mondo dei social network potrebbe aver favorito l'insorgenza di questo desiderio. Nei social network gli individui vivono quotidianamente una competizione. Infatti, i

social network sono un palcoscenico in cui ognuno di noi esibisce la propria vita e la propria forma fisica. Durante questa competizione confrontiamo il nostro corpo e la nostra vita con il corpo e la vita dei nostri amici. La maggior parte delle immagini che circolano sui social network sono il risultato di fotoritocchi, rappresentano pertanto dei corpi irreali. Gli intervistati potrebbero aver provato una sensazione di inadeguatezza in seguito a questo confronto e questo potrebbe averli indotti a dedicarsi al bodybuilding. L'attività sportiva, tuttavia, non deve essere praticata esclusivamente per migliorare la propria immagine corporea. Lo sport, infatti, deve essere in primo luogo un piacere e un'occasione di svago e di divertimento, inoltre l'attività sportiva ci aiuta a sfogare lo stress giornaliero, permettendoci quindi di vivere più serenamente.

Tuttavia, il bodybuilding non aiuta gli atleti a ridurre il loro stato di ansia, anzi. Arbinaga e Caracuel (2003) infatti definiscono il bodybuilder un atleta a tempo pieno, la loro vita è scandita dall'allenamento e da una dieta rigorosa.

Inoltre, gli autori arrivarono alla conclusione che la maggior parte dei culturisti desidera migliorare sempre di più la propria forma fisica a causa della loro distorta percezione corporea. Arbinaga e Caracuel (2003) ritengono che ciò che determina l'insorgenza di questa falsa rappresentazione dipenda ad esempio dall'utilizzo di steroidi anabolizzanti di cui molti bodybuilder fanno uso.

Nel 1993 Pope e il suo gruppo di collaboratori condussero una ricerca che coinvolse i bodybuilder delle palestre di Boston: tutti gli atleti facevano utilizzo di steroidi anabolizzanti. Ai partecipanti venne chiesto di descrivere la loro immagine corporea. La maggior parte di loro si definì piccolo e magro, in realtà erano grandi e muscolosi. Questo fenomeno venne chiamato anoressia inversa; successivamente venne coniato il termine vigorexia, anche definita dismorfia muscolare. La vita dei bodybuilder è caratterizzata dall'allenamento, da diete rigide ricche di proteine e povere di grassi. Inoltre, i bodybuilder calcolano con precisione le calorie giornaliere che assumono. Molti di loro vivono costantemente in uno stato di ansia e per questo decidono di aumentare il numero degli allenamenti per poter riuscire a gestire la loro agitazione, precisano gli autori. Questo fenomeno è più frequente nelle donne bodybuilder; infatti la ricerca di Pope, Katz e Hudson (1993) mise in luce che il 31% delle ragazze bodybuilder prova insoddisfazione per la propria immagine corporea, il 16% considera inaccettabile il proprio corpo e per questo hanno deciso di rivolgersi ad un chirurgo estetico. Nello studio di Pope, Katz e Hudson (1993) il 47% delle donne soffriva di disturbi del comportamento alimentare, infatti il 9,4% soffriva di anoressia nervosa, il 28,13% di bulimia nervosa, il 9,4% soffriva di altri disturbi.

Phillips, McElroy, Hudson e Pope (1995) affermarono che i disturbi ossessivo-compulsivi sono spesso legati ad alterazioni o dismorfie corporee.

Kouri, Pope e Katz (1995) notarono che i soggetti affetti da dismorfia muscolare avevano avuto nel corso della loro vita alcune alterazioni dell'umore come depressione (58%), disturbi bipolari (20%) e disturbi d'ansia (29%). Mangweth B, Pope HG, Kemmler G, Ebenbichler C, Hausman, deCol, Kreutner, Kinzl e Biebl (2001) osservarono che all'interno del loro campione, il 29% dei maschi che soffriva di dismorfia muscolare aveva avuto nel corso dell'infanzia una relazione conflittuale con la madre. Invece, il 29% aveva vissuto situazioni di violenza domestica in cui il padre maltrattava la madre; altri invece, il 33%, erano stati maltrattati dalla madre

Pope, Gruber, Choi, Olivardia e Phillips (1997) e Olivardia (2000) diedero delle indicazioni che vennero considerate molto importanti per la diagnosi di questo disturbo. Infatti, notarono che i soggetti affetti da dismorfia muscolare avevano in comune alcuni comportamenti. Ad esempio, chi soffre di questo disturbo teme che il suo corpo non sia sufficientemente muscoloso e per questo si allena con costanza, precisamente si dedica al sollevamento pesi, inoltre rispetta con rigore la dieta. La preoccupazione per la forma fisica può generare l'insorgenza di un malessere fisico. Inoltre, l'insoddisfazione nei confronti della sua immagine corporea interferisce negativamente sulla sua vita sociale e lavorativa. Infatti, spesso rinuncia ad occasioni di convivialità o riduce il numero di ore lavorative per potersi dedicare all'attività sportiva.

Inoltre, chi soffre di dismorfia muscolare tende ad evitare situazioni in cui è necessario spogliarsi, come gli spogliatoi, perché prova ansia e disagio quando altre persone guardano il suo corpo in quanto lo percepisce inadeguato e teme che esso venga considerato piccolo e poco muscoloso; questo può provocare l'insorgenza di un disagio clinicamente significativo, precisano gli autori.

Il soggetto è consapevole di quanto l'assunzione di alcune sostanze come gli steroidi anabolizzanti, la pratica costante di allenamenti molto stancanti e il rispetto rigoroso della dieta siano tutti elementi in grado di compromettere la propria salute fisica e mentale

L'individuo rinuncia alla sua vita sociale e al suo lavoro in nome di un'ideale estetico da perseguire. Rinuncia alla sua felicità pur di apparire come desidera. Il mondo dei social network potrebbe incidere negativamente su chi soffre di dismorfia muscolare perché sui social network uomini e donne esibiscono il loro corpo che apparentemente sembrerebbe rispettare i canoni estetici richiesti dalla società. Tuttavia, come precedentemente detto, la maggior parte di queste

fotografie non rappresenta la realtà. I social network, soprattutto Instagram, si focalizzano sulla rappresentazione corporea; la maggior parte dei post hanno come obiettivo l'esibizione della propria fisicità, attribuendo di conseguenza al corpo un'importanza eccessiva. Il soggetto che soffre di dismorfia muscolare dovrebbe ridimensionare l'importanza che attribuisce alla sua immagine corporea, per questo motivo alcuni social network come Instagram potrebbero essere molto controproducenti per la sua guarigione.

Le ricerche di Pope (2000) e Baile (2005) misero in luce quanto le persone affette da dismorfia muscolare mettano molto spesso a dura prova la loro salute fisica e mentale. Infatti, notarono la loro perseveranza negli allenamenti nonostante il dolore causato da alcuni infortuni fisici.

Pope (2000) notò che le persone affette da dismorfia muscolare tendono a mettere in atto alcuni comportamenti ossessivo-compulsivi. Ad esempio, controllano frequentemente il loro peso, pesandosi addirittura anche più volte al giorno. Inoltre, la maggior parte di loro, disse Pope (2000), assume ormoni come steroidi o anabolizzanti androgeni senza alcuna prescrizione medica.

González-Martí, Bustos e Jordán (2012) fecero una ricerca sulla dismorfia muscolare che coinvolse 734 partecipanti aventi un'età media compresa tra i 29 e i 30 anni. I maschi che utilizzavano i pesi durante l'allenamento erano 285, invece le femmine che ne facevano uso erano 157. I culturisti uomini erano 277, invece le donne erano soltanto 15. Sembrerebbe pertanto che questo disturbo colpisca in misura maggiore gli uomini, questo dato risulta in contraddizione con quanto rilevò Pope nel 1993, in quanto concluse il suo studio affermando che tale disturbo è presente prevalentemente fra le donne. Tuttavia, lo studio di González-Martí, Bustos e Jordán (2012) fu fondamentale perché arrivò alla conclusione che la dismorfia muscolare o vigorexia può essere considerata un disturbo mentale.

3.2 Ortoressia

L'ortoressia è una sindrome nervosa, la persona che ne soffre assume esclusivamente cibi considerati sani come frutta e verdura eliminando tutti gli altri alimenti; pertanto, la sua dieta risulterà poco equilibrata.

Marcazzan (2021) parla della vigorexia e dell'ortoressia sottolineando cosa accumuna questi due disturbi: *sono modalità "nuove" di esprimere il disagio connesso al cibo, nel senso che si sono aggiunte per ultime alla casistica, ma sono anche tra le più subdole e sfuggenti ad una precisa valutazione: sono infatti assimilabili a comportamenti socialmente accettati, e anzi*

attivamente promossi dalla cultura contemporanea salutista ed efficientista, come l'attenzione nei confronti dell'aspetto e della forma fisica e la ricerca di cibi genuini e salutari.

Questi nuovi disturbi vengono diagnosticati con difficoltà perché potrebbero essere considerati dei comportamenti socialmente accettati; le persone che soffrono di vigoressia o dismorfia muscolare si dedicano allo sport, attività considerata fondamentale per la tutela della salute e le persone ortoressiche tendono ad assumere alimenti considerati salutisti, anch'essi fondamentali per il mantenimento della propria salute.

Tuttavia, le persone affette da questo disturbo hanno una vera e propria ossessione nei confronti di questi alimenti. Infatti, tendono ad assumere solamente questa tipologia di cibi. Queste persone temono la scarsa qualità del cibo, il rischio di contaminazione e le possibili malattie derivanti da alcuni alimenti. Questi pensieri favoriscono l'insorgenza di forme di ipocondria. Inoltre, la maggior parte delle persone che soffrono di questo disturbo tendono a limitare le relazioni sociali perché queste occasioni di convivialità sono spesso accompagnate dalla condivisione di un pasto o di un aperitivo; evitano tali momenti in quanto non riuscirebbero ad analizzare il cibo valutandone ad esempio la sua qualità, per questo chi soffre di questo disturbo trascorre la maggior parte della sua vita da solo, precisa Marcazzan (2021) che afferma inoltre che tale disturbo è presente soprattutto nei paesi occidentali e coinvolge sia uomini che donne.

Marcazzan (2021), descrive un altro disturbo del comportamento alimentare, da poco individuato, il Binge Eating Disorder. Esso è caratterizzato da abbuffate fuori controllo, molte delle persone che ne soffrono provano vergogna quando si abbuffano e per questo tendono a nascondersi e quindi a non farsi aiutare.

L'autrice cerca di individuare le cause di tutti questi disturbi. Ritiene che il contesto psicosocioculturale nel quale gli adolescenti vivono svolga un ruolo predominante nel favorire la nascita di questi disturbi. L'autrice ha individuato alcuni fattori che possono favorirne l'insorgenza:

- I social media amplificano il culto dell'immagine.
- Oggi il valore personale è collegato ad aspetti prestazionali ovvero ciò che fai sembra apparire più importante di ciò che sei.
- La velocità che caratterizza i processi di comunicazione svolge anch'essa un ruolo fondamentale perché ci conduce a preferire la forma al contenuto e l'apparire all'essere.
- Si registra la presenza di più atteggiamenti fobici e controfobici causati dall'insicurezza e dall'imprevedibilità del futuro.

Marcazzan (2021) considera i disturbi del comportamento alimentare, i gesti autolesivi, il ritiro scolastico e sociale delle azioni violente e autodistruttive messe in atto dagli adolescenti un modo per comunicare agli adulti quanto per loro sia difficile costruirsi una propria identità in questo preciso momento storico. Il corpo pertanto diventa un capro espiatorio.

I giovani dominano il mondo dei social network in cui i confini tra pubblico e privato e tra essere e apparire sono labili. Gli adolescenti hanno una serie di doveri da adempiere. Uno fra questi, è la cura del corpo, considerata una norma comportamentale. Infatti, l'apparire attraenti può essere considerato uno stile di vita socialmente condiviso ed atteso.

I giovani, in questo mondo virtuale caratterizzato dal culto dell'immagine, sono obbligati, dice Marcazzan (2021), a riflettere sul proprio corpo e sui suoi limiti o meglio sulle sue forme naturali che purtroppo non sono socialmente accettate.

Le nuove tecnologie hanno accelerato ogni processo presente nella società. Ad esempio, i canoni di bellezza cambiano molto più rapidamente rispetto al passato. Marcazzan (2021) ci offre una panoramica di tutti quegli standard di bellezza che si sono susseguiti e che ora appartengono al passato: *L'ideale del corpo magro delle ex modelle anoressiche cede il passo al corpo tonico e sinuoso delle attuali regine della moda e del fitness, il corpo fragile ed efebico non piace più, l'ideale femminile rivuole le forme, purché perfette e senza grasso: un corpo "a clessidra", guarnito da un posteriore "a mandolino" sulla cui curva perfetta sia possibile appoggiare un flute di champagne; il sorriso perfetto, stile "Durbans" è a sua volta superato, troppo stereotipato e artificiale, la moda attuale si volge all'iper-idealità vagheggiando nella dentatura una piccola, graziosa imperfezione, come il neo delle dame settecentesche.*

Marcazzan (2021) definisce il cibo come un bene essenziale investito però di significati sociali e culturali e per questo svolge un ruolo fondamentale nella definizione della nostra identità. Nei paesi occidentali ci sono differenti abitudini di consumo in quanto è presente una elevata disponibilità e varietà di cibo. Inoltre, l'autrice afferma che le fasce sociali più povere consumano cibo di scarsa qualità, l'élite, invece, ricerca il cibo ideale. Il cibo, pertanto, è investito di significati simbolici, quello di qualità permette all'individuo di condurre una vita sana e longeva. Pertanto, sembrerebbe che alle popolazioni meno abbienti non venga garantito il diritto alla salute perché il cibo di qualità, cioè quegli alimenti privi di sostanze dannose per il nostro organismo, sono decisamente più cari e quindi inaccessibili per chi è più povero. Inoltre, il cibo di qualità è collegato a valori etici perché permette di consumare meno risorse naturali e questo aiuta la salvaguardia dell'ambiente, afferma l'autrice. Pertanto, se soltanto una

minoranza potrà permettersi questi alimenti, questo causerà un danno all'ambiente e quindi a tutta la collettività.

Nei paesi sviluppati, il cibo è innanzitutto considerato un piacere e non un bene capace di soddisfare un bisogno. Inoltre, il cibo in molte culture accompagna le ricorrenze o momenti ritenuti importanti dalla comunità. Infatti, Marcazzan (2021) sottolinea il valore rituale e celebrativo del cibo. Viene preparato per essere visivamente bello, con un buon sapore e per permettere alle persone di vivere un'esperienza estetica completa. Inoltre, spesso il cibo è collegato a valori trascendenti.

Nelle società liquide, l'uomo definisce la propria identità sulla base dei suoi consumi, sosteneva Bauman (1999). Quindi, il cibo aiuta a fornirci una rappresentazione di noi stessi.

Marcazzan (2021) ritiene che il cibo in questo preciso periodo storico possa essere considerato un rituale sacro. Infatti, precisa: *mentre sui media imperversano contest culinari rivolti ad un pubblico di ogni genere ed età, chef stellati guidano passo passo la preparazione di elaborati manicaretti direttamente dentro la cucina di casa, e i guru della gastronomia vengono spesso e volentieri interpellati su ogni sorta di argomento che abbia una qualche rilevanza sociale, ben oltre le loro specifiche competenze*. I media cercano di offrire dei contenuti affini agli interessi delle persone. Il cibo è il protagonista della gran parte delle trasmissioni televisive. Inoltre, recentemente sono nate le cosiddette food blogger ovvero persone che utilizzano i loro principali social network per condividere delle ricette culinarie o recensire dei ristoranti, questa attività è diventata una vera e propria professione retribuita. Inoltre, il cibo è il protagonista anche di molti canali YouTube. Pertanto, dopo aver analizzato i principali media risulta lampante quanto la nostra società abbia con il cibo un rapporto ossessivo. Infatti, Marcazzan (2021) prosegue nella sua analisi cercando di descrivere come questo rapporto possa degenerare, favorendo l'insorgenza di disturbi del comportamento alimentare.

Marcazzan (2021) sostiene che i disturbi del comportamento alimentare siano cambiati. Infatti, appartiene al passato quell'ideale di bellezza femminile associato ad una magrezza eccessiva, all'astinenza, alla fragilità e alla dipendenza. Oggi, una donna viene considerata attraente se possiede altre caratteristiche. Marcazzan (2021) ce le descrive: *l'ideale femminile contemporaneo ha caratteristiche attive, a tratti anche aggressive: una donna deve sapere lottare per il successo, non sottomettersi, a volte anche imporsi. Ci vuole il carattere, e anche il fisico giusto*. Per questo, le ragazze cercano di essere proattive, performanti e indipendenti. Inoltre, a loro è richiesta determinazione e tenacia per riuscire a mantenere sempre il loro peso forma. Infatti, non devono mai perdere il controllo del loro peso e per questo pesano le quantità

di cibo che assumono per poter calcolare le calorie. Ogni attività fisica è finalizzata al consumo delle calorie ingerite, per questo viene programmata con precisione, i cambiamenti sono inaccettabili. È superato il concetto di privazione di qualsiasi alimento. Attualmente, il conteggio delle calorie è finalizzato al raggiungimento di un bilanciamento fra le quantità di calorie assunte e i minuti di allenamento, il numero di crunch e le sequenze di addominali. L'allenamento compulsivo permette a queste ragazze di disporre di un capitale da poter investire. Infatti, l'allenamento gli permette di concedersi dell'alcool o il cosiddetto *sgarro del fine settimana*, precisa Marcazzan (2021). Questi comportamenti ossessivi testimoniano la loro preoccupazione, infatti, sono l'arma che dispongono per difendersi dalla minaccia che avvertono nei confronti della loro identità e fisicità.

