

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA
APPLICATA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

IL RUOLO DEI SOCIAL MEDIA NELL'INFORMAZIONE E
SENSIBILIZZAZIONE MEDICO/SANITARIA: CASO DI STUDIO
ENDOMETRIOSI

Relatore:

Prof. Bruno Mastroianni

Laureanda: Sigi Bani

Matricola nr. 1224485

ANNO ACCADEMICO 2022 - 2023

INDICE

Introduzione	2
1. Primo capitolo - Social media e informazione	4
1.1 La trasformazione dell'informazione nell'era digitale e social	4
1.2 L'informazione medico-sanitaria: rischi e benefici dei social	7
1.3 Attori in gioco: Tra Enti, Istituzioni, Medici/pazienti e Influencer	12
2. Secondo capitolo - Endometriosi	14
2.1 Storia, Patologia. Sintomi	14
2.2 Una patologia sottaciuta: le ragioni sociali alla base del tabù	16
2.3 Il contributo dei social nella sensibilizzazione: analisi delle piattaforme	18
3. Terzo capitolo - Analisi delle strategie di comunicazione	26
3.1 Studio del caso Giorgia Soleri	26
3.2 Metodologia	28
3.3 Analisi dei contenuti e delle interazioni	29
Conclusione	39
Ringraziamenti	41
Bibliografia	41

INTRODUZIONE

L'avvento dei nuovi media digitali, e più nello specifico dei social network ha segnato il passaggio verso un'era di trasformazione nel modo in cui le informazioni vengono prodotte, reperite, condivise e fruite. Questa rivoluzione ha toccato diversi ambiti della società, cambiando profondamente la vita delle singole persone e influenzando le dinamiche comunicative in tutto il mondo in modo trasversale. Il presente lavoro si propone di osservare da vicino il cambiamento che le nuove tecnologie del web e i social media hanno apportato nell'ambito dell'informazione medico-sanitaria e le sfide che quest'ultima deve affrontare nell'era di Internet e dei social network.

In particolare, l'attenzione si concentrerà sulla patologia dell'endometriosi, una condizione clinica tanto comune quanto ancora sconosciuta, che offre un quadro delle possibilità offerte dai media digitali nel contesto della sensibilizzazione e dell'informazione di patologie poco conosciute e invisibili.

Questo studio si propone di esplorare come i media digitali, in particolare i social media, siano stati degli strumenti fondamentali nell'unire e coinvolgere le pazienti affette da endometriosi, aprendo canali di comunicazione che consentono la condivisione diretta di esperienze, sintomi e le battaglie legate a questa malattia invisibile. Nel corso dell'analisi, verrà dedicata particolare attenzione al caso di Giorgia Soleri, giovane influencer e attivista che si è dedicata con passione alla sensibilizzazione e all'informazione riguardo all'endometriosi sui suoi canali social, soffermandosi sulla piattaforma social di Instagram.

Più nello specifico nel primo capitolo verrà trattata l'evoluzione storica che ha portato alla trasformazione dell'informazione dall'epoca dei tradizionali mezzi di comunicazione di massa all'era digitale di Internet. Inoltre, si pone come obiettivo quello di sottolineare gli importanti contributi e benefici che il mondo dei Social ha apportato alla divulgazione delle informazioni in campo medico-sanitario, sebbene sia proprio in un ambito come questo che si rilevano alcuni dei maggiori rischi per i soggetti connessi. Nonostante siano molteplici le ragioni per cui si deve molto a questa tecnologia, ho reputato comunque utile evidenziarne anche gli aspetti problematici. Infine, nel primo capitolo verranno introdotti e descritti gli attori che ricoprono un ruolo centrale nel settore della comunicazione e dell'informazione sanitaria.

Nel secondo capitolo verrà illustrata e trattata nello specifico la patologia dell'endometriosi. Una condizione clinica ampiamente diffusa che rappresenta però un'esperienza sfaccettata, spesso caratterizzata da sintomi sottovalutati e subdoli, impatti fisici e psicologici profondi e significative ripercussioni a livello sociale. Tuttavia, nonostante la sua forte incidenza nella popolazione femminile, e una seppur rarissima incidenza in casi maschili, la malattia è tutt'ora poco conosciuta sia dal personale medico che dalle pazienti, e ha spesso faticato a emergere nella sfera pubblica e a ottenere l'attenzione che merita a causa del forte tabù sociale che la circonda.

Successivamente sarà svolta una breve analisi della presenza della malattia all'interno delle diverse piattaforme social quali YouTube, Facebook, Instagram e Tik Tok, per portare l'attenzione al loro contributo nella sensibilizzazione e condivisione della patologia. In questo caso saranno selezionati post, video e reels per ciascuna piattaforma e in seguito verranno analizzate le interazioni, le visualizzazioni, i "mi piace", i commenti e i risultati ottenuti dalla condivisione dei contenuti in base a diversi criteri scelti.

Infine, il terzo capitolo rappresenta il cuore pulsante della ricerca e si riflette nell'analisi del caso studio dell'influencer Giorgia Soleri, attivista dedita da anni alla lotta per l'informazione e per la sensibilizzazione riguardo alla patologia.

In primo luogo, verrà introdotto il caso descrivendone in breve l'argomento e le caratteristiche trattate, le motivazioni che hanno portato alla scelta di soffermarsi sul caso dell'attivista in questione, e gli obiettivi che si posti dalla domanda di ricerca. In secondo luogo, attraverso l'analisi dei post condivisi su Instagram della nota influencer, verrà affrontata un'indagine delle dinamiche di interazione sui social network e delle strategie comunicative adottate da quest'ultima al fine di arrivare alla proficua comunicazione degli argomenti prefissati.

Questo elaborato di tesi cercherà di dimostrare l'efficacia, e la grande potenzialità dei social network nel portare l'attenzione pubblica sull'informazione e sulla sensibilizzazione di tematiche ancora ad oggi scarsamente discusse. Per arrivare a questo si è avvalso della figura di Giorgia Soleri, che attraverso l'utilizzo strategico di questi potenti mezzi di comunicazione, rappresenterà un esempio concreto di come si possa contribuire in modo sostanziale alla discussione e alla consapevolezza di patologie che hanno spesso faticato a trovare spazio nel dibattito pubblico.

In un'epoca in cui la comunicazione digitale è ormai onnipresente, il potenziale offerto dai social media nel promuovere la consapevolezza e l'informazione di tematiche di rilevanza sociale come la salute è sempre più evidente, e questo studio cerca di mettere in evidenza questa dinamica in relazione all'ambito medico-sanitario tramite il caso specifico della patologia dell'endometriosi, resa visibile, condivisa e divulgata tramite i social network e ai produttori di contenuti che grazie ad essi contribuiscono al fine di ottenere un'informazione sanitaria adeguata e efficiente.

CAPITOLO 1

SOCIAL MEDIA E INFORMAZIONE

1.1 La trasformazione dell'informazione nell'era digitale e social

Nel corso degli ultimi secoli il modo di comunicare e di fare informazione è cambiato notevolmente se si pensa che al giorno d'oggi per poter risalire a qualsiasi tipo di dato o informazione basta essere in possesso di un dispositivo con accesso a Internet. Tuttavia, il processo storico che ha portato a tale rivoluzione è stato lungo e ha caratterizzato la storia dell'uomo a partire dalla nascita dei primi mezzi di comunicazione di massa a quelli che ad oggi vengono chiamati propriamente media digitali o “nuovi media” (Paccagnella, 2010).

Partendo dall'invenzione della stampa di Gutenberg nel 1456 la quale rese possibile il diffondersi di libri, articoli e notizie, una volta destinati solo ai ceti più abbienti e acculturati in quanto scritti a mano e costosi, l'informazione iniziò per la prima volta ad essere rivolta ad un pubblico più ampio, in maniera più semplice e veloce. La stampa è stata per oltre quattro secoli il mezzo di comunicazione per antonomasia fino ad arrivare alla rivoluzione industriale dell'Ottocento in cui il maggior protagonista in ambito comunicativo fu il telegrafo, seguito successivamente dall'invenzione del telefono e del cinema (nella seconda metà dell'Ottocento) (Briggs, Burke, 2002).

Gli anni più significativi per la rivoluzione comunicativa furono però quelli del Novecento con l'invenzione e la diffusione della radio e della televisione, i primi veri mezzi di comunicazione di massa capaci di diffondere le notizie senza intervalli di tempo tra emittente e destinatario poiché diffusi in tempo reale e resi facilmente accessibili alla maggioranza della popolazione. Mezzi alla portata di tutti, i quali hanno dato alla popolazione la possibilità di essere informata e addirittura istruita tramite programmi televisivi contribuendo alla divulgazione della cultura, dell'istruzione e alla formazione dell'opinione pubblica in ambito politico (Briggs, Burke, 2002).

In Italia la televisione entra a far parte della quotidianità delle persone a partire dal 3 gennaio 1954, quando iniziarono ad essere trasmessi dalla Rai i primi programmi televisivi (Ferrarotti, 2007).

A partire da questo momento la televisione inizia ad entrare nelle case di un numero sempre maggiore di italiani, dando un contributo significativo alla diffusione della lingua italiana, prima prevalentemente scritta, e all'alfabetizzazione. Il carattere educativo della televisione italiana del dopoguerra fu un fattore di supporto di grande importanza, che venne citato nelle teorie di diversi studiosi, tra questi anche quella del grande linguista Tullio De Mauro, che nel suo libro "*Storia linguistica dell'Italia unita*" del 1961 riprende la tesi sottolineando come è stato attraverso l'insieme dei media audiovisivi, inclusi televisione, radio e cinema, che gli italiani hanno avuto accesso alle versioni parlate di una lingua che in passato era prevalentemente scritta.

Sono stati molti i programmi che la RAI degli anni '60 dedicò all'insegnamento della lingua, tra questi il più noto e riuscito fu il famoso *Non è mai troppo tardi* del maestro Alberto Manzi (Setti, 2012).