Marcazzan (2021) ha individuato alcuni elementi che accomunano la maggior parte delle ragazze che soffrono di ortoressia, in particolar modo si notano delle somiglianze nel loro passato. Pertanto, afferma: *risalendo di qualche anno indietro, al tempo dell'avvio della maturazione puberale e dei conseguenti primi tentativi di esordio nelle condotte adolescenziali, troviamo spesso una forte spinta verso comportamenti di chiara origine pulsionale, un'esuberanza e una vitalità qualche volta un po' sopra le righe, inaspettata e trasgressiva rispetto ai canoni etici e pedagogici familiari, a loro volta in genere piuttosto rigidi.*

Marcazzan (2021) racconta la storia di Vera, una ragazzina di 15 anni. Purtroppo, questa storia descrive la vita di molte altre ragazze che quotidianamente affrontano le loro battaglie. Guerre che definirei invisibili. In quanto, l'ortoressia non è caratterizzata da una perdita eccessiva di peso, pertanto non si manifesta con dei sintomi fisicamente evidenti. Questa invisibilità non aiuta i famigliari a rendersi conto della presenza di tale disturbo e quindi le ragazze si trovano molto spesso da sole ad affrontare questa battaglia.

Il lockdown è da poco iniziato e Vera non ha potuto salutare i suoi compagni di classe. È il suo primo anno di superiori; aveva da poco iniziato ad intraprendere le più tipiche esperienze adolescenziali come partecipare ad una festa con degli amici, infatti, aveva iniziato a percepire un po' di libertà dallo sguardo severo dei genitori. Vera ha trascorso l'anno a casa, seguendo le lezioni telematicamente. Nel corso dell'estate emersero i primi segnali del disturbo. Infatti, decise di intraprendere un programma di ripasso molto duro e non richiesto dalla scuola. Non solo, iniziò una dieta rigorosa dopo aver ricevuto un commento offensivo sulla sua fisicità. Lo studio e la dieta le permisero di acquisire maggior sicurezza in sé stessa. Marcazzan (2021) afferma: *studio, dieta e allenamento scandiscono le giornate di Vera come ingranaggi di un meccanismo implacabile che assoggetta desideri e impulsi incanalandoli verso obiettivi certi e ben definiti, regalando l'illusione della padronanza e del controllo.*

Le persone ortoressiche programmano in maniera scrupolosa ogni momento della giornata. Questa loro ossessività le fa sentire fragili. Ogni tipo di relazione sociale viene distrutta in quanto ogni minuto della loro giornata viene dedicato all'allenamento sportivo, all'attività lavorativa o allo studio. Il loro tempo libero non può venir sacrificato. Inoltre, evitano i momenti di convivialità caratterizzati molto spesso dalla condivisione di un pasto perché ad esempio in un ristorante non riuscirebbero a calcolare la quantità di cibo presente nel loro piatto e di conseguenza il numero di calorie ingerite. Spesso con la famiglia vi è un rapporto conflittuale, precisa Marcazzan (2021). Questo stile di vita caratterizzato da regole assolute e non modificabili e da un controllo assoluto su ogni aspetto della loro vita le conduce ad annullare qualsiasi relazione con il mondo esterno. Le pazienti intervistate da Marcazzan (2021) considerano studio, dieta ed allenamento come i loro tre doveri da adempiere. Nei confronti di queste obbligazioni si osserva un comportamento ossessivo. La vita di queste ragazze è priva di qualsiasi elemento creativo, vitale ed espressivo. Marcazzan (2021) definisce l'ortoressia una anoressia controllata e pertanto meno letale; ritiene però fondamentale non sottovalutare questo disturbo e fornire alle persone che ne soffrono le cure appropriate. Infatti, se non curato, questo disturbo può presentare una volontà suicida in quanto la morte viene considerata come unica liberazione da questo stile di vita opprimente e insostenibile nel lungo periodo, precisa l'autrice.

3.3 Instagram e ortoressia

Turner e Lefevre (2017) si concentrano sull'ortoressia nervosa, credevano che fosse legata all'utilizzo dei social network, in particolar modo ad Instagram. Per questo, nel 2017 condussero una ricerca, formularono un sondaggio online rivolto ai seguaci degli health food accounts. Le domande vennero formulate per indagare il loro utilizzo dei social network, i loro comportamenti alimentari e valutare l'eventuale presenza di alcuni sintomi di ortoressia nervosa.

Turner e Lefevre (2017) scoprirono che il 90% dei giovani adulti residenti nel Regno Unito aventi un'età compresa fra i 16 e i 34 anni utilizzavano i social network. Il loro obiettivo era verificare se questo utilizzo avesse delle ripercussioni sulla loro salute mentale. Gli autori scoprirono una nuova tendenza diffusa nei principali social network. Molti utenti avevano iniziato ad aderire ad alcune community in cui ogni membro condivide le proprie abitudini alimentari caratterizzate dall'assunzione di cibo considerato salutare. Per alcuni, queste community generarono degli effetti positivi in quanto iniziarono ad adottare uno stile di vita più salutare assumendo maggiori quantità di frutta e verdura. Per altri però, causò degli effetti negativi in quanto favorì l'insorgenza dell'ortoressia, precisano Turner e Lefevre (2017).

Infatti, secondo questi due studiosi queste community generarono un effetto "eco-camera": rendersi conto che molte persone condividono la propria stessa mentalità, valori e visioni del mondo, conduce a legittimare il proprio stile di vita.

I ricercatori decisero di concentrarsi su Instagram in quanto in questo social network il movimento salutista è particolarmente attivo, infatti, l'hashtag Food è uno dei più popolari. Inoltre, i ricercatori scoprirono che la categoria cibo è una delle otto categorie più apprezzate dagli utenti. Essi, inoltre, valutano positivamente le immagini in cui è raffigurato del cibo salutare.

Turner e Lefevre (2017) scoprirono che molti utenti utilizzano i social network per ricercare informazioni riguardanti alimenti o le abitudini alimentari. Infatti, dissero: *Il 54% dei consumatori usa i social media per scoprire e condividere esperienze alimentari, e il 42% usa i social media per cercare consigli sul cibo.* Pertanto, i social network vengono considerati una fonte autorevole per decidere quale programma alimentare seguire. Purtroppo, la maggior parte degli utenti che dispone di un profilo definito health food accounts non ha i titoli necessari per fornire tali consigli in quanto nella maggior parte dei casi non è né un nutrizionista e neppure un dietologo. Infatti, gli autori misero in luce quanto tali account compromisero la salute fisica e mentale dei loro seguaci.

I ricercatori notarono una relazione fra l'utilizzo di Instagram e problemi di salute mentale. Per esempio, notarono che alcune forme depressive e alcuni disturbi del comportamento alimentare si presentavano in misura maggiore in quei giovani adulti che utilizzavano assiduamente i social media. In particolar modo, Turner e Lefevre (2017) notarono che i giovani adulti che consultavano frequentemente gli health food accounts avevano una maggior probabilità di sviluppare un disturbo del comportamento alimentare. In particolare, i ricercatori osservarono le immagini corrispondenti all'hashtag fitspiration presente su Instagram. Questo tag ha come obiettivo quello di incentivare le giovani donne ad adottare uno stile di vita più salutare. Questo hashtag è associato ad immagini in cui il corpo della donna è protagonista. Viene rappresentato un solo tipo di fisicità, corpi magri e tonici. Nelle fotografie si può inoltre osservare la presenza di elementi oggettivanti che potrebbero danneggiare l'autostima di tutte quelle adolescenti che vorrebbero raggiungere lo standard di bellezza socialmente richiesto.

I ricercatori misero in evidenza cosa accomuna l'ortoressia e l'anoressia. La maggior parte dei malati ortoressici e anoressici ha una rigidità cognitiva e prova senso di colpa quando trasgredisce nell'alimentazione, molti di loro ricercano la perfezione nel loro corpo e nella loro

vita. Inoltre, ci sono degli elementi che accomunano i malati ortoressici e chi soffre di disturbi ossessivo compulsivi, come la presenza di pensieri intrusivi o la preparazione rituale del cibo.

Secondo Turner e Lefevre (2017) Instagram svolge un ruolo decisivo nel favorire l'insorgenza e il mantenimento di modelli alimentari poco equilibrati e quindi dannosi per l'organismo. Per indagare questo fenomeno decisero di realizzare una ricerca reclutando i partecipanti tramite degli annunci non pagati su Instagram, Facebook e Twitter. Riuscirono a coinvolgere 713 persone, il campione era composto da 23 uomini e 686 donne. L'età media era di 24 anni. I ricercatori decisero di concentrarsi sul campione femminile, in quanto il numero di uomini coinvolti era troppo basso. Il 44,6% delle donne viveva nel Regno Unito, il 26,7% negli Stati Uniti, il resto del campione viveva in altri paesi. Vennero coinvolte donne provenienti da 42 paesi diversi.

Alcune domande riguardavano l'utilizzo dei social network. Infatti, i ricercatori cercarono di individuare quale fosse il social più apprezzato ed utilizzato dal campione di riferimento. Inoltre, volevano stimare quanto tempo i partecipanti dedicassero quotidianamente ai loro social network. Successivamente domandarono loro quali contenuti apparissero più frequentemente nei loro feed di Instagram.

Ai partecipanti venne chiesto come avrebbero definito la loro dieta alimentare. Potevano selezionare una delle seguenti opzioni: onnivora, vegetariana, vegana, pescatariana, paleo, plant-based, high-carb low-fat e raw vegan. Il 28,4% dei partecipanti seguiva una dieta vegana, il 24,7% una dieta onnivora. Il resto del campione rispettava una dieta vegetariana, pescatariana, paleo, a base vegetale, ad alto contenuto di carboidrati e basso contenuto di grassi, vegana cruda ed altre tipologie di diete.

I ricercatori utilizzarono il questionario ORTO-15 per verificare se i partecipanti manifestassero dei sintomi ortoressici. Inoltre, raccolsero i loro dati demografici domandando l'età, il sesso, l'etnia, il paese di residenza, l'altezza e il peso. Arrivarono alla conclusione che Instagram fosse il social network più utilizzato, mentre Google+ era il meno popolare.

La maggior parte dei partecipanti disse che l'alimentazione era la tematica che incontravano più frequentemente nel loro feed di Instagram. Il 90,6% dei partecipanti soffriva di ortoressia. I ricercatori individuarono una correlazione negativa fra il punteggio ORTO-15 e l'utilizzo di Instagram. Non notarono alcuna relazione fra il punteggio ORTO-15 e l'utilizzo degli altri social network.

Questo studio dimostrò quindi che all'aumentare dell'utilizzo di Instagram vi è una maggior probabilità di sviluppare disturbi ortoressici. Twitter sembra essere l'unico social capace di ridurre seppur in minima parte la possibilità di cadere in questo disturbo.

I ricercatori cercarono di capire come mai Instagram facilitasse l'insorgenza di questo disturbo. Notarono che la caratteristica principale di questo social network è la condivisione di immagini; infatti, la componente testuale svolge un ruolo secondario. Le persone tendono a ricordare con più facilità un'immagine rispetto ad una parola o una frase. Pertanto, le immagini che circolano su Instagram potrebbero potenzialmente imprimersi nella memoria delle persone qualora si tratti di un argomento di loro interesse.

L'algoritmo di Instagram riesce ad individuare con estrema facilità gli interessi dell'utente condizionando in seguito i contenuti da mostrargli. Infatti Instagram è caratterizzato dall'esposizione selettiva. L'algoritmo di questo social network propone al singolo utente determinati account e contenuti e questo dipende dalle sue precedenti ricerche. Ogni singolo utente vive all'interno di una bolla in quanto visualizza esclusivamente determinati contenuti. Pertanto, osservare un determinato approccio nei confronti dell'alimentazione o dello sport può indurre le persone ad adottarlo o a legittimarlo qualora lo stessero già praticando. Infatti, l'utente sarà indotto a credere che questo comportamento alimentare sia particolarmente diffuso fra la popolazione. Gli è pertanto negata la possibilità di conoscere altri approcci nei confronti dell'alimentazione e dello sport. L'individuo essendo esposto quotidianamente a questa tipologia di contenuti proverà una pressione sociale che lo indurrà a conformarsi a questo genere di comportamenti alimentari e sportivi. L'utente perpetuerà questi comportamenti dannosi in misura sempre maggiore a causa dell'esposizione selettiva che caratterizza Instagram. Infatti, l'algoritmo di Instagram indurrà l'utente ad entrare in contatto con tutti quegli utenti che condividono il suo stesso malsano approccio nei confronti dell'alimentazione e dello sport.

Instagram valuta positivamente gli utenti che hanno un numero elevato di followers e per questo l'algoritmo li premia; infatti, i loro contenuti appariranno non solo nel feed dei loro followers ma anche in quello di altri utenti. Questi profili spesso godono di stima e fiducia da parte delle persone in quanto nei social network quella barriera che separa pubblico e privato è stata distrutta. Infatti, gli influencer raccontano la propria quotidianità e questo induce le persone a credere di conoscerli, considerandoli talvolta addirittura degli amici. Per questo, la loro costante produzione di contenuti riguardante l'alimentazione e l'allenamento è in grado di esercitare una profonda influenza nei confronti dei loro followers. Pertanto, Turner e Lefevre (2017) conclusero il loro studio affermando che esiste una correlazione fra Instagram e l'insorgenza dell'ortoressia.

Inoltre, sottolinearono l'influenza positiva esercitata da Twitter. Questa piattaforma sembra disincentivare pratiche ortoressiche. Gli autori spiegano questo dato descrivendo le caratteristiche di Twitter: questa piattaforma è caratterizzata dalla presenza di testi e non di immagini. Pertanto, non ci sono immagini che raffigurano dei corpi magri associati ad una determinata alimentazione. L'immagine, come precedentemente detto, ha una maggior probabilità di imprimersi nella memoria rispetto alla parola.

Turner e Lefevre (2017) cercarono inoltre di capire quali fossero le caratteristiche che accomunano i soggetti ortoressici. Notarono che l'ortoressia si presentava più frequentemente in determinati ambiti professionali o in chi era già affetto da altri disturbi del comportamento alimentare.

Infatti:

- 86% erano istruttori di yoga.
- 41,9% erano dietiste.
- 35,9% erano studenti di nutrizione.
- 84,5% erano studenti di scienze motorie.
- 58% erano pazienti in convalescenza da anoressia e bulimia nervosa.

In questi ambiti professionali si presta particolare attenzione al corpo, all'alimentazione e alla dieta. I ricercatori notarono che queste stesse attenzioni si potevano osservare nelle conversazioni presenti negli healthy food account. Questo studio ci ha permesso di comprendere il ruolo svolto da Instagram nell'insorgenza dell'ortoressia.

3.3 Il potere dell'ironia

Secondo Harrison (2018) la *diet culture* è un sistema di credenze che venera la magrezza e la collega alla salute e alla virtù morale. Inoltre, Clodfelter-Mason (2019) sostiene che la diet culture favorisca l'insorgere di alcuni pregiudizi riguardanti la conformazione fisica delle altre persone. Lo stereotipo precede la nascita del pregiudizio. Hamilton e Trolie (1986) affermano: *lo stereotipo è una struttura cognitiva che contiene la conoscenza, le credenze e le aspettative possedute da un soggetto a proposito di un certo gruppo umano*. Pertanto, l'individuo viene giudicato sulla base del suo peso; qualora esso dovesse cambiare, muteranno anche le nostre aspettative e credenze che nutriamo nei suoi confronti.

Secondo Boca, Bocchiario, Scaffidi Abbate (2010) l'esperienza diretta facilita l'insorgere degli stereotipi. Tuttavia, molto spesso essi vengono interiorizzati durante il processo di apprendimento sociale ovvero tramandati all'interno di una cultura di generazione in generazione, precisano gli autori. Inoltre, come precedentemente detto, i media svolgono un ruolo fondamentale nella trasmissione degli stereotipi. Si potrebbe sfruttare il potenziale dei social media per distruggerli. Tuttavia ciò non accade e la diet culture, precisano Chaerani e Junaidi (2019) è estremamente difficile da sconfiggere. Inoltre, essi misero in luce quanto i social network siano responsabili della sua perpetuazione descrivendo l'esperimento online condotto da Levalen e Behm-Morawitz (2016), i quali coinvolsero 118 donne statunitensi che vennero esposte ripetutamente ad immagini presenti su Pinterest, il cui tema principale era il fitness. I risultati dimostrarono che all'aumentare di questa esposizione era più probabile che i partecipanti decidessero di iniziare un percorso di dimagrimento.

Le ricerche di Eckler, Kalyango e Paasch (2017) misero in luce quanto la consultazione di Facebook determini un aumento della preoccupazione che le giovani donne provano per la loro immagine corporea.

Brown & Tiggermann (2016) sottolinearono il ruolo svolto da Instagram nel favorire l'insorgere di un umore negativo e di un'insoddisfazione per il proprio corpo a causa della frequente esposizione di immagini caratterizzate dalla spettacolarizzazione del corpo.

Fardouly, Willburger, e Vartanian (2018) notarono che la presenza nel feed di fotografie definite *fitspiration* favoriva una maggior interiorizzazione, auto-oggettivazione e un confronto fra la propria immagine corporea e quella presente nelle fotografie.

Il *body-positive* presente in alcune piattaforme social, come Instagram, ha favorito una maggior accettazione di sé stessi e del proprio corpo. Esso è caratterizzato dalla rappresentazione di diverse fisicità. Chaerani e Junaidi (2019) precisano, però, quanto questo movimento sia ancora limitato. Infatti, il mondo dei social network è dominato dalla diet culture mentre il *body-positive* occupa una posizione marginale.

Per terminare questo capitolo vorrei descrivervi un account Instagram denominato @dietstartomorrow. Finora abbiamo descritto il ruolo negativo svolto da Instagram, responsabile dell'insorgenza di diversi disturbi, come l'ortoressia. Tuttavia, ho voluto riportare anche un esempio positivo; tale account Instagram aiutò molte giovani donne permettendo loro di ridimensionare l'importanza che viene spesso attribuita all'immagine corporea e lo fece utilizzando l'ironia. Non condivido completamente alcuni post presenti nell'account in quanto vi è un disprezzo totale per la corretta alimentazione e l'allenamento sportivo. Tuttavia, credo

che questo sentimento sia il risultato della società che ci invita a considerare lo sport e la corretta alimentazione come dei doveri a cui necessariamente bisogna adempiere per raggiungere la perfetta forma corporea. Lo sport deve essere prima di tutto una passione, praticato per raggiungere un benessere fisico e mentale; invece, la corretta alimentazione deve essere innanzitutto una scelta di vita. Inoltre, quando sport e corretta alimentazione vengono considerati dei doveri, viene meno anche un atteggiamento flessibile che ci permette di accettare ad esempio la possibilità di mangiare degli alimenti non salutari in determinate occasioni o di scegliere di non praticare attività sportiva quando il proprio corpo ci manda dei segnali di stanchezza. Considerarli dei doveri induce le persone a disprezzarli, che è esattamente il sentimento che provano le autrici di questi post, le quali hanno scelto di liberarsi da questi obblighi utilizzando l'ironia.

Chaerani e Junaidi (2019), analizzarono i testi umoristici ed autoironici presenti nella pagina Instagram @dietstartstomorrow; cercarono di capire se questo approccio potesse aiutare le giovani donne ad accettare la loro fisicità, permettendo loro quindi di non sentirsi in dovere di rispettare l'ideale di magrezza richiesto dalla società. Gli autori (2019) affermarono: *nelle interazioni sociali quotidiane, l'umorismo diventa uno degli aspetti più importanti legati alla competizione sociale e uno strumento per dimostrare identità e carattere, soprattutto tra le donne.*

Secondo Crawford (2003) l'umorismo è uno strumento capace di decostruire il genere. Dunque, permetterebbe a molte donne di liberarsi da quei ruoli e compiti che la società ha affidato loro. Pertanto, l'umorismo potrebbe aiutarle a non essere vittime dei canoni di bellezza che la società associa al genere femminile, favorendo di conseguenza una maggior accettazione di sé stesse e del proprio corpo. La bellezza verrebbe successivamente associata alla diversità, ovvero alle differenti fisicità e di conseguenza all'unicità dal momento che ogni corpo è unico e differente da tutti gli altri.

Non solo, l'umorismo potrebbe aiutare le donne nella loro scalata sociale. Infatti, nell'esperimento di Tosun, Faghihi e Vaid (2018) alcune ragazze utilizzarono l'umorismo per immaginarsi in molti settori della vita pubblica. Il GMMP, Global Media Monitoring Project, è il più ampio studio internazionale il cui obiettivo è analizzare come uomini e donne vengono rappresentati nei media. Inoltre, indica alcuni strumenti che potrebbero distruggere gli stereotipi di genere, favorendo quindi un'uguaglianza di genere all'interno dei media e in generale nella società. Il resoconto del 2021 del GMMP mise in luce quanto la donna sia ancora sottorappresentata nei media e quanto la parità di genere ci stia impiegando troppo tempo ad essere raggiunta. Il mondo del lavoro è più difficile per le donne, che soffrono di precariato e

di minor tutele. Le disparità di genere si osservano nei ruoli e nelle retribuzioni. Inoltre, le donne raramente vengono scelte per ricoprire ruoli dirigenziali. Oltre a ciò, le lavoratrici hanno una paga più bassa rispetto a quella degli uomini anche se ricoprono lo stesso ruolo. Si ipotizza che la parità di genere verrà raggiunta fra 67 anni.

Inoltre, il GMMP (2021) mise in luce un aumento delle notizie riguardanti le donne. Tuttavia, la maggior parte dell'informazione si concentra sulle violenze fisiche e verbali che ricevono. Raramente i media descrivono la loro professionalità e quanto sia aumentato il numero di donne esperte. Sono troppo poche le notizie che trattano le tematiche di genere e che sfidano gli stereotipi. Manca un sufficiente attivismo giornalistico focalizzato sulle tematiche di genere.

I media dovrebbero rappresentare la realtà. Tuttavia, la descrivono in maniera distorta, sotto rappresentando il genere femminile. Dovrebbero essere una finestra sul mondo, essa però è socchiusa, in quanto non solo le donne ma anche i disabili e le persone non binarie non sono rappresentate adeguatamente.

Se i media proponessero una comunicazione attenta al genere gli stereotipi diminuirebbero. Infatti, una narrazione corretta potrebbe favorire il cambiamento e condurre alla parità di genere e all'inclusione.

Pertanto, alle donne non rimane che un'arma, l'umorismo. Infatti, Secondo Green (1998): *l'umorismo condiviso tra donne in contesti di svago può essere una fonte di empowerment e di resistenza agli stereotipi di genere, il cui studio aiuta a illuminare il processo di costruzione dell'identità di genere.*

L'utilizzo dell'umorismo, come precedentemente detto si può osservare nell'account @dietstartstomorrow dove i commenti umoristici riguardano la cultura della dieta. Gli autori di questi testi sono utenti casuali, provengono prevalentemente da Twitter. I post più frequenti sono caratterizzati da citazioni virali riguardanti la dieta. La maggior parte di queste citazioni sono state pronunciate da personaggi pubblici.

Quando Chaeran e Junaidi (2019) analizzarono @dietstartstomorrow, l'account aveva pubblicato 773 screenshot, possedeva 179.000 seguaci e i followers erano prevalentemente giovani donne.

I ricercatori si concentrarono esclusivamente su alcuni post. La loro attenzione si focalizzò su quei commenti caratterizzati da espressioni di rifiuto nei confronti della diet culture. I ricercatori considerarono @dietstartstomorrow come uno dei pochi, probabilmente l'unico account,

capace di offrire al pubblico femminile uno spazio confortevole. Infatti, il suo obiettivo è aiutare le giovani donne ad accettare la loro immagine corporea.

Nell'account si nota la presenza di molti post in cui le donne parlavano in maniera autoironica delle proprie imperfezioni fisiche. Chaeran e Junaidi (2019) ci spiegano il perché: *l'autoironia permette alle donne di esprimere il loro vero sé al fine di sentirsi meglio su chi sono, in particolare quando sono in grado di prendere decisioni su cosa consumare e quando cercano di schivare diversi problemi e argomenti riguardanti la dieta al fine di aumentare la loro autostima.*

I ricercatori misero in evidenza i temi su cui maggiormente si concentrava l'account. L'atteggiamento di sovralimentazione è uno di questi. Ad esempio: *Ho appena letto una statistica che la persona media mangia 46 fette di pizza all'anno? Questa è la prima volta che sono stato sopra la media in qualcosa.* Queste parole esprimono la pressione sociale che le donne quotidianamente ricevono. La società ha indicato alle donne quei comportamenti alimentari che si ritiene necessario adottino. Uno di questi riguarda la corretta quantità di cibo che una donna dovrebbe assumere. Si considera poco appropriato che una donna mangi elevate quantità di cibo. Le autrici di questi commenti si dimostrano poco interessate a questo costrutto sociale. Infatti, comunicano senza imbarazzo l'esatta quantità di cibo che mangiano. I ricercatori hanno deciso di riportare altri post che consideravano particolarmente significativi. Un commento racconta il desiderio di una donna di voler mangiare ad ogni ora del giorno, la scrittrice non prova vergogna per questi desideri e comportamenti, anzi, ne è orgogliosa.

Queste parole hanno come obiettivo il voler incentivare tutte le lettrici a rivendicare un loro diritto, ovvero quello di poter scegliere autonomamente quanto cibo mangiare. Si vuole inoltre insegnare alle donne a non vergognarsi della propria fame e a non provare imbarazzo per le quantità di cibo che hanno scelto di assumere. Nell'account vengono citati alcuni cibi considerati proibiti per le donne. Alcuni di questi sono ad esempio i maccheroni al formaggio, la pizza e le patatine. Chaeran e Junaidi (2019) precisano che spesso le donne provano senso di colpa dopo averli mangiati. Sono cibi che vengono associati all'aumento di peso e a rimorsi. L'obiettivo di questi commenti è favorire una riduzione dei sensi di colpa. Si vuole non demonizzare il cibo. Spesso, le persone giudicano gli individui sulla base della loro dieta alimentare, attribuendo loro determinati valori o tratti di personalità a seconda della tipologia di cibo che mangiano. Ad esempio, l'assunzione di alcuni alimenti conduce ad una considerazione deplorabile di quell'individuo che se ne ciba.

I ricercatori hanno deciso di riportare alcuni commenti riguardanti l'aspetto fisico presenti nell'account @dietstartstommorrow, come ad esempio:

- *Ieri ho indossato qualcosa di 5 anni fa e mi sta ancora bene! Così orgogliosa di me stessa! Era una sciarpa, ma comunque. Cerchiamo di essere positivi.*
- *Se non dobbiamo mangiare di notte, perché mettono una luce nel frigorifero?*
- *Non sei grasso, hai il grasso. Hai le unghie, non sei le unghie.*

Il primo commento viene giudicato dai ricercatori come inaspettato. Questa tipologia di affermazioni attira l'attenzione di tutte quelle persone che sono insicure della loro immagine corporea. Dopo aver letto le prime parole, le persone si aspettano che la scrittrice del commento descriva il proprio percorso di dimagrimento, il quale gli ha permesso di indossare determinati vestiti aumentando di conseguenza la propria sicurezza. Invece, il commento termina con un colpo di scena perché il capo a cui si sta riferendo è in realtà una sciarpa, ovvero un indumento che non necessita di un percorso di dimagrimento per essere indossato. La scrittrice del post ci comunica che nonostante l'aumento di peso apprezza ugualmente la propria immagine corporea. Accetta la sua fisicità e questo lo si deduce dal suo approccio autocritico nei confronti della sua immagine corporea. Secondo Chaeran e Junaidi (2019) l'autoironia è uno strumento che queste giovani donne utilizzano per aumentare la loro fiducia in sé stesse e la loro autostima. Il terzo commento cerca di attribuire al grasso un significato diverso da quello che in genere la società gli attribuisce, in quanto viene considerato una parte del nostro corpo esattamente come le nostre unghie. Da questo commento possiamo percepire la sicurezza e l'elevata autostima dell'autrice del post. L'obiettivo di questo commento è eliminare una costruzione culturale che ci induce a classificare il grasso come un elemento capace di definire la nostra identità.

Ci sono inoltre dei commenti che descrivono la repulsione che alcune ragazze provano nei confronti dell'esercizio fisico. In Instagram è molto frequente incontrare i cosiddetti fitness account in cui gli influencer condividono allenamenti e consigli sportivi. Considero discutibile la loro presenza perché gli autori di questi account sono spesso persone incompetenti, la maggior parte di loro non possiede alcuna laurea in Scienze Motorie. Alcuni di questi consigli potrebbero recare gravi danni fisici alle persone che li mettono in pratica. Infatti, molti esercizi vengono eseguiti in modo scorretto, qualora gli utenti decidessero di replicarli potrebbero andare incontro a diverse problematiche fisiche, compromettendo per sempre la loro salute. Le influencer durante gli allenamenti utilizzano molto spesso alcuni attrezzi come dei pesi e pertanto il rischio e la gravità dei danni fisici aumenta considerevolmente. Questi account hanno spesso molto seguito e inducono le ragazze a considerarsi sbagliate quando decidono di non

praticare l'allenamento sportivo quotidiano. Molti dei commenti presenti in @dietstartstomorrow esplicitano il disprezzo che molte donne provano per l'attività sportiva.

Ad esempio:

- *La mia parte preferita del jogging sono i 20 minuti che cammino mentre decido una canzone prima di fare jogging per dieci minuti.*
- *I miei allenamenti sono dimenticarmi le cose al piano di sopra quando sto cercando di uscire di casa.*
- *Ho dimenticato di andare in palestra oggi. Sono 3 anni di fila ormai.*
- *Gli addominali sono il miglior esercizio perché nella maggior parte degli esercizi si è sdraiati.*
- *Stavo per andare in palestra ma ci sono andata letteralmente solo il mese scorso, non voglio esagerare.*

Da queste affermazioni è possibile cogliere da un lato quanto queste giovani donne siano consapevoli dell'importanza dell'allenamento sportivo per il mantenimento della forma fisica e dall'altro il loro fallimento in quanto non mantengono una costanza nell'attività sportiva. L'onestà è alla base di questi commenti, il cui intento è anche quello di condividere con gli altri utenti questa loro difficoltà. L'esercizio fisico richiede pazienza, costanza e determinazione, mantenerlo con regolarità è molto impegnativo. Pertanto, praticare attività sportiva quotidianamente non è semplice. Infatti, questi commenti cercano di comunicare la non obbligatorietà della pratica quotidiana, in quanto, nonostante la sua difficoltà, deve essere eseguita con piacere e non per perseguire uno standard di bellezza socialmente richiesto. Questi commenti hanno anche un altro obiettivo ovvero quello di distruggere la relazione fra l'allenamento e il raggiungimento di un corpo tonico e magro. Le persone non devono praticare attività sportiva esclusivamente per perseguire questo ideale di bellezza. Lo sport è uno strumento efficace per sconfiggere lo stress e per mantenere un equilibrio psicofisico.

Nell'account è possibile leggere alcuni commenti riguardanti le relazioni di coppia.

Ad esempio:

- *Una coppia che solleva insieme dei pesi resterà sempre... sui miei nervi.*
- *Ho visto una coppia che si teneva per mano mentre faceva jogging e mi ha fatto sperare che un giorno incontrerò qualcuno che li odierà con me.*
- *Le persone della mia età stanno avendo figli e io sono qui a mangiare cibo da un tovagliolo di carta perché non voglio lavare un piatto.*

- *La mia più grande paura è sentire mio marito chiedermi: "togliamo la pizza dalla nostra dieta" e io devo andarmene con i bambini nel cuore della notte.*

Gli autori descrivono lo studio di Baucom, Kirby, e Kelly (2009) in cui si mise in evidenza quanto il partner possa svolgere un ruolo fondamentale nella distruzione degli stereotipi di genere, non obbligando la compagna a rispettare i ruoli di genere imposti dalla società, lasciandola pertanto libera di scegliere. Non giudicandola qualora non rispettasse i costrutti culturali che le impongono di mangiare determinati alimenti in certe quantità e di praticare attività sportiva quotidianamente per riuscire ad ottenere un fisico in linea con gli standard richiesti dalla società. Pertanto, il partner potrebbe svolgere un ruolo fondamentale nel mantenimento della salute psicologica della propria compagna. Le autrici dei commenti dichiarano in maniera implicita la loro volontà di trasgredire le tipiche norme di genere.

Questo account, dominato da commenti autoironici, ha l'obiettivo di favorire la nascita di una società diversa in cui le donne non siano obbligate a dover rispettare le norme che tradizionalmente vengono loro imposte. Queste giovani ragazze comunicano il loro disprezzo nei confronti della diet culture e dell'allenamento. Non si dimostrano interessate al raggiungimento della perfetta forma fisica. Pertanto, questo account vuole inoltre dimostrare che è possibile non farsi schiacciare da queste regole sociali non scritte. L'autoironia, il confronto e la condivisione si sono dimostrati dei buoni alleati per il raggiungimento di questo scopo. Vivere diversamente è possibile e questi commenti lo testimoniano, aiutandoci a non provare senso di colpa qualora decidessimo di non rispettare un'alimentazione ipocalorica o scegliessimo di non praticare quotidianamente attività sportiva.

Matwick e Matwick (2017) sottolineano il potere dell'autoironia, lo definiscono uno strumento utile per difendersi dai giudizi negativi in quanto caratterizzata dall'esplicitazione dei difetti. Le autrici dei commenti dichiarano senza timore la loro poca costanza e determinazione, le loro difficoltà organizzative. Questo account rappresenta la vita di molte donne. La maggior parte dei profili Instagram definiti fitpiration raccontano di persone perfette capaci di seguire con rigore un regime alimentare e in grado di dedicarsi con costanza all'allenamento sportivo. Quanto di tutto ciò è reale? È sostenibile nel lungo periodo? Il mio obiettivo non è quello di mettere in discussione l'importanza di una corretta alimentazione e dell'esercizio fisico. Vorrei sottolineare l'importanza di riuscire ad accettare noi stesse, i nostri limiti e imperfezioni. Dobbiamo iniziare ad accettarci quando trasgrediamo nell'alimentazione o quando ci concediamo un giorno di pausa dall'allenamento sportivo quotidiano. Inoltre, dobbiamo imparare ad ascoltare il nostro corpo, spesso ci manda dei segnali che raramente ascoltiamo, ci chiede di rallentare e di concederci una pausa dalla frenesia della vita. La maggior parte dei

profili Instagram definiti *fitspiration* sono caratterizzati dalla rappresentazione di persone che non sono in grado di concedersi una pausa da queste regole sociali non scritte e per questo rischiano di non aiutare le donne nel loro percorso di accettazione, invitandole a rispettare questi obblighi con rigidità.

Morris (2019) in riferimento al *fat activism* pronuncia queste parole: *is not enough to liberate them from oppressive structures, yet the process of —speaking fat works to subvert discourses of fitness and provide comfort to fat women.*

La rappresentazione di corpi grassi non è sufficiente a distruggere l'ideale di magrezza che le società occidentali impongono. Questa rappresentazione assolve un unico obiettivo, quello di recare conforto a donne in sovrappeso. Molte marche di abbigliamento sportivo hanno utilizzato delle modelle *curvy*. Personalmente ritengo inadeguata la rappresentazione di donne eccessivamente in sovrappeso. L'obesità e l'anoressia comportano in entrambi i casi problemi di salute, seppur diversi fra loro. La rappresentazione dell'obesità potrebbe legittimare questo stato fisico e ciò non è salutare. Le marche dovrebbero coinvolgere modelle con diverse fisicità purché non si tratti di corpi che rispecchiano una situazione corporea non salutare.