Nel corso del XX secolo il passaggio dall'informazione analogica all'era digitale è stato un processo che ha rivoluzionato completamente il mondo, la società e il modo di fare informazione. La storia della nascita di Internet inizia nel 1957, quando l'agenzia per la ricerca avanzata del dipartimento della difesa degli Stati Uniti crea una rete di computer chiamata Arpanet. La rete aveva lo scopo di connettere gli scienziati e i ricercatori del governo e delle università in modo che potessero scambiare informazioni e dati. Nel corso degli anni '60, altre reti simili iniziarono a svilupparsi in Europa e in Giappone ma non erano compatibili con Arpanet (Detti, Lauricella, 2013)

Nel 1969, un gruppo di scienziati guidati da Vint Cerf e Bob Kahn sviluppò un sistema chiamato TCP/IP (transmission control Protocol/Internet Protocol) che consentiva la comunicazione tra reti diverse. Questo sistema divenne il fondamento di Internet e permise la creazione di una rete globale che collegava a tutte le reti esistenti. L'ARPANET fu aperta agli utenti non governativi solo nel 1972 e nel 1983 venne creato il dominio ".com" permettendo alle imprese e alle organizzazioni di registrare il proprio indirizzi Internet fin quando nel '90 Tim Berners-Lee, un ingegnere britannico, sviluppò il World Wide Web (www), un sistema di navigazione basato su link ipertestuali che rese Internet ancora più accessibile e facile da usare. (Detti, Lauricella, 2013).

Da allora Internet è cresciuto in maniera esponenziale, diventando una parte integrante della vita quotidiana che ha avuto un impatto significativo sulla società, influenzando sull'informazione, sull'economia, la politica e la cultura. Con l'avvento della tecnologia digitale, e la diffusione di Internet è stato possibile creare nuovi mezzi di comunicazione chiamati "nuovi media" o "media digitali". Per media digitali si intende l'insieme dei mezzi di comunicazione basati su tecnologie digitali che si sono diffusi negli ultimi decenni del XX secolo, e che si sono successivamente integrati con i mass media tradizionali come la televisione, i libri e la radio citati in precedenza (Stella, 2012).

Va comunque precisato che la definizione di "nuovi media" non è del tutto esatta; tant'è che può essere ritenuta anche ambigua poiché tutti i media sono nuovi quando sono

appena stati introdotti, e non sempre i media basati su tecnologie recenti sono migliori di quelli vecchi (Stella, 2012). Infatti, i media digitali non sostituiscono i media tradizionali, ma li integrano o li modificano, possono essere considerati come un insieme di tutti i media precedenti (Arvidsson, Delfanti, 2013).

I media digitali sono stati dei mezzi fondamentali per lo sviluppo di quei servizi che ad oggi ricoprono un ruolo centrale nel panorama comunicativo e dell'informazione, dal momento che hanno fornito una piattaforma per la comunicazione e la condivisione di contenuti tra utenti in tutto il mondo: i social network.

Una definizione molto influente che spiega cosa siano i social network è stata formulata nel 2007 da Danah Boyd e Nicole Ellison:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system” (Boyd, Ellison 2007 p221).

I social network hanno cambiato il modo in cui le persone consumano e condividono l'informazione, offrendo nuove opportunità per la diffusione delle notizie (Riva, 2010).

L'avvento della tecnologia ha avuto indubbiamente degli effetti positivi e vantaggiosi, poiché ha reso l'informazione più accessibile una vasta gamma di persone permettendo loro di cercare e condividere in modo più veloce e semplice rispetto al passato qualsiasi tipo di dato (Briggs, Burke 2002). Inoltre, con l'avvento di Internet e dei social media vi è stato un cambiamento del modello comunicativo, da una comunicazione prettamente unidirezionale a una comunicazione bidirezionale e interattiva, tramite la creazione e la condivisione di contenuti dagli utenti, che permettono una maggiore partecipazione attiva sia da parte dell'emittente che del destinatario; infatti, si possono dividere gli attori in gioco in due: chi crea contenuti e chi ne usufruisce attivamente (Riva, 2010).

Un altro aspetto vantaggioso è l'immediatezza con cui vengono e possono essere reperite le informazioni permettendo così l'aggiornamento continuo di notizie e la loro diffusione in tutto il mondo in tempo reale, e di conseguenza l'aspetto oltretutto globale che queste piattaforme offrono tramite una comunicazione ampliata sebbene legata anche all'esperienza di navigazione del singolo utente tramite la personalizzazione dei contenuti.

Tuttavia, se è vero che questi strumenti hanno apportato degli effetti per lo più positivi e vantaggiosi, non vanno però sottovalutati alcuni rischi a loro associati. La facilità e l'immediatezza con cui è possibile interfacciare gli utenti ad un'enorme mole di informazioni può essere un rischio per i fruitori poiché pone il dubbio sulla qualità dei contenuti: su Internet e sui social si trova tutto, ma un tutto indistinto in cui il vero è spesso nascosto o contornato dal falso. La dinamica bidirezionale della comunicazione

dei nuovi media ha fatto emergere negli ultimi anni alcune problematiche, tra le quali una delle più note è quella delle notizie false o “fake news” (Lazer et al., 2018).

Un fenomeno che crea una certa confusione e contribuisce a diffondere lo scetticismo riguardo alla veridicità delle informazioni, poiché mette il soggetto che fruisce dei contenuti nelle condizioni di dover da sé stesso discernere ciò che è vero, supportato da fonti attendibili, da ciò che è falso (Lazer et al., 2018). Infatti, se con i classici mezzi di comunicazione unidirezionali la garanzia della verità è data dall'autorità competente, sia essa un telegiornale, o un programma di divulgazione scientifica, con internet e i social, la dinamica si frammenta.

Se da un lato la televisione ha contribuito, soprattutto in una fase iniziale, ad alzare il livello di alfabetizzazione, portando la massa ad avvicinarsi ad ambiti della cultura prima inaccessibili, nell'era dei nuovi media il criterio di individuazione del vero, del corretto, del supportato da fonti, diventa qualcosa di più complesso da individuare. In questa fase inedita non è più sufficiente l'alfabetizzazione e, d'altro canto, la forma di implicita accettazione dell'informazione su base autoritaria viene meno data la molteplicità delle fonti presenti online (Lovari, Righetti, 2020; Scuotto et al., 2022)

È dunque necessaria una certa capacità di ricerca, una consapevolezza metodologica che manca troppo spesso all'utente medio. In questo contesto l'utente può essere motivato da informazioni prive di fondamento, da convinzioni che si formano rimbalzando tra un contenuto e l'altro, divenendo tanto più pericolose quanto più si mostrano capaci di riversarsi dal mondo digitale a quello reale. La creazione di gruppi di utenti mal informati e indottrinati, ha sollevato la problematica costituita dall'avere questa enorme mole di informazioni indistinte, che si sviluppano nel mondo digitale in vari ambiti (Scuotto et al., 2022).

1.2 L'informazione medico-sanitaria: rischi e benefici dei social

Negli ultimi due decenni il tema dell'informazione e della sua comunicazione in ambito medico-sanitario sta assumendo un ruolo centrale sempre più rilevante per la società e i suoi cittadini (Lovari, 2017). La salute, infatti, è una tematica che tocca almeno una volta nella vita ciascuno: informare ed essere ben informati su ciò che concerne il seguire uno stile di vita salutare da una parte, e sui rischi associati alla conduzione di uno stile di vita sregolato o alla negligenza alla base della sottovalutazione di sintomi riconducibili a patologie non conosciute dall'altra, è qualcosa che interessa sempre di più tanto le istituzioni competenti, quanto i singoli cittadini (Lovari, 2017).

Con l'avvento del web 2.0, dei media digitali, e più nello specifico dei social network, stiamo assistendo ad un deciso cambiamento in quello che è il ruolo nella divulgazione di un'informazione sanitaria adeguata ed efficiente. Se in passato tale ruolo era appannaggio specifico del medico di fiducia, alla cui competenza il comune cittadino faceva riferimento per ogni delucidazione in merito alla propria salute, oggi vediamo affiancarsi a questa figura una molteplicità di nuovi attori, tutti accomunati sotto lo stesso denominatore: la connessione alla rete e ai suoi principali strumenti. Grazie a questi strumenti e alla condivisione di informazioni e notizie verificate sulle piattaforme social, i pazienti sentono una maggiore vicinanza ai temi della salute e sono incoraggiati a prendere decisioni basate su stili di vita salutari e su informazioni affidabili acquisite online (Lovari, 2017, Santoro, 2011).

Cosa si intende però col termine "web 2.0"? La sua caratterizzazione più completa viene definita nel libro *web 2.0 e social media in medicina* di Eugenio Santoro che lo descrive come:

"un luogo al quale chiunque può liberamente accedere attraverso l'impiego di software gratuiti al fine di condividere informazioni e collaborare per creare nuova conoscenza e nel quale gli utenti siano al tempo stesso produttori e fruitori nell'informazione" (Santoro, 2011, p. 2).

Questa tecnologia, infatti, e gli strumenti che ne derivano, sono preziosi per l'ambito medico; i suoi principi, ovvero la *collaborazione* e l'*interattività* nella condivisione di dati, sono facilmente applicabili al settore medico e della salute. In visione di questo fenomeno non solo Eugenio Santoro nel libro sopra citato, ma anche Alessandro Lovari nel suo libro *Social media e comunicazione della salute* affronta l'applicazione del web 2.0 in medicina citando i termini *Medicine 2.0* e *Health 2.0* per descrivere come i nuovi media e le nuove tecnologie siano state applicate in medicina e quanto il loro utilizzo abbia avuto un forte impatto sulla formazione del personale sanitario e sull'assistenza dei pazienti (Santoro 2011, Lovari 2017).

Per approfondire meglio il significato di questi termini non si può non prendere in considerazione la definizione di Eysenbach (2008) che definisce col termine "Medicine 2.0" un insieme che comprende tutti gli strumenti, i servizi e le applicazioni online utilizzate per coinvolgere i consumatori, i pazienti, gli operatori sanitari e i ricercatori che fanno uso delle tecnologie del web 2.0 al fine di agevolare l'aggregazione, la

partecipazione e la collaborazione all'interno di ciascun gruppo di utenti. L'obiettivo principale della Medicina 2.0 è facilitare la condivisione delle informazioni relative alla salute, permettendo ai pazienti di avere un ruolo più attivo nel gestire la propria salute e fornendo i professionisti sanitari e ai ricercatori un ambiente collaborativo per lo scambio di conoscenze e l'avanzamento scientifico.

A differenza della Medicina 2.0, il concetto di Health 2.0, introdotto da Van de Belt et al. (2010), si estende a una dimensione più ampia, coinvolgendo una vasta gamma di attori nel settore della salute e dell'assistenza sanitaria. Il concetto di Health 2.0 si concentra sull'utilizzo delle piattaforme partecipative [2.0] per migliorare l'accesso alle informazioni sulla salute, la promozione della salute, e la collaborazione tra diversi soggetti, come organizzazioni sanitarie, professionisti della salute, ricercatori e cittadini. Questo approccio olistico mira a trasformare l'intero sistema di assistenza sanitaria, promuovendo la partecipazione attiva e l'empowerment dei cittadini nella gestione della propria salute.

Le funzionalità del web 2.0 hanno dunque un alto potenziale per quanto riguarda il tema della salute; tuttavia, esistono alcuni effetti collaterali che meritano di essere presi in esame. La pandemia da COVID-19, All'insegna della quale il mondo intero ha passato gli ultimi tre anni, ci offre uno scenario perfetto per la rilevazione tanto dei benefici, quanto soprattutto degli effetti collaterali dell'era digitale.

Se da un lato sarebbe difficile immaginare la gestione di un simile evento globale prescindendo dagli strumenti che il web 2.0 ci ha messo a disposizione - sia per quanto concerne la possibilità di comunicare con medici competenti e attivi nella divulgazione delle corrette pratiche comportamentali da adottare, ma anche per quanto riguarda la capacità di questi strumenti di mantenere una connessione con la scuola, il lavoro e i propri cari - dall'altro non sono mancati anche dei punti problematici che mettono in luce alcuni dei rischi ad essi connessi.

Uno di questi riguarda la grande mole di informazioni, spesso indistinte o indistinguibili per molti dei cittadini, che ha avuto l'effetto di creare in loro una certa confusione, tanto che si parla, oltre che di prima pandemia, anche di prima *infodemia*¹ della storia nota a piè di pagina termine dell'OMS (Lovari, Righetti, 2020; Scuotto, Aruta, Ambra, Iavarone, 2022).

Basti pensare che il 70% di tutti gli articoli italiani monitorati da Media Cloud a marzo 2020 facevano riferimento al Coronavirus (Bermejo, 2020), e che tra il 30 gennaio e il 3 maggio 2020 sono stati pubblicati oltre 2 milioni e 700.000 post in lingua italiana su Facebook su questo tema, per un totale di oltre 480 milioni di interazioni (Lovari, Righetti, 2020).

¹ L'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) col termine *infodemia* descrive il fenomeno causato da una sovrabbondanza di informazioni spesso non verificate ed affidabili, scatenante una complicata comprensione degli argomenti poiché privi di fonti attendibili. Il termine deriva dalla traduzione originale della parola inglese *infodemic* composto dalle parole "information" (informazione) ed "epidemic" (epidemia) (OMS, 2020, Treccani Enciclopedia 2020). Vedi link: [infodemia in Vocabolario - Treccani](#)

Tra queste informazioni troviamo quindi anche una quantità sostanziale di disinformazione, di misinformazione o di vere e proprie *fake news*², come rileva il fatto che nel 2020 si contano oltre 80 articoli scientifici (Google Scholar) il cui titolo menziona il COVID-19 in connessione al problema dell'informazione scorretta (Lovari, Righetti, 2020).

Un'informazione scorretta, falsa o fuorviante sul virus è stata messa in circolazione non solo dai singoli cittadini, ma anche da personaggi pubblici e autorità politiche citando Lovari e Righetti:

“Veicolati da personaggi pubblici di notevole popolarità, e ulteriormente amplificati dai media mainstream, questi messaggi hanno avuto considerevole risonanza online e offline, diventando contenuti virali che hanno accresciuto il livello di incertezza in una popolazione già provata dall'impatto del virus e dalle misure restrittive del lockdown” (Lovari, Righetti, 2020, p 159).

Da ciò dipende un ulteriore problema, ovvero quello legato al fenomeno della sempre crescente sfiducia nella comunità scientifica e nelle autorità competenti, che vede nelle *teorie del complotto* la sua deriva più estrema. Si tratta di una crisi informativo-sanitaria alimentata online da movimenti che hanno promosso comportamenti critici verso l'autorità delle comunità scientifiche, in linea con quello che Lovari e Righetti definiscono un *approccio postmoderno* alla salute che finisce per minare la credibilità scientifica anche attraverso la partecipazione attiva dei non specialisti al processo sanitario, delineando così un grande fattore di rischio per la salute (Lovari, Righetti, 2020; Kata, 2012).

Ad accrescere la sfiducia dei cittadini si sono unite inoltre le numerose liti online dei più esperti, sono noti infatti diversi casi di virologi o medici in genere le cui opinioni erano in netto contrasto, contrasto spesso spettacolarizzato dai media mainstream (Lovari, Righetti, 2020).

La troppa informazione, dunque, legata anche a necessità editoriali, finisce per disorientare i cittadini a cui molto spesso manca la capacità di sostenere un approccio critico, capace di discernere il vero dal falso e di arrivare alle fonti più autorevoli. In un contesto simile è necessario che la media education vada di pari passo con gli sviluppi e le possibilità che la tecnologia mette a disposizione, al fine mettere ordine al caos dell'infodemia per portare i cittadini verso quello che Iavarone chiama *digitale civile*:

“un approccio etico e democratico alla comunicazione per una “medialità responsabile” che tenga conto dei processi emotivo-empatici che si innescano in un soggetto ricevente e di quanto la decodifica di un'informazione può generare interpretazioni e ideologie che impattano sulla relazione che il soggetto ha con sé stesso e che determinano anche il suo posizionamento sociale” (Scuotto, Aruta, Ambra, Iavarone, 2022, p. 20).

² Il termine “fake news” dall'inglese letteralmente significa “notizie false”. Traduzione a cura dell'autore dell'elaborato.

La crisi pandemica ha messo dunque in risalto alcuni dei rischi e dei benefici che il web 2.0 ha introdotto e poi sviluppato ulteriormente con l'era dei social network. Possiamo dire infatti che due sono le sfide principali nell'adozione del Web 2.0 in ambito sanitario: la comunicazione attraverso i social media e la veridicità delle informazioni sulla salute (Lovari, Righetti, 2020).

La prima sfida riguarda la capacità di sviluppare una comunicazione partecipativa e circolare sui social media, piuttosto che unidirezionale, per creare un flusso di informazioni tra i vari attori della salute. La seconda sfida riguarda la necessità di garantire che le informazioni riguardanti la salute siano accurate e veritiere, dato che spesso gli utenti condividono contenuti non basati su ricerche scientifiche o protocolli clinici, immersi in un flusso comunicativo denso e frammentato che comprende contributi di pazienti, medici, giornalisti, industria farmaceutica e organizzazioni sanitarie pubbliche e private (Lovari, 2017).

D'altro canto, però, i social media e le tecnologie di comunicazione mobile sono una grande risorsa per la promozione della salute poiché possono aiutare a raggiungere pubblici molto vasti, e a ridurre così le disuguaglianze sociali nell'accesso alla salute. Inoltre, questi mezzi permettono una partecipazione attiva degli attori pubblici nella costruzione dei messaggi e dei contenuti, e hanno un costo molto inferiore rispetto all'utilizzo dei media tradizionali.

I social media e le tecnologie di comunicazione mobile favoriscono l'immediatezza dell'informazione, la condivisione dei contenuti, la personalizzazione dei messaggi, la facilità di integrazione tra enti ed istituzioni e il sostegno nella scelta di comportamenti salutari (Lovari, 2017). Inoltre, anche se i social media non eliminano le disparità tra gruppi sociali, possono ridurre in maniera esponenziale gli effetti del *digital divide* (Bodie, 2008) grazie alla diffusione sempre più ampia di Internet e alla sua facilità di reperibilità grazie al suo basso costo.

1.3 Attori in gioco: Tra Enti, Istituzioni, Medici/pazienti e Influencer

Nell'ambito dell'informazione sanitaria e della comunicazione della salute sono coinvolti diversi attori della società, tra cui Enti, Istituzioni, Associazioni, medici e pazienti, che lavorano insieme per la creazione di un percorso di “costruzione sociale della salute” (Immacolato, Baccetti, Baricci, Magnani, Menconi, 2010).

In particolare, se si trattano argomenti sensibili per la salute pubblica, è essenziale coinvolgere prioritariamente target specifici, in modo particolare cittadini a cui interessa formarsi delle conoscenze mediche di base, a cui Mariella Immacolato si riferisce con la nozione di *cittadini competenti* (Immacolato et al., 2010).

Questi cittadini diventano potenziali alleati nella realizzazione di obiettivi come i Piani per la salute. Possono essere singoli individui o gruppi, pubbliche o private istituzioni che sono direttamente o indirettamente coinvolte nella salute pubblica e nella prevenzione delle malattie attraverso le loro azioni e decisioni. Essi rappresentano un elemento fondamentale nella catena comunicativa: ricevono le informazioni generate dall'organizzazione sanitaria, le producono autonomamente e si impegnano in seguito a diffonderle (Immacolato et al., 2010, p.32).