McKinley (2017) affermò: *Being fat may function as a form of resistance to gender ideologies for women.* Queste sono frasi importanti che dovrebbero essere contestualizzate meglio. L'obesità è una malattia che può compromettere la vita delle persone. Questa malattia non può essere utilizzata come una forma di resistenza per combattere l'ideale di magrezza richiesto dalla società.

Chaeran e Junaidi (2019) per concludere sottolineano l'importanza che quotidianamente le persone attribuiscono ai social media. Vengono utilizzati per esprimere sé stessi e per comunicare alcuni comportamenti che si ritiene necessario rispettare. Ad esempio, le donne devono mangiare salutare e praticare attività sportiva per ottenere un corpo magro e tonico. I social media sono lo specchio della società e delle regole che impone. Alcune di queste indicano quale dovrebbe essere l'aspetto fisico che ogni donna dovrebbe avere, altre invece descrivono i comportamenti che dovrebbe adottare. Queste piattaforme promuovono l'omologazione dei corpi e dei comportamenti. La diversità è inaccettabile. Ogni persona deve rispettare determinati canoni fisici e comportamentali. La trasgressione comporta derisione ed esclusione. È necessario osservare con delle lenti critiche quanto avviene nei social media per evitare che queste rappresentazioni influenzino la nostra vita, i nostri comportamenti, i nostri valori e il nostro modo di osservare gli altri. La rappresentazione svolge una funzione fondamentale in un paese democratico. Rappresentare ogni tipo di fisicità e descrivere i diversi approcci che le

persone potrebbero adottare nei confronti dell'alimentazione e dell'allenamento sono fondamentali per favorire la loro accettazione. La non rappresentazione conduce le persone a disprezzare chi possiede una diversa immagine corporea o chi non pratica attività sportiva. Questo conduce ad emarginazione e discriminazioni.

Questi commenti autoironici non bastano per eliminare la diet culture e l'ideale di magrezza e di questo gli autori ne sono consapevoli. Questi post possono aiutare le donne per qualche minuto a non sentirsi sbagliate. È necessario un cambiamento radicale per distruggere la tossicità della diet culture, questo favorirebbe una maggior accettazione delle diverse fisicità. Il cambiamento potrebbe iniziare con la rappresentazione della realtà e quindi della diversità. I media promuovono idee e punti di vista. Attraverso la loro rappresentazione costruiscono l'opinione pubblica. Essi ci offrono un'immagine distorta della realtà e quindi delle persone. Una corretta narrazione della realtà potrebbe ridurre gli stereotipi che spesso vengono associati alla conformazione fisica delle persone.

4. Spettacolarizzazione e oggettivazione del corpo femminile

4.1 La spettacolarizzazione del corpo femminile

Nei social media si può osservare la spettacolarizzazione del corpo femminile. Il corpo della donna, spesso nudo o in abiti succinti, è il protagonista di molte pubblicità. Sono immagini che attirano l'attenzione del pubblico maschile, il cui sguardo è spesso orientato da un punto di vista sessuale. La teoria cinematografica femminista nata negli anni 70' si accorse della nascita di questa nuova tipologia di sguardo.

Questa teoria considerava il cinema una pratica culturale capace di trasmettere determinate idee sulla femminilità e in generale sulle donne, precisa Smelik (2016). La teoria cinematografica femminista criticò il cinema classico considerandolo responsabile della diffusione di una rappresentazione stereotipata del genere femminile. Inoltre, la teoria voleva favorire la nascita di un cinema capace di rappresentare la soggettività femminile. Questa teoria riconobbe al cinema un potere, ovvero la capacità di attribuire attraverso i film un determinato significato alla sessualità. Negli anni 70' e 80', precisa Smelik (2016), la teoria cinematografica femminista ha influenzato la cultura visiva e gli studi culturali. Secondo questa teoria, il cinema classico aveva ridotto la donna ad immagine e l'uomo aveva il compito di osservare quest'immagine per trarne un piacere sessuale. La teoria cinematografica femminista criticò i film Hollywoodiani degli anni 60' considerandoli sessisti. Infatti, la donna in quei film era rappresentata come un oggetto sessuale passivo. Inoltre, nei film Hollywoodiani la donna poteva avere due ruoli, la madre o la donna di facili costumi. Secondo Smelik (2016) queste rappresentazioni distorte del genere femminile avrebbero influenzato negativamente le donne.

La psicoanalisi ha introdotto il concetto di male gaze, sguardo maschile. Smelik (2016) cita Laura Mulvey e il suo saggio *Piacere Visivo e Cinema Narrativo* del 1978 in cui l'autrice riprese il concetto *scopofilia* di Freud, ovvero il piacere di guardare. La Mulvey (1978) spiega così il successo dei film di Hollywood, capaci infatti di stimolare il piacere visivo derivante dall'osservazione dell'altro, definito anche piacere voyeuristico. Tuttavia, in questi film vi è anche il piacere narcisistico caratterizzato dall'autoidentificazione, infatti il pubblico maschile si identifica con lo sguardo maschile, in quanto le telecamere riprendono le attrici come se fossero un uomo intento ad osservare il corpo di queste donne per trarne piacere, precisa la Mulvey. Secondo Smelik (2016) il cinema degli anni 80' era

disinteressato al pubblico femminile e al loro sguardo. La donna pertanto non poteva desiderare nulla, poteva solo essere oggetto di desiderio.

Smelik (2016) cita nuovamente la Mulvey (1978) e le sue considerazioni sullo sguardo. Essa, infatti, distingue fra lo sguardo attivo di chi osserva, tipicamente l'uomo, e lo sguardo passivo di chi viene osservato, o meglio osservata. Paragona la donna ad un'immagine e l'uomo al portatore dello sguardo.

Nel 1972 la BBC mandò in onda il programma *Way of seeing* di Jhon Berger, la trasmissione si basava sulla comparazione di immagini nate in periodi storici e contesti culturali differenti. Questo studio permise di denunciare la natura patriarcale della società in cui come precisa Berger (1972): *gli uomini guardano le donne ed esse osservano sé stesse essere guardate*. Jhon Berger (1972) analizzò lo sguardo della Grande Odalisca di Jean-Auguste-Dominique Ingres del 1814 ed una pubblicità degli anni 70 in cui vi era una donna semi-nuda, da questa comparazione capì che in centocinquanta anni di storia nulla era cambiato, le donne negli anni 70' erano ancora oggetto dello sguardo maschile.

Secondo Malagrino (2020) gli anni 70 furono il momento in cui si registrò un aumento della spettacolarizzazione del corpo femminile. Infatti, nel 1970 nella rivista *Construction News* la nudità femminile venne per la prima volta utilizzata per pubblicizzare un prodotto. Nella pubblicità la donna era distesa sul fianco, il suo fondoschiena occupava la posizione centrale della fotografia. Questa immagine provocante determinò l'avvio del processo di spettacolarizzazione del corpo femminile, precisa Malagrino (2020). Infatti, in seguito a questa pubblicità iniziarono a circolare immagini in cui le donne avevano delle posizioni sempre più provocanti, spesso completamente svestite o coperte in minima parte. Quotidianamente la nudità femminile è utilizzata per pubblicizzare qualsiasi prodotto, dai deodoranti ai cosmetici.

Secondo l'autrice la spettacolarizzazione del corpo femminile non è ad appannaggio esclusivamente di modelle o donne dello spettacolo. Infatti, Malagrino (2020) sottolinea l'aumento esponenziale di immagini in cui la donna è nuda o seminuda, queste fotografie si possono osservare soprattutto nei social network, in particolare, su Instagram.

Queste immagini contribuiscono a definire l'ideale di bellezza femminile. Jonathan Jones nel 2017 cercò di capire come mai le donne vogliano esibire la loro fisicità; analizzò pertanto la rivista *Paper*, in particolare, l'edizione del 2014, in cui Kimberly Noel Kardashian apparve completamente nuda. Inoltre, si chiese se le riflessioni di Berger fossero o meno corrette. Concluse la sua riflessione affermando: *Direi che Berger ha*

sbagliato anche nell'arte rinascimentale, poiché alcuni dei dipinti che condanna possono essere interpretati come guide sessuali che pongono l'accento sulla sessualità femminile (vede la Venere e Cupido del Bronzino come un'immagine oggettivante e non si accorge che Cupido sta dando piacere a sua madre). Quindi, secondo Jones le donne non sono dominate dallo sguardo maschile, ma lo dominano. Tuttavia, indipendentemente da ciò, è comunque lo sguardo maschile che determina la nascita di queste fotografie. Infatti, se l'uomo non ricercasse un piacere erotico-sessuale osservando queste immagini, si assisterebbe alla loro scomparsa.

Malagrino (2020) analizzò il pensiero di Julia Kristeva, una pensatrice bulgara. Malagrino (2020) voleva capire se il denudamento del corpo femminile avesse come obiettivo il comunicare un invito ad ammirare o, piuttosto, è una smorfia riduttiva della stessa femminilità, come direbbe Julia Kristeva.

Inoltre, secondo Malagrino (2020) la nudità femminile comunica in maniera celata le molte violenze che le donne quotidianamente subiscono. Infatti, afferma: *La crescente domanda di visibilità e pubblicità del corpo e della nudità, infatti, sembra essere legata a un aumento della vulnerabilità.*

Le immagini, precisa Malagrino (2020), condizionano profondamente il nostro modo di pensare e giudicare. Inoltre, la loro sovrapproduzione ci impedisce di pensare in maniera critica perché non si ha il tempo sufficiente per osservarle, per capirle e quindi per analizzarle. Infatti, come precedentemente citato, queste fotografie indicano le caratteristiche che un corpo femminile deve possedere, determinando quindi la nascita di standard e norme di bellezza che uomini e donne interiorizzano talvolta senza rendersene conto in quanto nessuno ha a disposizione il tempo necessario per analizzare tutte le fotografie che quotidianamente vengono prodotte e per riflettere criticamente sul loro significato, precisa l'autrice. Inoltre, secondo Malagrino (2020) le donne aderiscono ad esse in maniera passiva in quanto le considerano l'unica via percorribile per apparire desiderabili.

Malagrino (2020) ritiene che l'interiorizzazione di tali canoni di bellezza avvenga con estrema facilità a causa di Internet. Infatti, accedere ai social network è facile e veloce.

Malagrino (2020), inoltre, mise in luce la capacità dei social network di abbattere le distanze spazio-temporali, da questa distruzione nasce la seguente problematica: *Inoltre, a differenza dei media tradizionali, le piattaforme digitali coinvolgono attivamente gli utenti e, abbattendo le distanze spazio-temporali, li espongono a foto di persone ritenute vicine e*

comuni, creando l'illusione che i post, i selfie e i profili che stanno vedendo siano sicuramente reali, incidendo negativamente sulla già diminuita capacità critica.

Malagrino (2020) analizzò il testo scritto da Julia Kristeva nel 1999, ovvero, *From Madonnas to Nudes*, l'autrice lo compose in occasione di una conferenza alla Sorbona. Si nota il suo tentativo di voler continuare le riflessioni emerse nelle sue due opere precedenti, *Maternità Selon Giovanni Bellini* (1975) e *Stabat Mater* (1985). Tuttavia, il saggio su cui Ilaria Malagrino (2020) si concentrò presta particolare attenzione alla rappresentazione del genere femminile. Infatti, Julia Kristeva inizia il suo saggio con questa riflessione: *nella dialettica del vedere/essere visti, la donna occupa il posto dell'esser vista*. Sembra pertanto che la donna debba necessariamente essere oggetto di sguardo per esistere e questa caratteristica influenza la relazione fra uomo e donna.

La donna per esistere deve essere guardata. Questa riflessione richiama le teorie di Debord formulate nel suo saggio *la società dello spettacolo* pubblicato nel 1967. Queste teorie sono state considerate radicali, visionarie, profonde e addirittura profetiche. Infatti, Debord (2013) anticipa alcuni fenomeni che caratterizzano la nostra società contemporanea.

Debord (2013) è uno degli esponenti più importanti della corrente denominata situazionismo. L'enciclopedia Treccani precisa che il situazionismo è un movimento che nacque a partire dal 1957 in Francia. L'origine di questa corrente risale alla cultura surrealista. Il loro obiettivo era rivoluzionare la sensibilità e i comportamenti attraverso la creazione sperimentale di situazioni, cioè di momenti in cui la collettività si incontrava, come ad esempio in occasioni di giochi o eventi. Successivamente, divenne un'avanguardia politica. Il situazionismo anticipò i moti rivoluzionari del 1968, infatti molte delle tematiche dibattute in quegli anni erano già state precedentemente affrontate da questa avanguardia. Per questo, molti situazionisti parteciparono attivamente ai moti del 1968. Successivamente il movimento si divise e morì nel 1972.

Secondo Debord (2013) il dominio dell'economia sulla vita sociale aveva determinato il passaggio dall'essere all'avere, l'individuo era identificato dalle merci e dal denaro che possedeva e successivamente si è assistito al passaggio dall'avere all'apparire, per esistere si deve apparire, esibire la propria vita e il proprio corpo. Se non si appare, non si esiste o come direbbe Debord: *La fase presente dell'occupazione totale della vita sociale da parte dei risultati accumulati dell'economia conduce a uno slittamento generalizzato dell'avere nell'apparire.*

Il primo fattore costitutivo dell'apparire è dato dai social media. Debord nel 1967 sembra aver anticipato la spettacolarizzazione del corpo femminile e in generale della vita presente nei social network. Si può pertanto rileggere il fenomeno della spettacolarizzazione della nudità femminile in questi termini: le donne devono esibire il loro corpo nudo per poter esistere in questa società. Quindi, Debord (2013) sembra aver anticipato le caratteristiche della nostra società.

La spettacolarizzazione del corpo femminile è qualcosa che esiste da sempre ed è un concetto ancora oggi estremamente contemporaneo. Infatti, nel 2013 la televisione danese mandò in onda lo show televisivo di Thomas Blachman. Il programma chiamato Blachman Show prevedeva la presenza di due giudici maschi il cui unico compito era quello di giudicare il corpo di alcune ragazze completamente nude.

Gli spettatori hanno espresso feroci critiche nei confronti del programma, giudicandolo il più sessista della storia. Questo show televisivo ha come unico fine incoraggiare le donne a raggiungere la perfezione fisica. Inoltre, questo programma televisivo è stato giudicato negativamente in quanto riduce il valore della donna alla sua conformazione fisica.

Blachman si è difeso da queste critiche affermando: *“Il corpo femminile ha sete di parole. Le parole di un uomo. E noi ci abbiamo provato. Le donne parlano continuamente, per una volta, per alcuni minuti, possono stare zitte”*.

Una donna, la produttrice del canale DR2, Sofia Fromberg, difese il programma affermando: *“Il programma rivela ciò che gli uomini pensano del corpo femminile. Onestamente, cosa c'è di sbagliato?”*

Mi colpì che quest'affermazione sia stata pronunciata da una donna, tuttavia, nel paragrafo successivo spiego come mai molte donne partecipano loro stesse al processo di oggettivazione del loro corpo.

4.2 Oggettivazione del corpo femminile

Secondo Volpato (2011) l'oggettivazione sessuale è una forma di deumanizzazione perché induce le persone a considerare il corpo come un oggetto da utilizzare qualora si volesse soddisfare dei desideri sessuali.

Il corpo inteso come oggetto sessuale è spesso utilizzato per pubblicizzare dei prodotti in quanto riesce ad attirare l'attenzione dello spettatore. Quindi, i corpi di uomini e donne vengono ridotti a merce affinché riescano a soddisfare delle pulsioni.

L'oggettivazione del corpo femminile è entrata a far parte del senso comune, diventando qualcosa che spesso diamo per scontato; infatti, raramente ci soffermiamo a riflettere sul perché di questo fenomeno.

La presenza di un corpo femminile nudo all'interno di una pubblicità non suscita scalpore. Queste immagini vengono considerate "normali", esse però producono profonde ripercussioni, danneggiano infatti migliaia di donne.

Calogero (2004) analizzò le conseguenze negative dell'oggettivazione sessuale del corpo femminile, una di queste è lo sviluppo dell'auto-oggettivazione. Molte donne, infatti, hanno interiorizzato i pensieri degli uomini che quotidianamente osservano il loro corpo e, per questo, sulla base dei commenti che ricevono modificano il loro aspetto, precisa Calogero (2004).

Fredrickson e Roberts (1997) decisero di studiare gli effetti di questa auto-oggettivazione. Durante le loro ricerche coinvolsero un numero significativo di donne e notarono che dopo aver stimolato in loro un processo di oggettivazione sessuale, la maggior parte di loro si vergognava del proprio corpo, provava *ansia da apparenza*, aveva un'alimentazione disordinata e praticava auto-sorveglianza. Inoltre, le loro prestazioni mentali erano peggiorate come anche il loro umore. Ci sono dei contesti che favoriscono lo sviluppo e l'amplificazione dell'auto-oggettivazione. Infatti, Fredrickson, Roberts et al. (1998) notarono il seguente fenomeno: quando la donna era in costume da bagno aveva la sensazione di essere osservata nonostante non ci fosse nessun osservatore presente. Inoltre, rispetto alle altre donne vestite, quelle in costume provavano un maggior imbarazzo per il proprio corpo, avevano ottenuto dei risultati peggiori in un test di matematica e decisero di ridurre le quantità di cibo che normalmente mangiavano. Invece, quando era l'uomo ad essere in costume, non si notava alcuna differenza rispetto agli altri uomini vestiti.