In *Comunicazione, informazione sanitaria e tutela del diritto alla salute (2010)*, viene data una definizione per spiegare cosa si intende per “cittadini competenti”:

“Per semplificare, li possiamo suddividere (in riferimento agli attori in gioco) in tre categorie: pubblico, privato e sociale. Nella prima categoria ritroviamo i politici e gli amministratori pubblici, gli operatori sanitari e sociali (inclusi i medici di medicina generale), gli enti istituzionali come INPS o INAIL, le aziende di servizio, la scuola e l'agenzia per la formazione, i servizi sociali e assistenziali e, non ultime, le società professionali e le organizzazioni sindacali. Nel privato sono inclusi, oltre ad alcuni soggetti citati sopra a conduzione privata, anche le cooperative. Nella categoria sociale sono riuniti come “cittadini competenti”, le onlus, le fondazioni, il volontariato sociale, i gruppi di interesse (anche occasionali), i testimonials” (Immacolato et. al., 2010, p.34, nota n.5).

Con l'innovazione e l'introduzione dei social media, di Internet, e dei social network, questi attori hanno avuto un'ulteriore possibilità nella condivisione dell'informazione della salute, riuscendo oltretutto a interloquire e ad avere una relazione l'uno con l'altro. È noto, infatti, come negli ultimi anni siano stati creati veri e propri blog, forum e riviste online dedicate al mondo della salute in cui medici ed esperti possono condividere e informare i propri pazienti su atteggiamenti, comportamenti e stili di vita da adottare per un miglioramento generale dello Stato di salute o per informare di sintomi e rischi e associati a patologie e comportamenti atti a interferire con uno stile di vita salutare (Lovari, 2017).

Le stesse istituzioni e gli enti che si occupano di sanità pubblica e privata hanno deciso di adottare la digitalizzazione dei portali tramite Internet usufruendo dei social network per aiutare i pazienti e i medici nella professione per facilitare le prestazioni mediche e velocizzare gli esiti e la comunicazione di questi ultimi ai medici referenti

Un esempio in tal caso può essere, nel pubblico, il portale web per le prestazioni mediche della regione del Veneto ovvero la AULSS 6 EUGANEA³ della provincia di Padova, e nel privato il sito web di Medicitalia⁴, una realtà digitale che raggruppa medici e professionisti della salute.

Inoltre, questi mezzi di comunicazione hanno messo in relazione questi attori sociali creando così un mix comunicativo sempre più partecipativo e inclusivo. Con l'aumento dell'utilizzo dei social media i cittadini cercano informazioni sulla salute, dialogano e coordinano con altri pazienti e cercano relazioni con i medici e le istituzioni sanitarie. L'uso dei social media ha definito il concetto di "e-patient", ovvero un paziente connesso che cerca informazioni sulla salute online, condivide contenuti e diventa un utente informato e attivo nella propria salute. L'e-patient è un paziente connesso empowered che si reca dal medico per acquisire informazioni e concepisce il rapporto con i medici in modo diverso grazie a internet e ai social media (Lovari, 2017).

Altra categoria annoverata tra gli attori che si muovono nello spazio della salute sono gli influencer. Oltre ai professionisti della salute che si avvicinano al mondo dei social in qualità di creatori di contenuti, come è il caso di personalità come il Dottor Salvo di Grazia, la pediatra Valentina Paolucci, e la nutrizionista Alice Carnevale, troviamo anche influencer che non hanno una preparazione medica specifica, ma che possono essere interpretati esperti del mondo social in grado di diffondere ideologie mediche virtuose e un linguaggio di pratiche utili alla salute pubblica (per esempio l'attivista Giorgia Soleri, di cui tratterò più nello specifico nel terzo capitolo di questo elaborato) (Van Dijck et al., 2018; Lovari, 2017).

Come ben riassume Alessandro Lovari:

“Questa pluralizzazione di spazi e di voci espone i cittadini connessi a diverse tipologie di contenuti, o a differenti prospettive dello stesso contenuto, facendo cadere le cesure e gli inquadramenti che la televisione e gli altri media mainstream avevano ampiamente praticato nei diversi contenitori informativi e di intrattenimento” (Lovari, 2017, p. 77).

In sostanza, i social media contribuiscono alla creazione di una rete tra istituzioni sanitarie, medici e pazienti, mettendoli in relazione attraverso nuovi canali di informazione. Tutto ciò influenza le decisioni degli utenti e le loro pratiche comunicative (Lovari, 2017).

³ Sito web dell'azienda AULSS 6 EUGANEA: [Homepage AULSS 6 EUGANEA AULSS 6 Euganea](#)

⁴ Sito web di Medicitalia: [Consulti medici e specialisti online: più informati, più sani! | MEDICITALIA.it](#)

CAPITOLO 2

ENDOMETRIOSI

2.1 Storia, Patologia. Sintomi

L'endometriosi fu descritta per la prima volta da Karl von Rokitansky nel 1860, il quale osservò la presenza di un tessuto simile all'endometrio, che invade il miometrio; successivamente Thomas Cullen nel 1920 descrisse la presenza di cisti ovariche e tessuto simile all'endometrio nel setto vaginale del retto.

Fu però Sampson il primo a dimostrare specifiche attività endometriali e successivamente a presentare una teoria sulla patogenesi della malattia. Sebbene vi siano ancora molte ricerche e studi in corso riguardo le cause della patologia, la sua teoria è ad oggi quella più accreditata, egli sostiene che la presenza del tessuto endometriale all'esterno dell'utero sia dipesa dal propagarsi di flussi mestruali retrogradi attraverso le tube, ed alla conseguente dispersione di frammenti di cellule endometriali nel corso del ciclo mestruale (Ardenti, 2014).

Negli ultimi due decenni c'è stato un crescente interesse per la storia dell'endometriosi e in particolare uno studio (Nezhat et al., 2012) ha analizzato in dettaglio un gran numero di testi classici dall'antichità fino al XIX secolo contenenti descrizioni di sintomi che fanno emergere prove dell'esistenza dell'endometriosi anche in tempi antichi. Plausibilmente, mentre alcune delle donne citate avevano probabilmente l'endometriosi, queste descrizioni non possono essere considerate una prova di una "identificazione" precoce della condizione e, in effetti, gli studiosi non sono d'accordo su chi sia stato il primo a rendersi conto della sua esistenza.

A partire dalla sua definizione attuale, ovvero la *presenza di tessuto funzionale simile all'endometrio al di fuori dell'utero, ma nella cavità pelvica, o anche all'esterno, con comprovate lesioni attive dal punto di vista cellulare che hanno un effetto sulla normale fisiologia dell'organo sessuale femminile* (Audebert, Backstrom, Barlow, et al., 1991).

All'inizio, endometriosi peritoneale, extraperitoneale, profonda, e l'adenomiosi venivano raggruppati tutti sotto il nome unico di "adenomioma" e tutte queste varietà venivano considerate un tutt'uno (Benagiano, Brosens, 2011); solo negli anni '20 l'adenomiosi e l'endometriosi sono diventate due entità separate (Cullen 1920; Frankl, 1925).

In seguito, nel 2012, con lo studio sopra citato, ci si è spinti più in là, sostenendo che già nell'antichità alcuni autori classici avevano descritto sintomi e caratteristiche dell'endometriosi. Lo studio fornisce una ricostruzione dei disturbi ginecologici del passato e descrive dettagliatamente il lavoro di una lunga serie di autori classici, a partire da Ippocrate, che ha descritto i sintomi che possono essere associati all'adenomiosi o all'endometriosi (Nezhat et al., 2012).

Ci sono ancora molte domande alle quali manca una risposta sull'endometriosi che la ricerca scientifica internazionale sta cercando di affrontare. Oltre alle questioni sull'incidenza, l'eziologia, la ricorrenza, le localizzazioni e gli aspetti clinici, diagnostici, terapeutici e chirurgici, il principale punto ancora oggetto di dibattito riguarda la patogenesi dell'endometriosi. Studi più recenti, pur confermando la validità della teoria già sopracitata di Sampson, hanno rivelato la complessità della condizione, riconoscendo anche anomalie immunologiche e alterazioni endocrine nella patogenesi dell'endometriosi, che sono oggetto di approfondimenti scientifici da parte della comunità medica (Farquhar, 2007; Giudice et al., 2004; Serracchioli et al., 2012; Vignali et al., 2002).

Quando si parla di endometriosi si fa riferimento a una patologia causata dalla presenza di tessuto endometriale –una mucosa che normalmente riveste la cavità dell'utero– al suo esterno o addirittura in organi diversi, come le ovaie, le tube, il peritoneo, e talvolta anche l'intestino, la vescica, il sigma e il cavo del Douglas. Nonostante colpisca il 5-10% delle donne in età riproduttiva –in Italia circa il 10-15% delle donne in età fertile e all'incirca il 30-50% delle donne infertili o che riscontrano difficoltà nel concepimento– si ritiene che questo dato sia sottostimato, poiché si basa solo sulle diagnosi confermate tramite laparoscopia (Fauconnier et al., 2005; Farquhar, 2007; Giudice et al., 2004; Viganò et al., 2004).

In Italia le donne che hanno ricevuto una diagnosi certa al momento sono almeno tre milioni (Ministero della salute). Purtroppo, il percorso per arrivare a una diagnosi si rivela nella maggior parte dei casi estremamente lungo e ben oltre la comparsa dei primi sintomi economicamente dispendioso e doloroso, il che causa nelle pazienti delle ripercussioni molto importanti a livello psicologico (Carneiro et al., 2010; Borghese et al., 2018; Giudice, 2010; Ardeni, 2014).

Il fenomeno del ritardo diagnostico può essere attribuito a diverse ragioni. In primo luogo, il fatto che il dolore derivato dalla patologia viene spesso scambiato per normale dolore mestruale, tanto dalle donne colpite, quanto dai medici in fase diagnostica. Inoltre, la sintomatologia dell'endometriosi risulta aspecifica, rendendo possibile l'associazione dei sintomi a altre forme di patologie, come disordini gastrointestinali, disturbi urinari, problemi di fertilità e dolore durante i rapporti sessuali (Ardeni, 2014)

Ciò porta anche ad una variazione della condizione clinica da soggetto a soggetto, con una parte delle pazienti che riscontrano una forma asintomatica della patologia e invece alcune donne che presentano sintomi gravi (Carneiro et al., 2010; Borghese et al., 2018). Pertanto, si sono registrati notevoli ritardi nella diagnosi di donne affette da questa patologia, con un periodo compreso tra 5 e 11 anni (Ballard et al., 2006).