Inoltre, l'esperimento di Tiggemann (2001) dimostrò l'influenza dei fattori situazionali, quando la donna si immaginava in situazioni sociali e non sociali in cui il corpo è il protagonista, come, ad esempio in spiaggia, era meno soddisfatta della sua immagine corporea e la sua autostima calava. Invece quando la donna si trovava in contesti in cui non è necessario esibire il proprio corpo come nella propria abitazione, essa aveva una maggior autostima di sé ed apprezzava maggiormente il proprio corpo. Queste donne non si trovavano effettivamente in queste situazioni, eppure, fu sufficiente per loro immaginarsi in quei contesti per ridurre la loro soddisfazione personale.

Calogero (2004) riportò le seguenti ricerche per dimostrare quanto le donne abbiano interiorizzato lo sguardo maschile che è sessualizzato. Decise di condurre una ricerca per analizzare gli effetti derivanti dall'anticipazione dello sguardo maschile o femminile. 104 donne parteciparono all'esperimento e vennero assegnate in modo casuale ad una delle tre condizioni sperimentali: anticipare lo sguardo maschile, anticipare lo sguardo femminile, o nessuno sguardo. Le loro nazionalità erano le seguenti: l'83% era europeo-americana, il 5% afroamericana, il 4% asiatica americana, il 3% ispanica, il 5% apparteneva ad altre etnie. 1 metro e 66 era l'altezza media e 59,70 kg era il peso medio. Rispetto al peso, il campione venne classificato nel seguente modo: 43 partecipanti erano sottopeso, 53 erano normo-peso e 9 erano sovrappeso. Calogero (2004) utilizzò il questionario di auto-oggettivazione per calcolare quanto fossero preoccupate della loro forma corporea. Inoltre, utilizzò il *Body Shame Questionnaire* per calcolare quanto si vergognassero del loro corpo ed inoltre somministrò loro la *Social Physique Anxiety Scale* per calcolare quanta ansia provassero quando dovevano autorappresentare il loro aspetto fisico. Inoltre, decise di utilizzare la *Dietary Intent Scale* per analizzare il loro comportamento alimentare. Ad esempio, le partecipanti potevano selezionare una di queste opzioni:

- *Oggi farò solo uno o due pasti per cercare di limitare l'aumento di peso.*
- *Conterò il numero di calorie per prevenire l'aumento di peso.*

Inizialmente gli sperimentatori hanno somministrato alle partecipanti un questionario demografico ed un primo questionario per poter calcolare il loro livello di auto-oggettivazione, non contaminato però dalla condizione sperimentale. Successivamente, gli sperimentatori accompagnarono le partecipanti in un'altra stanza e somministrarono loro il foglio di istruzioni e i questionari restanti. I fogli di istruzioni erano differenti, ad alcune di loro venne comunicato che durante la seconda metà dello studio avrebbero dovuto intrattenere una conversazione con un estraneo maschio, ad altre venne detto che avrebbero interagito con un estraneo di sesso femminile; invece, ad altre ancora venne detto che avrebbero conversato con uno sconosciuto, non comunicando il sesso di quest'ultimo. A tutte le partecipanti venne detto che avrebbero avuto una conversazione di circa 5 minuti.

Successivamente, alle partecipanti fu chiesto di compilare i questionari contenenti le scale sopra menzionate. I questionari erano anonimi, le partecipanti non dovevano inserire i loro nomi o qualsiasi riferimento personale che facesse intuire la loro identità. Una volta raccolti i questionari, iniziò il processo di debriefing, a tutte le donne fu chiesto perché secondo loro lo studio venne progettato. Nessuna di loro parlò di immagine corporea o di disturbi

del comportamento alimentari. Quindi, Calogero (2004) affermò che i dati che inizialmente le partecipanti diedero relativi al loro peso o alla loro altezza non influenzarono le loro successive risposte.

L'auto-oggettivazione, come precedentemente detto, provoca l'insorgenza di stati d'animo negativi e danneggia la salute mentale. Lo studio di Calogero (2004) arrivò alla conclusione che tali effetti insorgono anche quando le donne non si trovano in situazioni in cui il corpo è il protagonista, come in una spiaggia, e si possono osservare anche quando non vi è nessun osservatore presente. Pertanto, le donne hanno interiorizzato lo sguardo maschile. Infatti, alle partecipanti bastò immaginare di interagire con un uomo per vergognarsi del proprio corpo ed aumentare il livello di ansia sociale.

Calogero (2004) notò che le donne a cui venne detto che avrebbero dovuto interagire con un'altra donna, ottennero un punteggio basso nel questionario che calcolava l'ansia sociale e non si vergognavano del loro corpo. Pertanto, sembrerebbe quindi che anticipare uno sguardo femminile riduca gli effetti negative dell'auto-oggettivazione, dice Calogero (2004). Nella condizione di controllo, in cui alla donna era stato comunicato che avrebbe interagito con un estraneo, senza però specificare il sesso, si notarono gli stessi effetti negativi che si osservarono quando alle donne venne comunicato che avrebbero interagito con un uomo. Calogero (2004) ha interpretato questo dato così: *“E' possibile che le partecipanti nella condizione di controllo abbiano anticipato un'interazione maschile”*.

Concluse il suo studio con questa affermazione: *“Tutte le donne che vivono in una cultura in cui il corpo femminile è percepito come un oggetto da valutare e misurare sono a rischio di auto-oggettivazione”*.

Pacilli (2012) precisa un'altra conseguenza dell'oggettivazione, infatti, sostiene che le donne oggettivate vengono considerate meno intelligenti e meno umane. Questo induce gli uomini a considerarle poco adatte a ricoprire posizioni di potere. Infatti, il Global Media Monitoring Project del 2021 ha messo in luce questo fenomeno. Molte donne non sono consapevoli della posizione marginale che occupano nella società e non si rendono conto di quanto sia limitata la loro libertà. Sono vittime di regole sociali che le invitano ad intraprendere determinati percorsi di vita. Il Global Media Monitoring Project del 2021 precisa quanto ancora oggi la donna sia esclusa da molti ambiti occupazionali o non riesca a raggiungere ruoli dirigenziali perché viene considerata poco adatta a ricoprire posizioni di potere in quanto considerata incapace di farsi carico di tali responsabilità. Spesso, le

donne si adeguano a convenzioni sociali che indicano loro i comportamenti che si ritiene opportuno che adottino.

Inoltre, molto spesso le donne stimano loro stesse solo se possiedono un corpo attraente, dimenticandosi quindi della loro ricchezza. Il loro valore risulta essere direttamente proporzionato al loro peso, alle loro misure o al numero di complimenti che ricevono. ”.

Considerando i risultati delle ricerche e le osservazioni tratte dagli studi presentati, non ci si stupisce se molte donne ricorrono alla chirurgia plastica, considerandola come unica via percorribile per esistere in questa società. La chirurgia offre loro la speranza di uscire dall'invisibilità, essendo finalmente oggetto di apprezzamenti.

5. La salute, un bene prezioso

5.1 Prevenzione naturale: l'attività sportiva e l'alimentazione

Spesso le donne pur di raggiungere lo standard di bellezza richiesto dalla società si privano di molti alimenti, praticando delle diete insostenibili e dannose per la loro salute. Talvolta medici poco competenti approfittando di questo desiderio forniscono loro informazioni alimentari fuorvianti pur di arricchirsi.

Quest'ultimo capitolo vuole mettere in luce quanto delle scelte alimentari scorrette possano compromettere per sempre la nostra salute e quindi la nostra vita. Spesso inseguiamo degli obiettivi futili, dimenticandoci del nostro bene più prezioso, la nostra salute, non di rado la diamo per scontata, non le attribuiamo l'importanza che merita. Ippocrate affermava: *Il corpo umano è un tempio e come tale va curato e rispettato, sempre*. La tutela della nostra salute deve precedere il nostro desiderio di apparire desiderabili, di conformarci agli standard di bellezza richiesti dalla società. Troppo spesso il nostro corpo è un capro espiatorio, su di esso riversiamo le nostre frustrazioni e le nostre sofferenze, tuttavia, non è invincibile.

La corretta alimentazione viene spesso associata alla perdita di peso. Però, una dieta equilibrata ci permette di perseguire un obiettivo molto più importante ovvero la tutela della nostra salute. Viene spesso trascurato il potere dell'alimentazione, ci dimentichiamo di quanto possa influenzare negativamente o positivamente la nostra salute. Quotidianamente le persone discutono su quale sia la miglior dieta ovvero il miglior regime alimentare capace di aiutarci a ridurre il grasso in eccesso. Invece, è raro che le persone si confrontino in merito ai componenti degli alimenti per poter individuare quelli più salutari per il nostro organismo. Sembrerebbe che le persone preferiscano un corpo magro ad un corpo sano.

Franco Berrino, medico, patologo ed epidemiologo è autore del libro "La via della leggerezza. Perdere peso nel corpo e nell'anima" (2019). Berrino (2019) non ha trascurato il potere terapeutico di alcuni alimenti e nel suo libro sottolinea l'importanza di una determinata alimentazione per tutelare la salute. Egli afferma: *"Studi prospettici su centinaia di migliaia di persone condotti sia in Europa sia negli Stati Uniti d'America mostrano che, a parità di età, genere, scolarità, indice di massa corporea, consumo di tabacco, alcol, energia totale dai cibi e altri fattori che influenzano la mortalità, chi ha una dieta ricca di fibre muore meno di cancro, di diabete, di malattie cardiovascolari,*

respiratorie, dell'apparato digerente e anche di malattie infiammatorie e infettive" (Berrino 2019).

La consapevolezza che una corretta alimentazione fosse importante per la salute delle persone risale addirittura ai tempi di Ippocrate (460/450 a.C. - 377 a.C.) che si era espresso al riguardo affermando: *"Fa che il cibo sia la tua medicina e la medicina sia il tuo cibo"*.

Anche lo sport viene considerato fondamentale per il raggiungimento della perfetta forma fisica. Spesso si pratica attività sportiva perché si vuole raggiungere l'immagine corporea ideale. Lo sport però ha un potere benefico incredibile. L'attività fisica cura la nostra anima. Berrino (2019) è consapevole del potere dello sport. Infatti, l'attività sportiva ci aiuta a raggiungere un benessere psicologico. Berrino (2019) nel suo libro afferma: *"Gli studi su modelli animali dimostrano chiaramente che il digiuno e l'attività fisica favoriscono l'efficienza dei circuiti nervosi e prevengono anche la depressione, l'ansia, l'accidia. L'esercizio fisico produce endorfine, le quali agiscono sul cervello come farmaci gratificanti che ci incoraggiano a continuare a camminare"*.

L'assenza totale di pratiche sportive e la costante assunzione di un'alimentazione scorretta possono favorire l'insorgere di determinate malattie descritte da Berrino (2019). Molte di queste sono patologie croniche come obesità e diabete che possono causare malattie cardiovascolari, neoplasie e malattie neurodegenerative. Berrino (2019) descrive i risultati di alcune ricerche scientifiche che misero in luce le molte malattie associate all'obesità o all'essere in sovrappeso. Alcune di queste sono: infarto, ictus cerebrale, diabete, cancro alla mammella, all'intestino, allo stomaco, all'esofago, all'ovaio, al pancreas, alla prostata, calcoli biliari, artrite, cataratta, apnea notturna, infertilità ed impotenza.

L'attività sportiva è risultata fondamentale per la prevenzione di determinate malattie. Berrino (2019) descrive i risultati di alcuni studi epidemiologici. Questi studi misero in luce la minor probabilità per chi pratica attività sportiva di ammalarsi di demenza senile, morbo di Alzheimer e morbo di Parkinson. L'attività fisica permette inoltre di ridurre l'ansia e la depressione.

Perché pratichiamo attività sportiva? È un obbligo imposto dalla società per raggiungere gli standard fisici richiesti? Oppure è qualcosa che ci aiuta a sentirci meglio con noi stessi e ci permetterà di condurre una vita più sana e longeva? Berrino (2019), consapevole della pressione sociale a cui quotidianamente siamo esposti, afferma: *"Proteggiamo il nostro cervello. Difendiamolo dall'industria alimentare, dalla televisione e dal web che ci cattura in ore di sedentarietà, dalla civiltà delle immagini e dalla pubblicità che ci distruggono"*

continuamente dal pensare in modo autonomo. Guardiamoci dentro, domandiamoci chi siamo veramente, al di sotto di quello che la società, il lavoro ci chiedono di essere. E stabiliamo cosa vogliamo veramente, cosa vogliamo fare di noi, dove vogliamo andare”.

Vogliamo dimagrire per apparire più attraenti o per essere più sani? Berrino (2019) precisa come il rischio di morire di cancro o di malattie cardiovascolari aumenti al crescere della nostra circonferenza.

Le persone sono spesso insoddisfatte della loro forma fisica e questo provoca in loro tristezza. La società dei consumi trae diversi vantaggi dal nostro cattivo umore. Infatti, Berrino (2019) afferma: *“La società dei consumi cresce se i consumi aumentano, muore se i consumi diminuiscono; deve quindi promuovere i consumi, fare in modo che i cittadini che ne fanno parte consumino. E chi è contento, chi è soddisfatto di quello che ha, consuma molto poco. L’insoddisfazione, la sofferenza morale è funzionale al consumo”.*

I media sono consapevoli del numero elevato di individui insoddisfatti della loro immagine corporea e per questo decidono di diffondere attraverso la pubblicità l’ideale di magrezza richiesto dalla società e ci indicano come raggiungerlo, ovvero, acquistando cibo light.

In un articolo pubblicato sulla pagina di Slowfood (2021) vengono descritti gli ingredienti presenti nella maggior parte dei cibi light, essi possiedono: *“Maggiori quantità di acqua, ma soprattutto edulcoranti, come i polioli (tra cui lo xilitolo e il sorbitolo) ed edulcoranti artificiali intensivi come l’aspartame e la saccarina, ma anche amidi modificati, fibre e additivi, primi fra tutti i conservanti. Il risultato è un prodotto ultra-processato che non è sano né sostenibile”.*

Berrino (2019) definisce il cibo ultra-processato un prodotto sterile e ultra-lavorato, sono alimenti che nascono affinché sia duratura la loro conservazione. Paradossalmente, questi alimenti che dovrebbero aiutare le persone nel loro percorso di dimagrimento sono estremamente nocivi per la loro salute. Infatti, Berrino (2019) sostiene che questi cibi favoriscono l’insorgere di alcune malattie come la sindrome metabolica e il cancro.

Berrino (2019) descrive lo studio di NutriNetSantè in cui vennero coinvolti 100.000 volontari; periodicamente venne chiesto loro di compilare un questionario riguardante le loro abitudini alimentari. Lo studio mise in evidenza la correlazione fra cibo ultra-processato e la maggior probabilità di ammalarsi di diabete e cancro. Inoltre, lo studio precisò che il rischio di ammalarsi di cancro si riduce notevolmente per quegli individui che mangiano cibo proveniente da coltivazioni e allevamenti biologici. Inoltre, la parola

light legittima le persone ad assumere quell'alimento in maggior quantità, quindi le calorie complessive assunte saranno pari o addirittura superiori a quelle che l'individuo avrebbe ingerito se avesse mangiato un alimento non light.

Berrino (2019), consapevole degli interessi economici che hanno i produttori di alimenti, ci invita a prestare attenzione a ciò che leggiamo e vediamo nelle pubblicità, pertanto afferma: *Il cibo che otteniamo dai media è confezionato da interessi commerciali e controllato da interessi politici. Dobbiamo sviluppare abilità eccezionali per selezionare, vagliare il cibo che otteniamo da internet. Anche le pubblicazioni scientifiche sono diventate un business, la carriera dei ricercatori è condizionata dal numero di pubblicazioni e la letteratura scientifica è inondata da dati irrilevanti, contraddittori, distorti da pressioni delle grandi corporations alimentari e farmaceutiche, talvolta francamente inventati e risulta sempre più difficile orientarsi.*

Come possiamo destreggiarci in questo mondo spesso dominato dagli interessi economici? In cui talvolta ci sono informazioni contraddittorie. Riconoscere la verità appare un'impresa ardua, se non addirittura impossibile. Queste false informazioni rischiano di compromettere per sempre la salute delle persone. Purtroppo talvolta anche scienziati, laureati ed esperti non sono immuni da questi interessi egoistici. Di chi ci possiamo fidare? Individuare persone esperte realmente interessate al benessere delle persone non è cosa facile. Viceversa, leggere informazioni non vere e quindi pericolose è all'ordine del giorno.

Berrino (2019) consapevole di quanto siano cambiate le abitudini, i comportamenti e i valori delle persone, ci invita a cercare l'autenticità che in quest'epoca governata dalla superficialità e dall'apparenza sembra introvabile. Un mondo governato dalla continua osservazione degli altri e dal giudizio che nella maggior parte dei casi è negativo e pieno di odio. In questa società risulta più importante apparire in un determinato modo e non essere una determinata persona le cui azioni riflettono dei valori. Ci preoccupiamo di come risultiamo agli occhi delle altre persone, di come dovremmo comportarci e di chi dovremmo frequentare. Ci dimentichiamo però di quello che realmente ci rende felice. Vi è una omologazione della felicità, tutti gli individui si divertono facendo le stesse attività ed hanno le stesse passioni. Chiediamoci cosa realmente ci rende felici.

Berrino (2019) prende le distanze da questa società malata caratterizzata dal consumismo estremo in cui ad ogni acquisto ne deve seguire immediatamente un altro. Il valore della semplicità sembra perduto per sempre. Non si prova più interesse per quelle esperienze uniche ed autentiche caratterizzate da un contatto diretto con la natura. Berrino (2019)

afferma: *“Privilegiamo la vita semplice, naturale, consapevoli della bellezza di ogni atto quotidiano, privilegiamo la vita all’aria aperta, nel verde, alla luce del sole, piuttosto che la vita organizzata da agenzie di divertimento, acquisti, viaggi, spettacoli, televisione, tutte esperienze da consumare con moderazione. Privilegiamo il cibo naturale rispetto al cibo industriale, l’agricoltura naturale rispetto all’agricoltura industriale, la vita naturale rispetto alla vita artificiale che ci è imposta dalla civiltà industriale”*.