A livello di sintomatologia, come ricorda Rossella Ardeni (2014), l'endometriosi oltre all'impatto fisico, caratterizzato da sintomi localizzati principalmente negli organi sessuali interni, ha forti ripercussioni anche sul piano psicologico e relazionale, includendo questioni quali l'identità, il ruolo sessuale e la femminilità. La dimensione

emotiva, affettiva e relazionale associata all'endometriosi gioca un ruolo fondamentale e non può essere ridotta semplicemente ad una reazione soggettiva ad una malattia complessa. È importante comprendere che l'endometriosi comporta una profonda sofferenza psicologica, emotiva e relazionale, oltre a causare dolore fisico significativo e che per questo richiede di essere ascoltata e compresa attentamente (Ardenti, 2014).

2.2 Una patologia sottaciuta: le ragioni sociali alla base del tabù

Per poter descrivere quelle che sono le ragioni sociali legate al *tabù* che affianca questa patologia è dapprima doveroso spiegare il significato del termine “tabù” e comprenderne le sue origini. Il vocabolo “tabù” trae le sue origini dalla lingua polinesiana, più precisamente dall'unione di due termini: “*ta*”, che indica “segnare” o “marcare”, e “*pu*”, che denota una forte intensità. Pertanto, il termine “tabù” trasmette letteralmente il significato di qualcosa di fortemente marcato, portatore di un segno distintivo per segnalare la presenza di un pericolo o una proibizione, invitando a rispettare o evitare qualcosa o qualcuno (Thiébaud, 2018).

L'esploratore inglese James Cook fu il primo a registrare il termine "tabù" durante un viaggio a Tonga, nelle isole Hawaii, nel 1777. Da allora, l'inglese divenne la prima lingua a adottare questa parola ("taboo", "tabooed") con il significato di "vietato" o "proibito". Col tempo, il vocabolo fu incorporato anche nelle altre lingue europee, mantenendo una forma simile all'originale e il medesimo senso di proibizione e divieto. In origine, nella cultura polinesiana, il termine "tabù" possedeva un significato ambivalente, comprendendo sia la sacralità che la proibizione. Esso identificava persone, oggetti e luoghi ritenuti meritevoli di rispetto e, al contempo, poteva designare ciò che era considerato potenzialmente contaminato o impuro⁵.

La scarsa quantità di informazioni sull'esperienza personale dell'individuo semplifica la questione proibita e le caratteristiche di chi è considerato portatore di un tabù negativo, etichettandolo con un'immagine rigida che non rende giustizia alla sua complessità (Zingale, 2013). Si tende a basarsi su false credenze diffuse e voci non verificate, invece che su conoscenze concrete che potrebbero normalizzare e sradicare il tabù, liberando così gli individui da pregiudizi dannosi. Le inibizioni sociali sono strettamente legate al contesto culturale e storico. Ad esempio, la sessualità oggi è trattata in modo molto diverso rispetto al passato; sebbene sia ancora considerata un argomento improprio da molti, la conoscenza e la libertà riguardo a questa tematica sono aumentate in modo notevole.

I tabù più comuni e largamente diffusi da Oriente a Occidente, da Nord a Sud del mondo, sono quelli alimentari (in ambito religioso, ad esempio, il maiale per i musulmani), quelli relativi alle sostanze corporee e alle parti intime, gli animali impuri o pericolosi, il sesso e la lussuria, la paura, lo status sociale, l'odio, la disonestà, l'ubriachezza, la pazzia, le bestemmie e le parolacce, la morte e Dio (Burrige, 2014).

Per quel che riguarda la dimensione femminile, è un fatto noto come i tabù legati alla sessualità e al corpo affettivo la donna molto più dell'uomo fin dall'antichità. Ciò

⁵ Vedi link: [TABU in "Enciclopedia Italiana" \(treccani.it\)](https://www.treccani.it/enciclopedia/tabu)

dipende dalla differenza tra i valori che riguardano la sessualità femminile rispetto a quella maschile (Burridge & Benczes, 2018).

Secondo Goffman, lo stigma costituisce un simbolo o un tratto, che può essere sia fisico che generale, che abbia lo scopo di mostrare all'esterno lo status morale, negativo o insolito della persona che lo riveste. Questo simbolo, chiamato appunto stigma, termine che deriva dalla lingua greca che significa "marcare" o "pungere"), viene imposto all'individuo, causando la trasformazione e il declassamento da una persona "completa" come ci si aspetta normalmente, a una persona "segnata e ridotta". Tale simbolo visibile associa un elemento esterno alla persona con un aspetto non direttamente visibile, ovvero il suo status morale con caratteristiche indesiderabili (Fava, 2014; Goffman, 1963).

Tra i tabù più noti che accompagnano le donne troviamo sicuramente quelli legati al ciclo mestruale, tanto è vero che persino il termine "ciclo" viene spesso utilizzato al posto di "mestruazioni" a causa dello stigma attorno a quest'ultimo (Locatelli, 2021). Il tabù sulle mestruazioni ha origini antiche e, ancora oggi, in diverse parti del mondo è causa di giudizio e discriminazione nei confronti delle donne. Questo tabù pone alla base della pratica sociale la concezione secondo la quale le mestruazioni devono restare celate nella sfera intima femminile, dunque occultate, nessuno dovrebbe essere in grado di vederle o di parlarne.

Come ricorda Raffaella Malaguti, è credenza comune che il ciclo mestruale debba rimanere un fatto privato, qualcosa legato all'intimità femminile, per il quale è opportuno avere pudore. Un silenzio che tuttavia mostra conseguenze dannose tanto per la sfera culturale, quanto per quella pratica (Malaguti, 2005).

Nella praticità, il tabù legato al ciclo mestruale rischia, come ricordato nel precedente paragrafo, di portare a ritardi nella diagnosi di varie patologie ad esso associate, tra cui l'endometriosi. Un fenomeno che sarebbe attenuabile se il pubblico in generale fosse istruito sui sintomi della patologia (Arruda et al., 2003; Seear, 2009; Shah et al., 2010; Hudelist et al., 2012)

Tuttavia, in tempi più recenti, anche grazie all'avvento dei nuovi media, è in atto un processo di *normalizzazione e destigmatizzazione*. Uno studio condotto su Twitter, che analizza una serie di post relativi al ciclo mestruale, mostra la loro utilità, non tanto nella contestazione degli stereotipi, quanto più nel dare visibilità alle costruzioni sociali e ai tabù attorno all'argomento (Bobel et al., 2021; Thornton, 2013).

Attraverso i social media si è potuto dare maggior voce anche all'attivismo femminista, il quale ha contribuito a diffondere un'immagine veritiera e scavra di pregiudizi riguardo il peridio delle mestruazioni (Looft, 2017; Munro, 2013).

Oltre a ciò, i social media possono rivelarsi strumenti adeguati alla condivisione della propria esperienza: al fine di istruire pedagogicamente e sensibilizzare; al fine di rompere lo stigma che circonda il tema e renderlo visibile; nonché come strumento di aggregazione di una community (Gaybor, 2020). Tuttavia, va sottolineato come molto spesso la qualità delle informazioni disponibili online risulta inaffidabile e porta a paure ingiustificate e a un senso di impotenza (Canis et al., 2016).

2.3 Il contributo dei social nella sensibilizzazione: analisi delle piattaforme

Come rimarcato nel precedente paragrafo, il contributo dei social media nella condivisione di esperienze personali, dei sintomi legati a patologie ancora “invisibili” agli occhi di molti cittadini e dell'ambiente professionale medico, e questioni spesso non considerate perché avvolte attorno al velo del tabù, è sempre più utile e fondamentale nel processo di destigmatizzazione dei tabù e nell'informazione e sensibilizzazione riguardo questi *topic*.

Nel seguente paragrafo per dimostrare il potenziale informativo e divulgativo della malattia dell'endometriosi nelle piattaforme social sono stati presi in considerazione per l'analisi qualitativa le seguenti piattaforme: Youtube, Facebook, Instagram e Tik Tok.

Per ciascuna piattaforma sono stati individuati quattro criteri di selezione dei post, video, e Instagram *reels*⁶, ed è stato analizzato il materiale dal punto di vista argomentativo e qualitativo, in quanto il presente lavoro, trattandosi di uno studio della Teoria e pratica dell'argomentazione digitale si basa su ciò che rende l'argomentazione efficace e significativa a livello comunicativo e non sulla quantità di materiale preso in analisi.

I criteri di selezione sono i seguenti:

- Maggior numero di visualizzazioni, “mi piace” e commenti, ed engagement.
- Tipo di argomentazione particolare.
- Ufficialità della fonte: enti regionali, istituzioni sanitarie, associazioni.
- Tono e stile comunicativo.

Un criterio non presuppone o preclude l'altro, sono stati analizzati infatti post che presentano o un solo criterio o più criteri associati insieme.

YOUTUBE

- Video selezionato per numero di visualizzazioni, “mi piace” e commenti:



Fig. 1: video pubblicato sul canale Youtube ufficiale di Freeda: <https://youtu.be/jBrzvMcIRxk>

⁶ I “reels” sono contenuti video brevi, in formato verticale 9:16 utilizzati principalmente nella piattaforma social di Instagram.

Il primo video in questione dal titolo “Cos’è l’endometriosi? Come si affronta? Ce lo racconta chi ne soffre” caricato dal canale di Freeda, il due aprile 2019, vede come protagonista Vania Mento, una donna e attivista affetta da endometriosi che racconta e spiega in maniera sintetica, ma estremamente chiara, di cosa tratta la patologia, quali sono i sintomi ricorrenti, e il tabù che la rende tutt’oggi una malattia “invisibile” e poco conosciuta”. Particolarmente significativo oltre al tema argomentato, è che il video in questione ha generato più di 143.000 visualizzazioni e suscitato l’engagement del pubblico con 71 commenti, tutti positivi che esprimono sostegno e gratitudine al canale per il lavoro di divulgazione sul tema.

-Video selezionato per tipo di argomentazione particolare e tono/stile comunicativo:

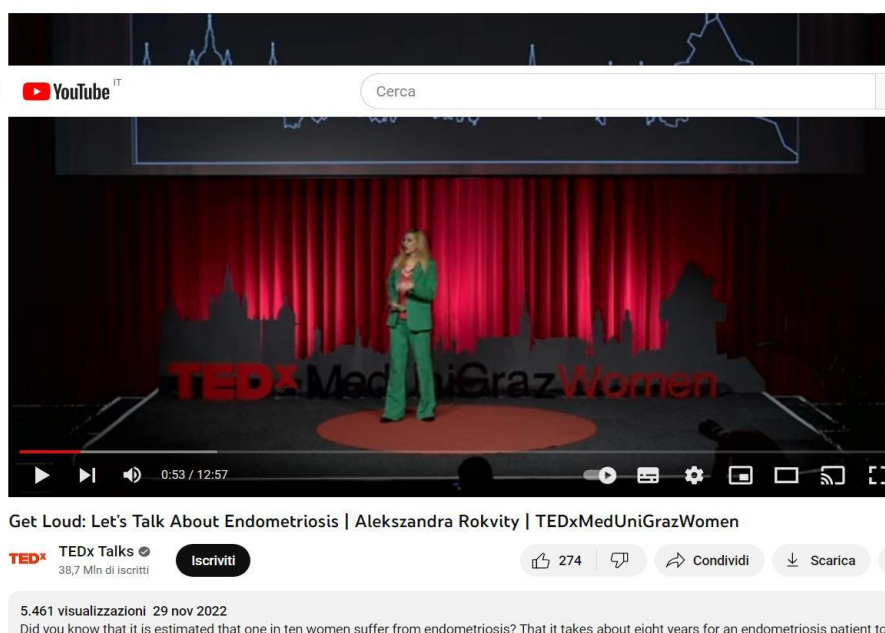


Fig. 2 video pubblicato sul canale ufficiale TEDx Talks: <https://youtu.be/f7LpLXndBUE>

In questo caso il video analizzato è un video pubblicato dal canale Youtube ufficiale di TEDx Talks il ventinove novembre 2022 in cui la protagonista è Aleksandra Rokvity, una attivista di origini Serbe. Questo è un video che denota un particolare tipo di stile argomentativo, ovvero quello del Tedx Talk, in questo caso è un monologo informativo, espressivo e arricchito di esperienza personale raccontata con un velo di ironia ma pungente e immediato.

L’attivista si mette a nudo davanti al pubblico parlando della patologia che in quell’esatto momento le sta causando dolori forti e subdoli, sull’apparente stato fisico salutare che cela la malattia cronica e sul perché non se ne parla a sufficienza nell’ambiente di interazione sociale, invitando il pubblico a parlare della patologia per arrivare a un cambiamento concreto.

-Video selezionato per ufficialità della fonte:



Fig.3 video pubblicato sul canale del Policlinico di Milano: https://youtu.be/sx4mpqTVZ_A

Il video in questione è stato pubblicato sul Canale YouTube ufficiale del Policlinico di Milano il dieci luglio 2020. In questo caso a trattare l'argomento della patologia non è una persona comune, bensì un medico competente: la ginecologa Laura Buggio del Policlinico di Milano. Di conseguenza la rilevanza del video risiede nella affidabilità e nella serietà ricoperta dalla fonte che svolge l'opera informativa e divulgativa, ovvero da un'esperta del settore che appartiene all'ambiente delle istituzioni sanitarie.

FACEBOOK

-Post selezionato per maggior numero di “mi piace” e commenti:

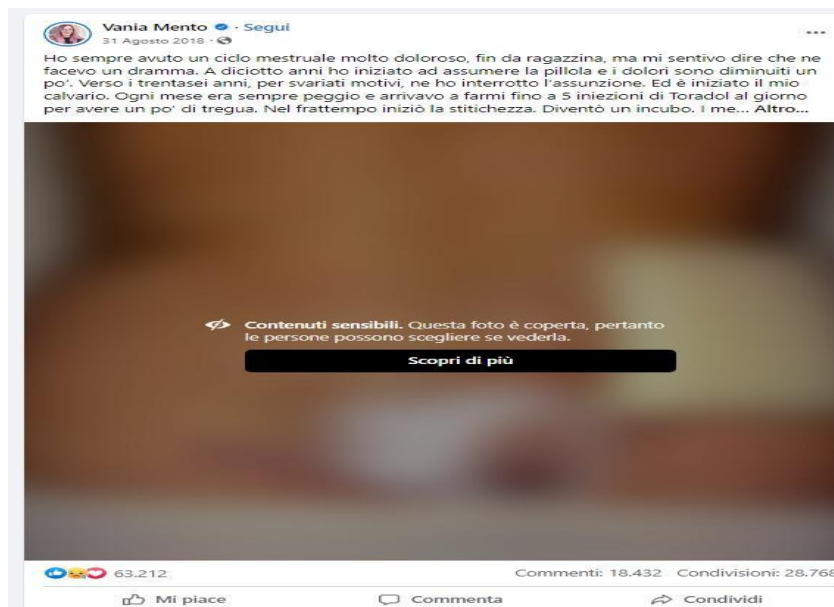


Fig.4 Post pubblicato sul profilo Facebook di Vania Mento: [Vania Mento - Ho sempre avuto un ciclo mestruale molto doloroso,... | Facebook](#)

Il post analizzato è stato pubblicato il trentuno agosto 2018 da Vania Mento, attivista per l'endometriosi (vedi fig.1 video "Cos'è l'endometriosi? Come si affronta? Ce lo racconta chi ne soffre") sulla propria pagina Facebook. Il post in considerazione è una finestra di sfogo dell'attivista che racconta la sua battaglia contro la malattia, una descrizione dal tono drammatico e significativo che è riuscita a cogliere la sfera emotiva ed empatica del pubblico generando un engagement decisamente alto.

Il post, infatti, conta oltre 63.000 "mi piace", 18.000 commenti e 28.000 condivisioni, un dato espressivo di una comunicazione efficace e riuscita, mirata al far conoscere la propria esperienza e a condividere e informare il maggior numero di persone al fine di portarle a una sensibilizzazione sull'argomento trattato.

-Post selezionato per ufficialità della fonte e tipo di argomentazione:



Fig.5 Post pubblicato sul profilo Facebook ufficiale del Ministero della Salute: [L'endometriosi può avere un alto impatto... - Ministero della Salute | Facebook](#)

Il seguente post, pubblicato dal profilo ufficiale Facebook del Ministero della Salute, il ventotto marzo 2022, data non scelta senza un fondamento di base dall'ente poiché rappresenta la giornata mondiale dell'endometriosi. Il Ministero della Salute è un ente ufficiale e la qualità delle informazioni rilasciate nel post è garantita proprio per l'autorevolezza rivestita da esso.

La scelta di pubblicare delle slide informative, rese facilmente comprensibili dal pubblico grazie all'utilizzo di un linguaggio semplice e diretto, produce un effetto di ricezione da parte del pubblico, e soprattutto di comprensione del messaggio.

INSTAGRAM

-Post selezionato per numero di “mi piace” e alto engagement:



Fig.6 Post pubblicato dalla pagina Instagram ufficiale di Will_ita: [L'endometriosi è una patologia invalidante che colpisce una donna su dieci in tutto il mondo. È considerata una patologia di rilevanza... | Instagram](#)

Il post selezionato è stato pubblicato il ventotto marzo 2023 dal profilo ufficiale Instagram di “Will_ita”⁷, pagina e community dedicata nel trattamento di temi riguardanti la politica, l’economia, l’attualità e la società. La pagina vanta un seguito notevole, si contano infatti oltre un milione e mezzo di follower. Per questo motivo un post pubblicato da una pagina di informazione così seguita ha suscitato un’evidente rilevanza con oltre 50.000 “mi piace”, e più di 300 commenti da parte del pubblico fruitore. Il post è suddiviso in slide, brevi, concise, e dirette, che spiegano la malattia con un linguaggio semplice e veloce, invitando il lettore a rendersi attivo e partecipe all’argomento, rimarcando sulle parole “è un problema per le donne, ma riguarda tutti”.

-Post selezionato per tipo di argomentazione particolare e tono/stile comunicativo:



⁷ Vedi link profilo ufficiale: [WILL \(@will_ita\) • Foto e video di Instagram](#)

Fig.7 Reel pubblicato dalla pagina Instagram della influencer “lacasadimarta” in collaborazione con la pagina e associazione “apendometriosi”: [: Se non lo provi, non puoi capire cosa significhi soffrire di endometriosi. @apendometriosi #mettineinostripanni #marzomeseendometriosi... | Instagram](#)

In questo caso è stato analizzato un Instagram Reel, ovvero un formato video in 9:16, caratteristico delle piattaforme più giovani e attuali (utilizzate principalmente come stile comunicativo nelle piattaforme social tra cui Instagram e Tik Tok). Il *reel* preso in analisi è stato pubblicato il quindici marzo 2023 dall’attrice e doppiatrice Marta Filippi, famosa sul canale Instagram “lacasadimarta”⁸ per i suoi *reels* a sfondo comico e ironico.

Il video è stato selezionato per il tipo di tono particolare e lo stile comunicativo: un dialogo tra due donne, una affetta da endometriosi, e l’altra che la ridicolizza utilizzando espressioni tabù utilizzate spesso dalle donne stesse: “secondo me non sta così male”, “ce li abbiamo tutti i dolori dal ciclo, prenditi un antidolorifico”.