Spegniamo il cellulare e godiamoci l’esperienza che stiamo vivendo senza sentire la necessità inarrestabile di condividere su Instagram o Facebook ciò che stiamo facendo. Risulterà difficile non comunicare a tutto il mondo la nostra felicità, oggi le persone sentono l’esigenza di sfoggiare la propria vita. Non basta essere felici, bisogna condividere questo stato d’animo.

L’utilizzo dei social network non deve essere demonizzato, però devono essere utilizzati con moderazione. Spesso vengono condivisi dei contenuti che apparentemente ci comunicano la felicità di quelle persone, quando invece la realtà è un’altra; dietro a dei sorrisi pubblicati sui social network spesso si nasconde dell’altro, a volte addirittura il desiderio di essere altrove e con altre persone. Accade non di rado che il vero motivo della pubblicazione non sia per comunicare ai propri amici che stiamo vivendo un’esperienza per noi appagante, ma per informare i propri followers che la nostra vita è degna di essere condivisa, per avvisare i nostri seguaci che non siamo degli emarginati. Rispettare gli standard fisici e di vita richiesti dalla società è molto difficile e per questo la maggior parte degli individui vive una vita caratterizzata da elevati livelli di stress. Berrino (2019) in merito allo stress, afferma: *“Il problema è che, oggi, le cause dello stress solo eccezionalmente sono pericoli immediati, acuti: generalmente si tratta di stimoli cronici quotidiani, disagi sociali, in famiglia o sul lavoro. La reazione d’allarme è troppo prolungata, il simpatico prevale sul parasimpatico. L’incapacità di reggere lo stress cronico può dare origine a disturbi mentali, in primo luogo ansia e depressione. Lo stress cronico causa ipertrofia dell’amigdala (aumento delle connessioni nervose e anche aumento delle cellule nervose) e riduzione della corteccia prefrontale e dell’ippocampo”*. Secondo Berrino (2019) la pratica sportiva unita alle terapie cognitive, alla meditazione e alla dieta mediterranea permettono la riattivazione della corteccia prefrontale favorendo il ripristino del normale funzionamento del nostro sistema nervoso autonomo e del nostro cervello limbico.

5.2 Cibo ed emozioni

Le persone obese sono quotidianamente oggetto di critica. La maggior parte delle persone crede che essere obeso sia una scelta. È davvero così? Cosa si nasconde dietro a quel grasso in eccesso? Si può attribuire un'altra spiegazione? Berrino (2019) ci spiega il legame, spesso trascurato, fra cibo ed emozioni: *“Mangiamo il più delle volte per stress, mancanza di affetto, solitudine, paura, inerzia, noia. La scorpacciata diventa una forma di vizio e trasgressione per riempire vuoti esistenziali apparentemente incolmabili. In questa situazione di disagio psicologico il cibo diventa la miglior ‘droga legale’ di pronto consumo per sedarsi. Il cibo in eccesso è, in molti casi, assunto come surrogato per mettere a tacere temporaneamente emozioni, percezioni e pensieri che non siamo in grado di gestire e affrontare. Il nostro corpo è un’istanza realmente saggia in cui niente accade per caso: l’accumulo di grasso può avere delle ragioni anche molto profonde nella psiche, nelle emozioni e nella sfera della spiritualità”*.

Berrino (2019) inoltre si sofferma sull’importanza di realizzare un mutamento interiore per favorire il processo di dimagrimento. Infatti, afferma: *“Fino a che non mutano le condizioni interiori anche i sacrifici più rigidi risultano nel tempo, inefficaci”*. Quando le persone decidono di iniziare un percorso di dimagrimento dovrebbero essere consapevoli di aver intrapreso una strada che non coinvolgerà esclusivamente il proprio stomaco ma anche e soprattutto la propria mente. Non muteranno soltanto le loro abitudini alimentari, ma anche il loro mondo interiore, il loro modo di pensare, sentire e vivere.

Spesso, le situazioni che viviamo influenzano il nostro metabolismo. La maggior parte degli adolescenti tende ad ingrassare. Quali sono le cause? Berrino (2019) sostiene che le ragioni siano metaboliche e costituzionali, non solo, crede che siano anche legate al delicato momento adolescenziale. La maggior parte dei giovani durante l’adolescenza è alla ricerca della loro identità. Il grasso diventa uno scudo che li protegge dal mondo esterno, inoltre inibisce le pulsioni interiori molto probabilmente legate ad un cambiamento ormonale, precisa l’autore.

Berrino (2019) considera il grasso come uno strumento capace di generare un meccanismo compensativo in grado quindi di compensare alle difficoltà presenti nel periodo adolescenziale come, ad esempio, l’incapacità di identificarsi in una personalità definita o l’allontanamento dalle figure di riferimento ovvero i genitori. Inoltre, secondo Berrino (2019) il cibo può ridurre la sofferenza causata da gravi lutti, da un divorzio, da un licenziamento e da un cambiamento nel lavoro o nello stato sociale.

In queste situazioni in cui l'individuo vive un cambiamento o un periodo particolarmente difficile per la propria vita, il cibo, spiega Berrino (2019), gli permette di assolvere due importanti funzioni:

- Anestetico e sedativo: l'individuo tenderà a provare meno ansia, frustrazione, vuoto, tensione e rabbia dopo aver mangiato.
- Il cibo gratifica temporaneamente le persone in assenza di altri piaceri sessuali, relazionali, lavorativi ed esistenziali che appaiono in quel momento come inaccessibili.

In un momento in cui l'individuo perde l'energia o il coraggio necessario per gestire correttamente alcune delicate situazioni relazionali o emotive, il cibo gli permetterà di vivere un momento gratificante. Berrino (2019) descrive con queste parole lo stato emozionale delle persone: *“In quest’ottica potremmo spingerci a considerare qualsiasi stato di malessere una sorta di ‘fame di qualcosa’, per esempio di pace, amore, equilibrio, sicurezza, dolcezza, accettazione, riconoscimento..., e il cibo come il farmaco è in grado di saziare questo appetito: ansiolitico, antidepressivo e antidolorifico universale, efficace per non sentire la propria incapacità ad affrontare la sofferenza di un cambiamento o di un chiarimento”*.

Secondo Berrino (2019) è necessario realizzare molti cambiamenti nel settore alimentare in quanto il numero di persone affette da disturbi del comportamento alimentare è in costante aumento. L'atteggiamento razionale di dietologi e nutrizionisti è risultato un fallimento, dice Berrino (2019). Fornire ad individui anoressici o obesi un corretto regime alimentare è risultato inefficace per favorire il ripristino della salute mentale e fisica. Le persone che soffrono di queste malattie devono innanzitutto acquisire consapevolezza della loro condizione. Successivamente, è necessario agire sulla loro sfera affettiva. Alla base di questi disturbi non vi è il cibo, ma una mancanza di equilibrio con sé stessi, con il proprio corpo e con il mondo esterno.

Secondo Berrino (2019) il cibo viene utilizzato talvolta per sedare la nostra aggressività e i nostri impulsi distruttivi. Sostiene inoltre che gli individui provino tendenzialmente due paure: temono di perdere il controllo e hanno paura dell'ignoto. Le persone che accumulano grasso per contenere questi impulsi nascondono un malessere nei confronti di loro stessi, non credono di avere il diritto di ricevere l'amore degli altri. Il cibo gli permette di soddisfare questa fame d'amore, dice Berrino (2019)

Berrino (2019) ci offre un'altra interpretazione per aiutarci a comprendere il motivo per cui alcune persone sono in sovrappeso. Il grasso ci rende visibili e ci permette di acquisire una certa importanza in questo mondo. Le persone che ingrassano a causa di questa motivazione sono individui che non riescono ad esprimere adeguatamente la loro personalità. Il loro obiettivo è aumentare i propri confini. Il grasso gli offre l'opportunità di espandersi nello spazio vitale. Perché si percepisce la sensazione di non possedere uno spazio sufficiente? Secondo Berrino (2019) queste persone vorrebbero occupare un posto nel cuore di chi amano, ma non ci riescono. Ad esempio, spesso gli individui ingrassano quando vivono una relazione che li conduce ad annullare la propria vita per soddisfare le aspettative del proprio compagno/a; l'individuo percepisce di non possedere uno spazio sufficiente per sé stesso e pertanto decide di ingrassare. Oppure, quando uno dei due partner dipende dall'altro, precisa Berrino (2019).

Berrino (2019) individua altre situazioni che favoriscono l'aumento di peso. Infatti, gli individui ingrassano quando si sentono abbandonati o non desiderati. I bambini provano queste sensazioni quando vivono dei divorzi, delle separazioni o litigi tra genitori. Il bambino tende ad ingrassare per essere notato dai genitori. Alcuni individui sono in sovrappeso a causa della loro bassa autostima che li conduce a considerarsi non abbastanza. Queste persone credono di non valere. Altre persone ingrassano perché si sentono invisibili agli occhi degli altri. Nessuno sarà indifferente al loro grasso e alla loro ingombrante presenza. Altri individui mangiano elevate quantità di cibo perché si sentono apatici. Il grasso offre loro l'opportunità di sentire qualcosa, infatti si sentiranno appesantiti e si muoveranno con fatica. Alcuni individui accumulano grasso come conseguenza di nuove responsabilità individuali o professionali. Berrino (2019) utilizza queste parole per aiutarci a comprendere come mai queste persone ingrassano: *Farsi carico dell'onere di sostenere la propria famiglia avendo cura che non manchi niente a nessuno, sentire la responsabilità della salute degli altri, essere preda della compulsione di aiutare tutti facendosi carico dei problemi altrui, come per esempio, nel lavoro, le incombenze dei colleghi o dei sottoposti...Facciamo una lista di tutto ciò che ci pesa nella nostra vita. Una lista dettagliata con oggetti, persone, situazioni che ci risultano pesanti e 'scomodi', e verifichiamo ogni possibilità di alleggerire quel carico, partendo dal meccanismo di compensazione alimentare.*

6. Su misura

Dalla ricerca bibliografica è emerso quanto l'autostima dei più giovani venga quotidianamente distrutta dalla consultazione dei social network; in essi, infatti, è possibile osservare delle immagini manipolate che ritraggono fisici perfetti e pertanto irreali, precisa Gill (2020). Questa insoddisfazione induce loro a voler migliorare la propria immagine corporea praticando attività sportiva e seguendo una rigida dieta alimentare. Per alcuni questo desiderio di migliorare la propria immagine corporea diventa una vera e propria ossessione che li induce ad avere un rapporto poco equilibrato e salutare con il cibo e l'attività sportiva. Inoltre, la consultazione di profili Instagram caratterizzati da immagini definite *fitspiration*, legittimano questo stile di vita, incentivando le persone a perpetuarlo, Turner e Lefevre (2017) lo confermano.

Una volta conclusa la ricerca bibliografica ho cercato di individuare l'obiettivo del mio progetto multimediale. Ho voluto creare un sito web in cui giovani donne e uomini potessero trovare persone competenti desiderose di aiutarle in questo percorso finalizzato al raggiungimento del loro equilibrio fisico e mentale. Pertanto, l'obiettivo è aiutarli affinché ritrovino l'amore per sé stessi e un rapporto più equilibrato con il cibo e con l'attività sportiva.

Per realizzare una comunicazione efficace è necessario che chi comunica conosca in maniera approfondita le motivazioni personali. Soltanto se si conoscono i pensieri e i comportamenti del target di riferimento sarà possibile realizzare una comunicazione efficace in grado di attirare l'attenzione del target e di suscitare nelle persone delle emozioni. La prima domanda da porsi è la seguente: perché queste persone adottano comportamenti disfunzionali?

La ricerca bibliografica mi ha permesso di mettere a fuoco quanto possa essere complesso rintracciare una causa. Infatti, l'alimentazione, come dice Berrino (2019) è anche legata alle nostre emozioni. Spesso mangiamo per colmare dei vuoti affettivi, per ricercare quel piacere che non riusciamo a trovare in altri contesti, come ad esempio quello sentimentale.

Anche Marcazzan (2021) si rese conto di quanto le scelte alimentari non siano esclusivamente legate all'alimentazione in sé; infatti, aveva definito i disturbi del comportamento alimentare come delle azioni violente e autodistruttive messe in atto dagli adolescenti per comunicare agli adulti quanto per loro sia difficile costruirsi una propria identità in quel momento della loro vita. Il corpo pertanto diventa un capro espiatorio.

Quindi, Marcazzan (2021) ci invita ad andare alla radice del problema; secondo la sua interpretazione le caratteristiche della nostra società contemporanea sono la causa dei disturbi del comportamento alimentare. La nostra società è indefinita e frammentaria; le persone non si identificano più negli stessi valori e, differentemente rispetto al passato, l'incertezza domina la quotidianità in quanto la famiglia o il ceto sociale non definisce più il proprio percorso di vita, come accadeva un tempo. Tutto ciò è positivo in quanto l'individuo ha maggior libertà d'azione; tuttavia, questo rende più tortuoso per ogni adolescente il percorso che lo aiuta a identificare con chiarezza che tipo di persona vuole essere.

Dalle riflessioni di questi due studiosi, si intuisce quanto sia fondamentale ascoltare la storia di tutti coloro che soffrono di disturbi del comportamento alimentare perché lì si potrà intuire la causa del loro malessere e successivamente sarà possibile fornire loro un aiuto più efficace in quanto personalizzato, tagliato su misura. Per questo ho scelto *Su misura* come titolo per il mio progetto di un ipotetico sito web; una dieta alimentare deve essere come un vestito tagliato su misura per quel paziente. Ascoltare la sua storia personale, le sue esperienze e le situazioni che vive quotidianamente permetterà ai professionisti di avere un quadro più preciso e dettagliato della persona. Pertanto, per poter aiutare questi giovani a ritrovare l'amore per sé stessi e quindi un rapporto più equilibrato e salutare con il cibo e l'attività sportiva, ho ritenuto fondamentale affiancarli a due precise figure professionali, uno psicologo/psicoterapeuta e un nutrizionista. Lo psicologo o la psicologa/psicoterapeuta potrà aiutarli ad individuare la causa, mentre il nutrizionista o la nutrizionista elaborerà un piano alimentare tagliato su misura, dopo aver ascoltato la loro storia e il parere dello psicologo/psicoterapeuta.

Erzegovesi, di Torrepadula e Bosaia (2018), infatti, affermano: *“È quindi importante che la dieta sia tagliata il più possibile sul singolo individuo e che la perdita di peso sia graduale, con una progressiva riduzione del grasso corporeo e dei liquidi in eccesso. È necessario, inoltre, che la dieta fornisca uno stile alimentare bilanciato sulla base del fabbisogno energetico, del sesso e dell'età della persona, senza tralasciare il giusto apporto proteico”*.

Anche Spinsanti, autore del libro *La medicina vestita di narrazione*, mette in luce l'importanza dell'ascolto e della narrazione per giungere ad una diagnosi corretta. Spinsanti rilasciò un'intervista a *Digital Narrative Medicine* il 22 giugno 2016 affermando: *“Il vestito su misura che auspica la medicina narrativa è quello del vissuto biografico, e quindi del progetto personale di vita. La scienza biologica cerca, con i suoi strumenti – genetica ed*

epigenetica- di individuare le migliori risorse diagnostiche e terapeutiche per il singolo organismo; la medicina narrativa favorisce, con la narrazione, quella cura che più si avvicina a un abito tagliato su misura da un abile sarto, perché modellato sulla biografia individuale”. Ogni persona ha una sua unicità che non può venir tralasciata. Solo attraverso la narrazione del vissuto personale del paziente, il medico potrà individuare la cura appropriata. Egli, quindi, dovrà essere una persona empatica. L’enciclopedia Treccani ci fornisce la seguente spiegazione in merito alla parola empatia: *capacità di porsi nella situazione di un’altra persona o più esattamente, di comprendere immediatamente i processi psichici dell’altro.*

Tuttavia, l’empatia è fondamentale anche quando si comunica. Infatti, i messaggi riusciranno ad attirare l’attenzione del nostro interlocutore solo se saremo riusciti a rappresentarlo adeguatamente, avendo quindi un atteggiamento empatico, descrivendo i suoi comportamenti e le situazioni che vive quotidianamente. La ricerca bibliografica mi ha permesso di conoscere i nuovi disturbi del comportamento alimentare come l’ortoressia e la vigoressia; essi sono profondamente legati ai social network, in particolare ad Instagram, come emerso dalla ricerca di Turner e Lefevre (2017). Questi nuovi disturbi sono in costante aumento e legati alle caratteristiche della nostra società, infatti Marcazzan (2021) li descrive così: *“sono modalità ‘nuove’ di esprimere il disagio connesso al cibo, nel senso che si sono aggiunte per ultime alla casistica, ma sono anche tra le più subdole e sfuggenti ad una precisa valutazione: sono infatti assimilabili a comportamenti socialmente accettati, e anzi attivamente promossi dalla cultura contemporanea salutista ed efficientista, come l’attenzione nei confronti dell’aspetto e della forma fisica e la ricerca di cibi genuini e salutari”.*

Pertanto, ho deciso di concentrarmi su questi nuovi disturbi del comportamento alimentare, considerato il loro aumento esponenziale, come precisa il Ministero della Salute italiana in un articolo del 2017. È necessario conoscere molto bene il target di riferimento per poter creare dei contenuti che prima di tutto riescano ad attirare la sua attenzione e per fare ciò è necessario fornirgli delle informazioni che considera utili o particolarmente interessanti. Quindi, conoscere in maniera approfondita le situazioni che vive frequentemente risulta fondamentale.