La trama viene ribaltata nel momento in cui vengono scambiati i ruoli delle donne facendo provare alla donna che sottovalutava il dolore della paziente, quali siano i sintomi avvertiti realmente a causa della patologia. Il tono particolarmente ironico utilizzato dalla *creator* rende il messaggio significativo con le parole finali: “quello che puoi fare è metterti nei panni delle donne che ne soffrono, e credere al loro dolore”.

TIK TOK

-Video selezionato per numero di visualizzazioni e commenti:

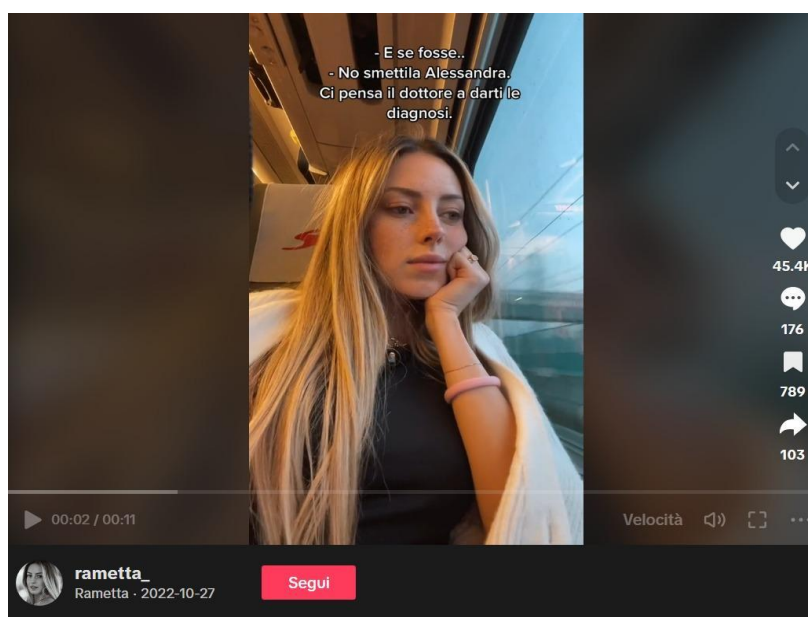


Fig.8 Tik Tok pubblicato sulla pagina ufficiale dell’influencer “Rametta”: https://www.tiktok.com/@rametta_/video/7159235771239615749

⁸ Vedi link profilo ufficiale: <https://instagram.com/lacasadimarta?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Il video Tik Tok selezionato è stato pubblicato dall'influencer Alessandra Rametta sul suo profilo ufficiale "Rametta"⁹ il ventisette ottobre 2022. Il video ha ottenuto più di 600.000 visualizzazioni, 45.000 "mi piace" e 170 commenti. Il video è breve, infatti, la durata è di appena undici secondi in cui la creator si mostra preoccupata prima di una visita da uno specialista, poiché già sospettosa della condizione e dai sintomi riscontrati.

La diagnosi le verrà confermata dal ginecologo, e verrà accertato il suo caso di endometriosi. I commenti principali sono solidali, o richieste di consigli per conoscere i sintomi della malattia, e sono quasi tutti di donne che, come Alessandra Rametta, avevano ricercato i sintomi online per dare un nome al proprio stato di sofferenza fisica, e che successivamente tramite una visita da uno specialista hanno ritrovato nella diagnosi conclamata una conferma della presenza della patologia.

-Video selezionato per ufficialità della fonte:

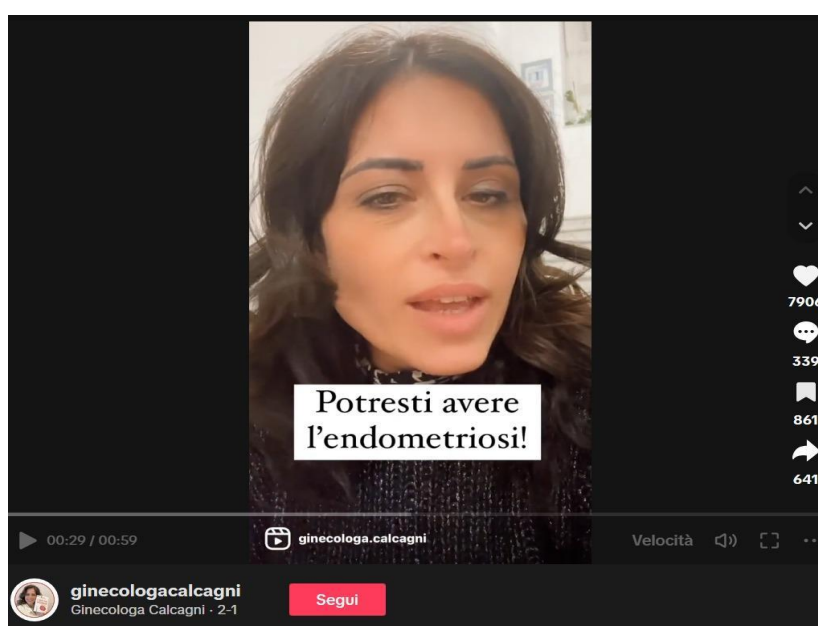


Fig.9 Tik Tok pubblicato dalla ginecologa Monica Calcagni: [\(3\)La Dismenorrea è il dolore che si ha durante le mestruazioni. Può ess... | endometriosi | TikTok](#)

Il Tik Tok sopra citato è stato pubblicato dalla Dott.ssa Monica Calcagni sul suo profilo ufficiale Tik Tok "ginecologacalcagni"¹⁰, canale che conta oltre un milione di follower. La dottoressa nel video sfata il falso mito per il quale è ritenuto normale la presenza di dolore durante il ciclo mestruale, spiegando quali sono le possibili cause di tale condizione, una tra tante l'endometriosi.

Questo Tik Tok è un esempio significativo di quanto l'argomentazione sia tanto efficace quanto strettamente legata all'affidabilità della fonte che ne fa riferimento. Pertanto, la presenza di un medico esperto che realizza un atto di buona informazione e divulgazione su un social network come Tik Tok, e non solo, è indice di progresso verso la sensibilizzazione di tematiche legate a patologie poco conosciute.

⁹ Vedi link profilo ufficiale: [Rametta \(@rametta_\) | TikTok](#)

¹⁰ Vedi link profilo ufficiale: [Ginecologa Calcagni \(@ginecologacalcagni\) | TikTok](#)

CAPITOLO 3

ANALISI DELLE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

3.1 Studio del caso Giorgia Soleri

Nel capitolo precedente è stata realizzata un'analisi sintetica e generica della presenza della patologia all'interno della realtà informativa delle piattaforme social quali: YouTube, Facebook, Instagram e Tik Tok.

Nel seguente capitolo invece l'analisi del caso studio sarà più mirata; infatti, è stato deciso di prendere in considerazione il caso dell'influencer Giorgia Soleri, e di analizzarlo in relazione ad un'unica piattaforma: Instagram. La scelta di avviare l'analisi focalizzandosi sui post di Instagram è avvenuta dopo aver osservato e riscontrato una maggiore attività svolta da parte dell'attivista su questa piattaforma social rispetto alle altre. Prima di procedere con l'analisi del caso è però necessario descrivere brevemente le caratteristiche del social network di Instagram per comprenderne le attività, le modalità di condivisione dei contenuti e le sue funzionalità.

Instagram viene fondata nel 2010, e successivamente acquisita da Facebook Inc. nel 2012, diventando negli ultimi anni indubbiamente uno dei social network più utilizzati al mondo, soprattutto tra le generazioni più giovani di utenti. Ciò che è stato possibile notare fin dall'inizio, e che ha contraddistinto il social network di Instagram rendendola innovativa rispetto alle piattaforme di social media che l'hanno preceduta, è la sua dinamica progettata per concentrarsi esclusivamente sulla pubblicazione e condivisione di immagini, dinamica che col tempo ha visto l'integrazione e la corrispettiva crescita della componente sociale all'interno della piattaforma (Castellano, 2020).

Per quanto riguarda le sue principali funzionalità innanzitutto è necessario soffermarsi sulle due principali caratteristiche del social network: la capacità di poter condividere immagini all'interno di due lassi temporali distinti, e l'opzione di modifica dei contenuti multimediali tramite filtri e diverse opzioni prima della condivisione. Nello specifico vengono identificati i concetti di "tempo" e "memoria", trattati da Amendola, Castellano e Troianiello (2018) espressi concretamente tramite la possibilità di condividere immagini e contenuti nel *feed*¹¹ principale del profilo (memoria) o di

¹¹ Per *feed* si intende la "bacheca" di Instagram, ovvero il luogo dove si trova l'insieme dei contenuti pubblicati dagli utenti seguiti.

pubblicare *stories*¹² in tempo reale (tempo). Inoltre, la piattaforma offre la possibilità di modificare con filtri e strumenti di correzione le immagini prima di essere pubblicate dall'utente rendendo personalizzabile e conforme al pubblico che si vuole raggiungere qualsiasi contenuto che voglia essere pubblicato.

Nel corso degli anni la realtà partecipativa della piattaforma ha raggiunto milioni di utenti che abitualmente condividono tramite post, storie, video e *reels* la loro vita, i propri interessi e passioni. Tra questi vi sono però delle figure conosciute ad oggi col nome di Influencer, che come suggerisce il termine rappresentano utenti che, tramite la loro attività di condivisione sui social ed al loro seguito, riescono ad “influenzare” e/o suggerire ai propri followers determinati stili di vita o azioni che possono variare dal semplice suggerimento di acquisto di un bene o servizio, alla divulgazione di tematiche come l'arte, la cultura, lo sport, la musica, le notizie d'attualità ed infine proprio la salute.