Turner e Lefevre (2017) arrivarono alla conclusione che Instagram è il social network più utilizzato dalle persone ortoressiche e che esso inoltre facilita il mantenimento di questo disturbo a causa delle community che fanno circolare immagini definite *fitspiration*. Pertanto, ritengo necessario raggiungere questo target comunicando su Instagram. Infatti,

secondo Bernocchi, Contri e Rea (2018) una comunicazione è efficace se è personalizzata, cioè affine al target. Inoltre, per raggiungerlo è necessario comunicare in quei luoghi in cui si ha la certezza di incontrarlo. Le persone dovranno sentirsi protagoniste, al centro della comunicazione; l'obiettivo è che si sentano accolte, ascoltate e stimolate. È necessario riuscire ad instaurare con loro una relazione, precisano gli autori.

Marcazzan (2021) mi ha aiutato a conoscere le caratteristiche del mio target di riferimento. Infatti, ha descritto i comportamenti più tipici messi in atto dalle persone ortoressiche; chi soffre di questo disturbo tende a programmare in maniera scrupolosa ogni momento della giornata. Questa loro ossessione le fa sentire fragili. Ogni tipo di relazione sociale viene distrutta in quanto ogni minuto della loro giornata viene dedicato all'allenamento sportivo, all'attività lavorativa o allo studio. Il tempo libero non può venir sacrificato. Inoltre, evitano i momenti di convivialità caratterizzati molto spesso dalla condivisione di un pasto perché, ad esempio, in un ristorante non riuscirebbero a calcolare la quantità di cibo presente nel loro piatto e di conseguenza il numero di calorie ingerite. Inoltre, evitano queste situazioni in quanto temono la scarsa qualità del cibo, il rischio di contaminazione e le possibili malattie derivanti da alcuni alimenti.

Una volta comprese le caratteristiche del target di riferimento e i loro comportamenti più tipici ho creato un carosello, ovvero più immagini in successione, da pubblicare ipoteticamente su Instagram. Ho cercato di immedesimarmi sia in uomini che soffrono di ortoressia sia in donne e, per questo, ho realizzato due differenti campagne pubblicitarie il cui obiettivo è catturare l'attenzione del target e condurlo alla (ipotetica) pagina web in cui troverà persone desiderose di aiutarlo. È bene non sottovalutare il target maschile in quanto il Ministero della Salute italiana nel 2017 precisa che sono 3.000.000 il numero di persone ortoressiche in Italia, in prevalenza uomini. Ho rappresentato la vita di chi soffre di ortoressia affinché le persone ortoressiche potessero immedesimarsi. Questo attirerà la loro attenzione ed aumenterà la loro curiosità che le indurrà a ricercare maggiori informazioni cliccando sul link che li porterà alla pagina web.

Nella prima immagine della campagna rivolta ad un target femminile ho riportato una conversazione fra due amiche. Una delle due ha proposto all'altra di incontrarsi per prendere un gelato, pur non sperando di ottenere un riscontro positivo in quanto è consapevole di quanto la sua amica si stia isolando. Infatti, ottiene una risposta negativa, la ragazza mente dicendole di essere già impegnata e che si sta preparando per uscire. Tuttavia, si riesce ad intuire che si tratta di una menzogna in quanto nella seconda immagine viene rappresentata la ragazza che in realtà è intenta ad allenarsi. Ho deciso di realizzare

una campagna multi-soggetto affinché più persone potessero identificarsi. Per questo ho scelto ragazze e ragazzi molto differenti fra loro, appartenenti a nazionalità diverse. Non solo, ho rappresentato persone aventi diverse conformazioni fisiche.

La campagna pubblicitaria rivolta ad un target femminile:



Non rinunciare alla tua vita.



Eh ciao! Eh mi dispiace, anche questa volta ho un compleanno, mi sto truccando e a breve uscirò

17:08 ✓

Ritrova un rapporto più sano ed equilibrato con il cibo e l'attività sportiva.

Non rinunciare alla tua vita.



Eh ciao! Eh mi dispiace, anche questa volta ho un compleanno, mi sto truccando e a breve uscirò

17:08 ✓

Ritrova un rapporto più sano ed equilibrato con il cibo e l'attività sportiva.

Non rinunciare alla tua vita.



Eh ciao! Eh mi dispiace, anche questa volta ho un compleanno, mi sto truccando e a breve uscirò

17:08 ✓

Ritrova un rapporto più sano ed equilibrato con il cibo e l'attività sportiva.

TORNA AD AMARE TE STESSA.

il gruppo **Su Misura** è pronto ad iniziare con te questo percorso.



La campagna rivolta ad un target maschile è differente. Infatti, l'uomo rappresentato risponde così alla proposta: *“ciao, mi dispiace, ho un compleanno, mi sto preparando per uscire”*. Inoltre, nell'immagine finale il protagonista che risponde al messaggio è un uomo, il medesimo soggetto che precedentemente aveva rifiutato la proposta. Anche il messaggio presente nella terza immagine è stato declinato al maschile. Sia nella campagna rivolta al pubblico femminile che quella rivolta al target maschile ho ritenuto fondamentale rappresentare il medesimo soggetto nella terza fotografia, in quanto l'obiettivo è comunicare all'utente che in seguito a questo percorso le persone non perdono la loro passione per l'attività sportiva; tuttavia, non rinunciano alla loro vita, in quanto hanno ritrovato un rapporto più equilibrato e flessibile con il cibo e con l'attività sportiva.

Inoltre, ho scelto di utilizzare il filtro Greyscale per rendere le immagini simili affinché gli utenti potessero immediatamente intuire che si tratta della medesima campagna pubblicitaria nonostante i soggetti siano differenti. Tutte le immagini presenti sia nella campagna pubblicitaria che nel sito web non sono protette da copyright, provengono da siti come Freepik, Unsplash e Pixabay. Freepik richiede semplicemente di inserire l'attribuzione, ovvero il link che rimandi al sito Freepik. Infatti, alla fine del mio sito web ho inserito i link richiesti. Inoltre, queste fotografie sono state ritagliate per conformarsi alle dimensioni richieste da Instagram.

Campagna pubblicitaria rivolta ad un target maschile:

Ehi ciao!
Ti va di uscire, magari ci andiamo a prendere un gelato?
Immagino che come sempre mi dirai di no, però ci ho provato..

17:06

Non rinunciare alla tua vita.

Ciao, mi dispiace, ho un compleanno, mi sto preparando per uscire

16:45 ✓✓

Ritrova un rapporto più sano ed equilibrato con il cibo e l'attività sportiva.

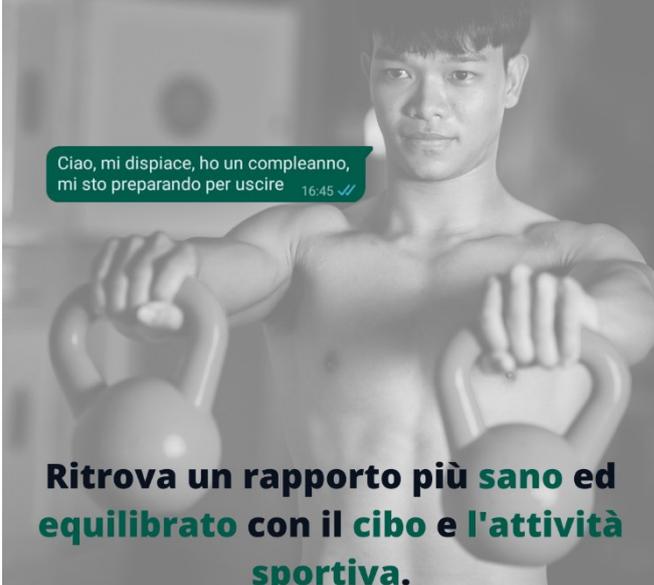
Non rinunciare alla tua vita.



Ciao, mi dispiace, ho un compleanno,
mi sto preparando per uscire 16:45 ✓

**Ritrova un rapporto più sano ed
equilibrato con il cibo e l'attività
sportiva.**

Non rinunciare alla tua vita.



Ciao, mi dispiace, ho un compleanno,
mi sto preparando per uscire 16:45 ✓

**Ritrova un rapporto più sano ed
equilibrato con il cibo e l'attività
sportiva.**

Non rinunciare alla tua vita.

Ciao, mi dispiace, ho un compleanno,
mi sto preparando per uscire 16:45 ✓✓

**Ritrova un rapporto più sano ed
equilibrato con il cibo e l'attività
sportiva.**

TORNA AD AMARE TE STESSO.

il gruppo **Su Misura** è pronto ad iniziare
con te questo percorso.



Anche Bernocchi, Contri e Rea (2018) ci consigliano di creare delle immagini accattivanti in grado di attirare l'attenzione del target e coerenti con l'argomento. Essi sottolineano l'importanza di scegliere dei titoli sensazionali capaci di invogliare il lettore a fermarsi durante la navigazione e a cliccare sul link. Pertanto, la frase associata alla ragazza o al ragazzo che si allena è la seguente: *“Non rinunciare alla tua vita”*. Una frase molto forte creata per attirare l'attenzione degli utenti. Segue poi un sottotitolo più esplicativo: *“Ritrova con il cibo e con l'attività sportiva un rapporto più sano ed equilibrato”*. Successivamente la terza immagine vuole comunicare al lettore la presenza di una via di uscita. Pertanto, ho scelto questo titolo: *“Torna ad amare te stessa”* o *“Torna ad amare te stesso”* e nel

sottotitolo è presente il richiamo al gruppo “Su Misura” e alla pagina web. Ho cercato di essere breve e concisa, privilegiando quindi la semplicità, come consigliato da Bernocchi, Contri e Rea (2018).

Dopo aver cliccato sul link, gli utenti giungeranno alla pagina web. Ho cercato di aiutarli il più possibile nella navigazione, ho seguito infatti le istruzioni di Bernocchi, Contri e Rea (2018) che precisano: “*Dovrà trovare i contenuti con facilità ed immediatezza e con facilità tornare alla home page. Bisogna pensare all’utente, l’approccio è detto user oriented, bisogna immaginare i percorsi di navigazione, verranno costruiti sulla base di una intelligenza esperienziale*”. Infatti, l’utente, una volta giunto nella pagina web, leggerà come prima cosa l’intento della pagina e dei professionisti che vi lavorano; successivamente ho ipotizzato delle domande tipo e ho fornito la risposta per poter chiarire eventuali dubbi.

Il testo deve adattarsi alla lettura sul web che è spesso veloce, dinamica e superficiale. Per questo ho scelto di utilizzare i grassetto per aiutare le persone durante la lettura affinché potessero immediatamente farsi un’idea del contenuto della pagina.

La funzione del grassetto è quella di evidenziare una o più parole per attirare l’attenzione del lettore, dice Carrada (2012). Il grassetto permette al lettore di ricavare un primo messaggio e se è di suo interesse o particolarmente coinvolgente proseguirà nella lettura lineare e completa del testo. Il grassetto può essere utilizzato per far risaltare le parole chiave e quindi funziona come punto di ingresso al testo, oppure può evidenziare un messaggio importante come un vantaggio o una scadenza (Carrada, 2012). Secondo l’autrice evidenziare i frammenti il cui senso non può essere immediatamente colto non è una buona strategia. Inoltre, la presenza di troppi grassetto rallentano e disorientano la lettura. Devono essere pochi, precisi e autoconsistenti. Secondo Carrada (2012) è opportuno utilizzare il grassetto nei titoli in quanto spesso è dal titolo che le persone scelgono se proseguire o meno nella lettura e pertanto deve riuscire ad attirare la loro attenzione. Sulla base di queste indicazioni ho deciso di porre in grassetto il titolo e sottotitolo del mio sito web: *Torna ad amare te stesso. Ritrova un rapporto più sano ed equilibrato con il cibo e l’attività sportiva.*

La prima schermata del sito web:



Anche il titolo e il sottotitolo della seconda immagine della campagna pubblicitaria sono in grassetto, ovvero: *non rinunciare alla tua vita*. Segue il sottotitolo: *ritrova un rapporto più sano con il cibo e l'attività sportiva*. Invece nella terza immagine il titolo *torna ad amare te stessa* o *torna ad amare te stesso* è in grassetto, mentre il sottotitolo, ovvero: *il gruppo Su Misura è pronto ad iniziare con te questo percorso*, ha soltanto una parola in grassetto in quanto non volevo appesantire eccessivamente la comunicazione. Siccome leggere su schermo è più faticoso rispetto alla lettura su carta stampata, all'interno del sito web, per evitare di appesantire la lettura, ho scelto di distanziare le frasi, rendendo il testo più arioso.

Nielsen (1998) definisce i titoli dei microcontenuti ovvero delle perle di chiarezza; essi permettono di anticipare i macrocontenuti. La lettura sul web è diversa dalla lettura su carta in quanto i microcontenuti spesso non si trovano vicini al testo completo, come ad esempio i titoli che leggiamo nella pagina dei risultati di un motore di ricerca. Secondo Nielsen (1998) i microcontenuti sono gli ambasciatori del testo, quindi, dovranno essere convincenti ed attirare l'attenzione del lettore. Come afferma Carrada (2012): *sono poche parole che devono farci sentire il profumo dell'informazione*. Ho deciso inoltre di porre in grassetto le prime frasi delle testimonianze e di isolarle dal resto del testo, come, ad esempio: **ho vinto!** Secondo Carrada (2012) questa è una strategia molto diffusa in rete quando i testi sono molto lunghi in quanto le parole in grassetto svolgono la funzione di titoletti e abstract ed inoltre obbligano chi sta scrivendo ad iniziare il paragrafo con una frase impattante. Non deve essere necessariamente l'informazione più importante, ma deve invogliare l'utente a leggere il testo.

Ho cercato inoltre di facilitare la lettura scegliendo un font senza grazie. I font, come dice Carrada (2012), sono la forma del carattere, inoltre delineano l'identità di un'organizzazione, onorano il contenuto e possono rendere più gradevole la lettura. Carrada (2012) precisa che i font senza grazie, nati nei primi anni dell'800, vengono spesso

scelti per i siti web perché le grazie rendono il carattere meno leggibile, soprattutto quando si legge su schermo. Infatti, per il mio sito web ho scelto Arial, un font senza grazie, e anche per la campagna pubblicitaria ho scelto di utilizzare un font senza grazie, ovvero Open Sans Extra Bold. Inoltre, Carrada (2012) ci invita ad essere sobri affinché l'attenzione possa essere rivolta esclusivamente ai contenuti. Precisa inoltre: *Quando una font è difficile da leggere, il lettore trasferisce quella difficoltà al contenuto*. Quindi, l'obiettivo è scegliere un font facilmente leggibile.

Bernocchi, Contri e Rea, A. (2018) sottolineano l'importanza di utilizzare un linguaggio semplice e comprensibile. Dovendo rivolgermi a degli adolescenti, utilizzare delle terminologie complesse e settoriali era chiaramente sconsigliato. Ho cercato di utilizzare delle parole brevi e comuni, come consigliato da Carrada (2012); infatti l'autrice parla dell'indice di Gulpease, elaborato per la lingua italiana. L'indice misura il grado di leggibilità di un testo. Ad esempio, quando l'indice valuta un testo dandogli una valutazione 36/100 vuol dire che è incomprensibile per chi ha un livello basso di scolarizzazione. Inoltre, l'autrice afferma: *“La pesantezza o la leggerezza di un testo un lettore la valuta al volo”*.

L'algoritmo per valutare un testo si basa su due variabili linguistiche: la prima, a livello lessicale, calcola quante lettere compongono quella parola, perché le parole più semplici e comuni sono di solito quelle più brevi. La seconda variabile, a livello sintattico, calcola quante parole sono presenti in una determinata frase. In generale, le frasi più comprensibili e facili sono quelle composte da un numero ridotto di parole. Per questo, ho cercato di utilizzare parole e frasi brevi.

La scelta delle parole è fondamentale anche per l'ottimizzazione del sito affinché risulti più visibile nel web. Ho utilizzato Google ADS, per verificare quali fossero le parole più ricercate dalle persone per ottimizzare il mio sito. Google consiglia delle URL corte perché anche questo favorisce una maggior indicizzazione del sito, rendendolo quindi più visibile. Ho scelto parole con un elevato traffico ed una bassa concorrenza. Le parole chiave che potranno essere scelte per l'URL del sito sono le seguenti:

- Regime alimentare: 100 – 1000 media delle ricerche mensili, bassa concorrenza.
- Cibo: 10000 – 100000 media delle ricerche mensili, bassa concorrenza.
- Equilibrio: 1000 – 10000 media delle ricerche mensili, bassa concorrenza.
- Disturbi del comportamento alimentare: 1000 – 10000 media delle ricerche mensili, bassa concorrenza.

- Autostima: 10000 – 100000 media delle ricerche mensili, media concorrenza.

Google ci consiglia di separare queste parole chiave con un trattino.

Nonostante ottimizzare una pagina sia importante, ciò che è fondamentale è il contenuto. Infatti, secondo Bernocchi, Contri e Rea (2018) un buon sito web deve necessariamente avere alcune caratteristiche; esso, infatti, deve fornire sia una proposta scientifica ma deve anche riuscire a suscitare un impatto emotivo, riuscendo quindi a coinvolgere il lettore. Ho cercato di coinvolgere l'utente inserendo le testimonianze di chi ha tratto beneficio da questo percorso, vincendo le sue battaglie in quanto ha ritrovato il proprio benessere fisico e mentale. Ho cercato di emozionare il lettore. Infatti, secondo Bernocchi, Contri e Rea (2018): *“Contano sempre di più le immagini, i video, le facce e le storie delle persone le loro speranze e difficoltà e le loro battaglie”*.

Ho voluto comunicare professionalità, affidabilità, ma anche fiducia, ascolto e comprensione. Bernocchi, Contri e Rea (2018) sottolineano inoltre l'importanza di riuscire ad instaurare una relazione. Perciò ho scelto di inserire all'interno del mio sito web un forum per facilitare la nascita di una community sia fra chi ha bisogno di aiuto, ma anche fra chi aiuta e chi viene aiutato.

Conclusioni

Il potere dei media e i rischi ad essi connessi non sono da sottovalutare. I media, infatti, possono diffondere consigli alimentari pericolosi capaci di compromettere la salute delle persone. Inoltre, spettacolarizzano fisici perfetti ed irreali favorendo così un aumento dell'insoddisfazione che le persone provano quando pensano alla loro immagine corporea. La nostra società contemporanea è caratterizzata dall'incertezza; ciò rende più tortuoso, soprattutto per i più giovani, il percorso che permette loro di capire che tipo di persona vogliono diventare, come precisato da Marcazzan (2021). Questi sono tutti elementi che possono causare l'insorgenza di disturbi del comportamento alimentare e facilitare la nascita di nuovi disturbi, come emerso dalle ricerche precedentemente citate.

Bisognerebbe quindi regolamentare i media affinché circolino informazioni affidabili e veritiere. Questo è molto improbabile e certamente non facile. In alternativa una via d'uscita potrebbe essere: educare i giovani all'utilizzo dei media, insegnando loro a dubitare di ciò che leggono online e delle immagini che vedono. Infatti, spesso, come precisato dalla ricerca di Gill (2020), le fotografie presenti nei social network vengono manipolate affinché il corpo rappresentato risulti più magro o la pelle appaia più levigata. L'obiettivo è modificare il proprio corpo rendendolo più desiderabile e conforme agli standard richiesti dalla società contemporanea.

I media potrebbero auspicabilmente rappresentare tutte le fisicità e ciò ridurrebbe l'insoddisfazione che alcune persone provano. Il movimento del *body positive* potrebbe essere considerato un punto di partenza. Anch'esso però, talvolta, rischia di veicolare messaggi sbagliati, come nel caso dell'obesità. Così facendo compie il medesimo errore delle pubblicità in cui sono rappresentati corpi di una magrezza eccessiva. Sia l'anoressia che l'obesità sono infatti associate a problemi di salute, seppur diversi.

Inoltre, i media potrebbero iniziare a diffondere un diverso concetto di donna. La spettacolarizzazione del corpo femminile, qualunque esso sia, induce le persone a giudicare le donne sulla base della loro immagine corporea, considerandola merce e non un individuo pensante.

Come precedentemente detto, sono molte le cause che favoriscono l'insorgere di un disturbo del comportamento alimentare. Recentemente molte giovani donne e uomini hanno iniziato a soffrire di un nuovo disturbo, l'ortoressia. Questo disturbo è profondamente legato alle caratteristiche della nostra società che, come precisa Marcazzan

(2021), cerca di promuovere una cultura efficientista e salutista. Infatti, le persone ortoressiche tendono ad assumere esclusivamente cibi considerati salutari e scelgono di isolarsi per paura di assumere altre tipologie di alimenti o perché preferiscono dedicare quel tempo all'attività sportiva. Come emerso dalla ricerca di Turner e Lefevre (2017), Instagram favorisce la nascita e il mantenimento di questo disturbo a causa delle community che diffondono immagini definite *fitspiration*. Quindi, ancora una volta i social network possono essere considerati uno tra i responsabili dei danni alla salute fisica e psichica degli adolescenti. Per questo motivo, come progetto multimediale ho scelto di realizzare un ipotetico sito web in cui nutrizionisti e psicologi/psicoterapeuti possano affiancare questi giovani in un percorso finalizzato al raggiungimento del loro equilibrio fisico e mentale, affinché ritrovino l'amore per sé stessi e una maggiore autostima. I professionisti li aiuteranno a mettere a fuoco il loro bene più prezioso, ovvero, la salute, ridimensionando quindi l'importanza che i media attribuiscono all'immagine corporea. Spesso infatti inseguiamo degli obiettivi futili, dimenticandoci di tutelare la nostra salute; non di rado la diamo per scontata e non le attribuiamo l'importanza che merita. Ippocrate affermava: *Il corpo umano è un tempio e come tale va curato e rispettato, sempre*. La tutela della nostra salute deve essere prioritaria al desiderio di apparire desiderabili e di conformarci agli standard di bellezza richiesti dalla società. Troppo spesso, il nostro corpo è un capro espiatorio su cui riversiamo le nostre frustrazioni e le nostre sofferenze, purtroppo, non è invincibile.

Bibliografia

- Arbinaga, F., & Caracuel, J. (2003). Aproximación a la dismorfia muscular. *Cuadernos de medicina psicosomática y psiquiatría de enlace*, 65(5), 7-15.
- Baile, J. I. (Ed.). (2005). *Vigorexia. Cómo Reconocerla y Evitarla*. Madrid: Síntesis
- Baucom, D. H., Kirby, J. S., & Kelly, J. T. (2009). Couple-based interventions to assist partners with psychological and medical problems. *Enhancing couples: The shape of couple therapy to come*, 79-93.
- Bauman Z. (1999). *Modernità liquida*. Bari: Laterza, 2002
- Becker, A. E., Burwell, R. A., Herzog, D. B., Hamburg, P., & Gilman, S. E. (2002). Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. *British Journal of Psychiatry*, 180(6), 509–514.
- Bernocchi, R., Contri, A., & Rea, A. (2018). *Comunicazione sociale e media digitali*. Carocci editore.
- Berrino, F., & Lumera, D. (2019). *La via della leggerezza: perdere peso nel corpo e nell'anima*. Mondadori.
- Birch, L. L., & Deysher, M. (1986). Caloric compensation and sensory specific satiety: Evidence for self-regulation of food intake by young children. *Appetite*, 7(4), 323–331.
- Boca, Bocchiaro, Scaffidi Abbate, *Introduzione alla psicologia sociale*, Il Mulino, 2010.
- Bonaldi, A., & Pezzana, A. (2016). Alimentazione e salute: cosa c'è di vero?. *JAMD*, 19, 254-262.
- Bressanini, D., Mautino, B. (2021). *Contro natura. Dagli ogm al bio, falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola*. Casa editrice?
- Brown, P. J., & Konner, M. (1987). An anthropological perspective on obesity. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 499, 29–46.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body image*, 19, 37-43.
- Brumberg, J. J. (2000). *Fasting girls: The history of anorexia nervosa*. New York: Random House.

Calogero, R. M. (2004). A test of objectification theory: The effect of the male gaze on appearance concerns in college women. *Psychology of women quarterly*, 28(1), 16-21.

Carrada, L. (2012). *Lavoro dunque scrivo*. Bologna, Zanichelli.

Chaerani, A. R., & Junaidi, J. (2019). La dieta inizia domani? un'analisi del discorso dell'umorismo autoironico contro la cultura della dieta nella dieta inizia domani. *Celtic: A Journal of Culture, English Language Teaching, Literature and Linguistics*, 6(2), 51-62. (inglese)

Clodfelter-Mason, J. (2019, April 15). Diet Culture: Examples of its Influence in Our Society.

Connolly, P., & Dodge, H. (2000). *The ancient city: Life in classical Athens and Rome*. Oxford: Oxford University Press.

Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of pragmatics*, 35(9), 1413-1430.

Davison, K. K., Markey, C. N., & Birch, L. L. (2000). Etiology of body dissatisfaction and weight concerns among 5-year-old girls. *Appetite*, 35(2), 43–151.

Debord, G. (2008). *La società dello spettacolo-Commentari sulla società dello spettacolo (Vol. 32)*. Dalai editore.

Eckler, P., Kalyango, Y., & Paasch, E. (2017). Facebook use and negative body image among US college women. *Women & health*, 57(2), 249-267

Erzegovesi, S., di Torrepadula, C. R., & Bosaia, A. (2018). *Fake news alimentari: 10 buone abitudini per orientarsi al meglio su cibo e alimentazione armonizzando corpo e mente*. FrancoAngeli.

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395

Field, A. E., Cheung, L., Wolf, A. M., Herzog, D. B., Gortmaker, S. L., & Colditz, G. A. (1999). Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*, 103(3), E3.

- Fisher, J. O., & Birch, L. L. (1996). The role of experience in the development of children's eating behavior. In E. D. Capaldi (Ed.), *Why we eat what we eat: The psychology of eating* (pp. 113–141). Washington, DC: American Psychological Association.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.
- Fredrickson, B. L., Roberts, T. A., Noll, S. M., Quinn, D. M., & Twenge, J. M. (1998). That swimsuit becomes you: sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of personality and social psychology*, 75(1), 269.
- Gill, R. (2021). *Changing the perfect picture: Smartphones, social media and appearance pressures*. City, University of London.
- Goldfield, A., & Chrisler, J. C. (1995). Body stereotyping and stigmatization of obese persons by first graders. *Perceptual and Motor Skills*, 81, 909–910.
- González-Martí, I., Bustos, J. G. F., & Jordán, O. R. C. (2012). Contribución para el criterio diagnóstico de la Dismorfia Muscular (Vigorexia). *Revista de psicología del deporte*, 21(2), 351-358.
- Gordon, R. A. (2000). *Eating disorders: Anatomy of a social epidemic* (2nd ed.). Malden, MA: Blackwell.
- Green, E. (1998). 'Women doing friendship': An analysis of women's leisure as a site of identity construction, empowerment and resistance. *Leisure studies*, 17(3), 171-185.
- Hamilton, D. L., & Trolie, T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach.
- Harrison, C. (2018, August 10). What Is Diet Culture?.
- Haworth-Hoepfner, S. (2000). The critical shape of body image: The role of culture and the family in the production of eating disorders. *Journal of Marriage and the Family*, 62, 212–227.
- Katzman, M. A. (1997). Getting the difference right: It's power not gender that matters. *European Eating Disorders Review*, 5(2), 71–74

- Klesges, R. C., Malott, J. M., Boschee, P. F., & Weber, J. M. (1986). The effects of parental influences on children's food intake, physical activity, and relative weight. *International Journal of Eating Disorders*, 5(2), 335–346.
- Kouri EM, Pope HG, Katz DL.: Fat-free mass index in users and nonusers of anabolic-androgenic steroids. *Clinical Journal of Sport Medicine*. 1995; 5: 223-228.
- Lucchin, L. (2020). Emergenza bufale in nutrizione.
- Malagrino, I. (2020). Estetica ed etica del corpo femminile nella contemporanea spettacolarizzazione mediatica. Una riflessione a partire dal pensiero di Julia Kristeva. *Antrocom: Online Journal of Anthropology*, 16(1).
- Mangweth B, Pope HG, Kemmler G, Ebenbichler C, Hausman A, deCol C, Kreutner B, Kinzl J, Biebl W.: Body imagen and psychopathology in male bodybuilders. *Psychotherapy and Psychosomatics*. 2001; 70,38-43
- Marcazzan, A., (2021) & Psicoterapeuta, M. Scritti Istituto Minotauro.
- Markey, C. N. (2004) Culture and the Development of Eating Disorders: A Tripartite Model, *12(2)*, 139-156.
- Matwick, K., & Matwick, K. (2017). Self-deprecatory humor on TV cooking shows. *Language & Communication*, 56, 33-41.
- McKinley, N. M. (2017). Ideal weight/ideal women: Society constructs the female. In *Weighty Issues* (pp. 97-115). Routledge
- Morris, A. (2019). Fat Activism and Body Positivity: Freedom from Dieting?. In *The Politics of Weight* (pp. 143-179). Palgrave Macmillan, Cham.
- Nasser, M. (2009). Eating disorders across cultures. *Psichiatria*, 8(9), 347-350.
- Nielsen, J. (1998). Microcontent: How to write headlines, page titles, and subject lines. *Alertbox for September*, 6, 1998.
- Olivardia R, Pope HG, Hudson JL.: Muscle dysmorphia in male weightlifters: a case-control study. *American Journal of Psychiatry*. 2000; 157:8, 1291-1296.
- Phillips KA, McElroy SL, Hudson JI, Pope HG.: Body dysmorphic disorder: an obsessive-compulsive spectrum disorder, a form of affective spectrum disorder, or both?. *Journal Clinical Psychiatry*. 1995; 56 (supl. 43): 41-51.

- Pope HG, Gruber A, Choi P, Olivardia R, Phillips KA.: Muscle Dysmorphia: an underrecognized form of Body Dysmorphic Disorder. *Psychosomatics*. 1997; 38: 548-557.
- Pope HG, Gruber A, Mangweth B, Bureau B, deCol CH, Jouvent R, Hudson JL.: Body image perception among men in the three countries. *American Journal of Psychiatry*. 2000; 157, 8: 1297-1301.
- Pope HG, Katz DL, Hudson JL.: Anorexia nervosa and “reverse anorexia” among 108 male bodybuilders. *Comprehensive Psychiatry*. 1993; 34, 6: 406-409.
- Scarinci, A., & Lorenzini, R. (2015). Il disturbo di dismorfismo corporeo. Assessment, diagnosi e trattamento. Erickson.
- Smelik, A. M. (2016). Feminist film theory.
- Tiggemann, M. (2001). Person× situation interactions in body dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders*, 29(1), 65-70.
- Tosun, S., Faghihi, N., & Vaid, J. (2018). Is an Ideal Sense of Humor Gendered? A Cross-National Study. *Frontiers in psychology*, 9, 199.
- Trappel, J., & Tomaz, T. (2021). *The Media for Democracy Monitor 2021: How Leading News Media Survive Digital Transformation (Vol. 1)*. Nordicom, University of Gothenburg.
- Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). L'uso di Instagram è legato all'aumento dei sintomi dell'ortoressia nervosa. *Disturbi alimentari e del peso-Studi su anoressia, bulimia e obesità*, 22(2), 277-284.
- Wildes, J. E., Emery, R. E., & Simons, A. D. (2001). The roles of ethnicity and culture in the development of eating disturbance and body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Clinical Psychology Review*, 21(4), 521–551.

Sitografia

https://www.wired.it/lifestyle/food/2014/05/08/il-china-study-e-una-mega-bufala-ecco-perche/?refresh_ce=lia

https://www.youtube.com/watch?v=0pDE4VX_9Kk

<https://www.theguardian.com/books/2017/jan/03/use-john-berger-language-of-images-view-trump-polar-bears-kim-kardashian?msclkiid=20610152d15311ecb7db938d97a4858c>

<https://www.informazione.it/a/C20586F0-4F23-4BC2-B244-F9950BB91E75/Blachman-lo-show-danese-che-fa-spogliare-le-donne?msclkiid=180b13f0d15411eca5d9bb15ee76b723>

<https://www.stateofmind.it/2016/06/oggettivazione-sessuale-donne/?msclkiid=bfa4e95ad15411ec91e4e5b487fbde5>

<https://digitalnarrativemedicine.com/it/medicina-narrativa-intervista-a-sandro-spinsanti/>

<https://www.youtube.com/watch?v=m1GI8mNU5Sg>

<https://www.auxologico.it/ortoressia-ossessione-mangiare-sano>

[https://www.treccani.it/enciclopedia/situazionismo_\(Dizionario-di-Storia\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/situazionismo_(Dizionario-di-Storia)/)

https://www.tgcom24.mediaset.it/cronaca/istat-in-italia-la-percentuale-di-donne-diplomate-e-laureate-pi-alta-rispetto-agli-uomini_20981851-202002a.shtml

<https://www.youtube.com/watch?v=tKr4crlyJwY&t=1s>

<https://www.slowfood.it/falsi-miti-da-sfatate-i-cibi-light/>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/empatia/>

Ringraziamenti

Questo viaggio sta per terminare, qualche passo ancora per raggiungere la vetta. Non è stato facile, le salite sono state più delle discese. Tuttavia però, ho avuto dei compagni di viaggio con cui ho potuto condividere la sofferenza delle salite e la gioia delle discese. Voglio ringraziarli perché senza di loro non sarei mai riuscita a raggiungere la vetta.

Mamma e Papà mi avete accompagnato e supportato. Quando penso ai vostri insegnamenti la prima parola che mi viene in mente è libertà. Mi avete insegnato a volare e poi, mi avete osservato nel mio volo senza influenzarmi in alcun modo nelle mie scelte scolastiche e di vita; però, di fronte ad ogni caduta eravate lì pronti ad aiutarmi affinché potessi riprendere il mio volo.

Mamma, probabilmente non riuscirò a trovare le parole giuste, perché un grazie sarebbe davvero poco. Hai dedicato tanto tempo, energie e cuore alla mia crescita scolastica e personale. Questa laurea la dedico a te. Mi hai insegnato la determinazione e la tenacia, ma anche la lealtà e il rispetto. È solo grazie a te se di fronte ad alcuni ostacoli ho avuto la forza necessaria per superarli.

Andrea, finalmente i frutti sono arrivati! Li abbiamo aspettati tanto. Hai saputo alleviare la preoccupazione in tutti quei momenti in cui il tempo sembrava non scorresse. Hai portato pace e serenità anche in quei momenti in cui la paura di non farcela sembrava avere la meglio. Oggi, i fiori si sono trasformati in frutti e questo è anche grazie a te che mi hai insegnato ad aspettare. Non solo, hai sempre creduto in me più di quanto io credessi in me stessa, non avevi dubbi, sapevi che i frutti sarebbero arrivati e la tua certezza mi ha aiutato ad affrontare questi ultimi mesi.

Elena, amica leale, abbiamo condiviso alcune tappe di questo viaggio. Sei riuscita a colorare le giornate più grigie e a portare il sole anche nelle giornate più difficili. La spensieratezza che hai portato nella mia vita mi ha permesso di superare con più facilità anche gli ostacoli più difficili.

Grazie a tutti, da oggi si parte per un nuovo viaggio.