Il tema della salute, in questo caso centrale per lo studio del caso condotto, è stato affrontato dalla figura dell'Influencer e attivista Giorgia Soleri, la quale oltre ad utilizzare la piattaforma di Instagram per condividere gli aspetti riguardanti la sua vita sia lavorativa che privata, si è soffermata a lungo sulla divulgazione e informazione di patologie poco conosciute come l'endometriosi, offrendo uno spazio di visibilità e riconoscimento ad una malattia ancora oggi considerata “invisibile”, e di conseguenza alle numerose donne che soffrono di questa patologia o che potrebbero essere potenzialmente aidate dall'opera divulgativa provvedendo al riconoscimento tempestivo dei sintomi e successivamente all'aiuto medico.

Giorgia Soleri è una giovane ragazza milanese di ventisei anni, è un'attivista e influencer seguita sul suo profilo Instagram da circa 800.000 utenti e i suoi contenuti spaziano dal beauty, al lifestyle, alla scrittura, e in particolare al tema legato all'impegno per la divulgazione dell'endometriosi e ulteriori patologie non riconosciute come invalidanti dal sistema sanitario nazionale se non agli stadi più gravi ed avanzati.

L'attivista inizia il suo percorso divulgativo e informativo sui social per la sensibilizzazione della patologia raccontando della sua esperienza personale, dal dolore causato dai sintomi all'arrivo della diagnosi con undici anni di ritardo, nel 2021. In Italia prima della sua azione di attivismo riguardo la patologia erano poche le influencer con un seguito così elevato di follower ad esporre e raccontare l'endometriosi. Inoltre, il suo caso specifico è stato particolarmente discusso e ascoltato grazie al numero di utenti raggiunti tramite i post ed alle condivisioni generate dalla sua condivisione sui social arrivando a portare la tematica relativa alla malattia al di fuori dalla realtà del social network.

Infatti il tema ha suscitato l'interesse di giornalisti, quotidiani (un esempio è il quotidiano online La Repubblica il quale vi ha dedicato vari articoli), blog e pagine di associazioni dedicate alla patologia da anni, portando un passaggio dunque dalla presenza sui social network alla vita reale di migliaia di donne che tramite l'informazione e sensibilizzazione sul tema hanno potuto conoscere, e soprattutto riconoscere la patologia, i sintomi, e successivamente rivolgersi a medici specializzati per ricevere una diagnosi.

Tramite lo studio di questo caso si è cercato di rispondere alla domanda di ricerca che ha motivato la stesura di questo elaborato: “I social possono essere un potenziale strumento di informazione e sensibilizzazione di patologie poco conosciute?”. Dunque, si è cercato di dimostrare la grande potenzialità di questi mezzi di comunicazione

¹² Le “Instagram Stories” sono contenuti multimediali: immagini o video rese visibili per ventiquattro ore al di fuori delle quali possono essere rese accessibili solo tramite la pubblicazione sul proprio profilo Instagram o tramite le storie selezionate in evidenza.

osservando e analizzando i post, i commenti e le interazioni generate dai contenuti condivisi dall'attivista Giorgia Soleri, volendone ricavare l'esito informativo ed il riscontro concreto sulla vita e la salute delle pazienti affette dalla patologia, e dalle donne che erano all'oscuro dell'esistenza della malattia.

3.2 Metodologia

Come accennato precedentemente l'obiettivo che si è cercato di raggiungere tramite l'analisi del caso studio che caratterizza questo elaborato è lo studio del potere dei social network nell'informare e sensibilizzare su patologie poco conosciute.

In questo caso la patologia considerata per la ricerca è l'endometriosi, raccontata e divulgata dall'attivista Giorgia Soleri nel canale social di Instagram, scelto per la maggior attività di condivisione svolta dalla giovane sulla piattaforma e per la rilevanza della pagina dell'attivista in termini di followers.

Instagram è una piattaforma ormai conosciuta e usata da un vasto numero di italiani, dalle statistiche si evince che gli utenti in Italia siano più di venticinque milioni (Dagenhard, 2023). Inoltre, si è voluta scegliere la piattaforma di Instagram per la fascia d'età media dei suoi utenti. Secondo le statistiche circa il 50% degli utenti che utilizzano il social network in Italia appartiene alla fascia under trentacinque (We are Social, 2021¹³), ovvero la fascia che interessa in maggior modo le donne in età fertile che potrebbero soffrire della patologia dell'endometriosi.

Per arrivare a rispondere alla domanda di ricerca e raggiungere gli obiettivi posti l'analisi si è avvalsa del materiale condiviso sulla pagina Instagram dall'attivista¹⁴ prendendo in considerazione nello specifico sette post pubblicati dal quindici maggio 2021 al tre ottobre 2022.

Lo studio del caso è stato suddiviso in diverse fasi: prima tra tutte la selezione e la raccolta dei post legati alla tematica dell'endometriosi ritenuti più rilevanti per numero di visualizzazioni, "mi piace", commenti, e interazioni tra utenti. Successivamente sono stati analizzati i dati inserendoli in due fasce e raggruppando interazioni simili, ovvero commenti positivi e negativi. Infine, si è analizzato lo stile comunicativo dell'attivista e i motivi che hanno reso la sua comunicazione efficace.

¹³ Vedi link report: [Digital 2021: the latest insights into the 'state of digital' - We Are Social UK](#)

¹⁴ Vedi link pagina ufficiale Instagram: [Giorgia Soleri 🍷 \(@giorgiasoleri_\) • Foto e video di Instagram](#)

3.3 Analisi dei contenuti e delle interazioni

Post in ordine cronologico:

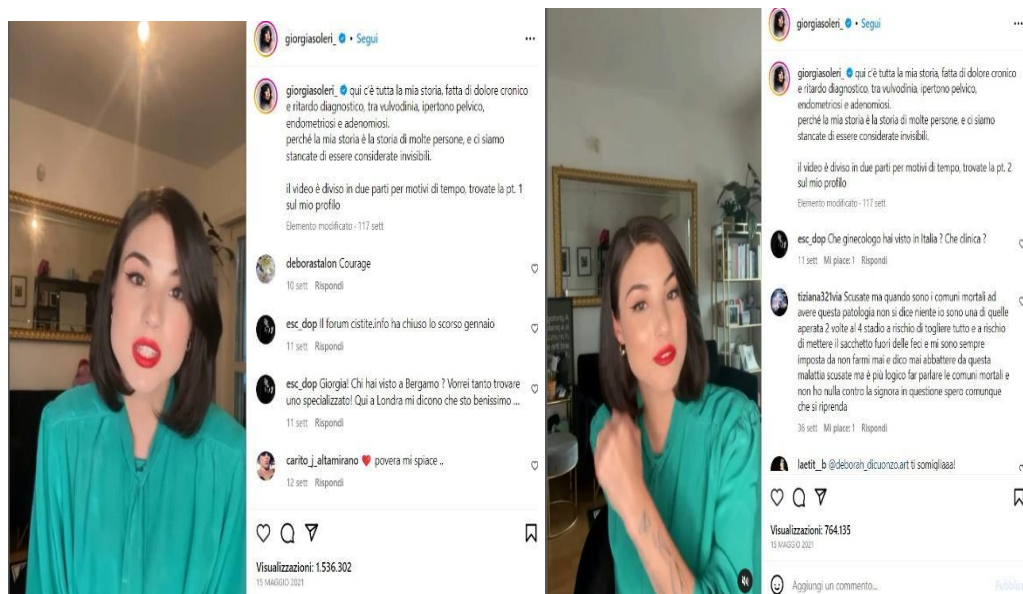


Fig. 10-11 Reels pubblicati sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri \(@giorgiasoleri\)](https://www.instagram.com/giorgiasoleri/).
[Foto e video di Instagram.](#)

I reels selezionati vengono pubblicati il quindici maggio 2021 dall'attivista. Il racconto di Giorgia è diviso in due video, scelta dipesa dalla lunghezza della durata massima dei reels della piattaforma di Instagram.

L'attivista racconta la sua storia, partendo dalla diagnosi ricevuta nel 2020, raggiunta grazie anche alle testimonianze online di altre donne che soffrono della stessa patologia. Affronta la tematica dell'endometriosi toccando punti come i tempi di ritardo diagnostico, i sintomi, l'invalidità non riconosciuta dal sistema sanitario nazionale, l'impatto psicologico causato dal personale medico che ignorava la sua sofferenza, e il dispendio economico per terapie, visite e cure non detraibili il che dimostra come l'endometriosi sia una malattia economicamente difficile da gestire.

I motivi che hanno reso efficace la comunicazione di questi video è il tono utilizzato dalla giovane. L'influencer racconta in via quasi confidenziale ai suoi "follower", dei potenziali sconosciuti, la sua condizione come se si stesse rivolgendo a un amico o parente, il che suggerisce all'ascoltatore una vicinanza al tema di riferimento emotivamente coinvolgente.

Questo fattore sembra esser stato decisivo nel raggiungere un alto numero di persone, con un totale di oltre due milioni di visualizzazioni per entrambi i video, 60.000 mi piace e mille commenti.



dopamina_k lo sono una di quelle ragazze che grazie a questo video ha accorciato i tempi di diagnosi per adenomiosi e endometriosi. G R A Z I E. ❤️



fede15_18 Mi ritrovo nel tuo racconto, problematiche diverse, il dolore cronico e' qualcosa di veramente devastante sia a livello fisico che psicologico..ci vorrebbero piu testimonianze come la tua..grazie!



yuri_in_orbita Già l'endometriosi da sola è un problema molto grave. Speriamo che il tuo tipo di visibilità possa dare maggiore risalto a questa malattia cronica, che a livello sociale e lavorativo non viene considerata, senza parlare delle donne che soffrono "semplicemente" di dismenorrea esagerata.

115 sett Rispondi



freim Complimenti per tutta la sensibilizzazione e divulgazione che hai fatto e stai facendo, sei molto forte, aiuti quotidianamente persone a risolvere questo inferno di malattia, continua così!!! ❤️❤️👍👍

116 sett Rispondi

Fig.12-13-14 Commenti selezionati dai reels sopraccitati (vedi fig.10-11).

Analizzando le interazioni e i commenti sotto ai video in questione è stata riscontrata una quasi totalità di commenti positivi, che appoggiano l'opera dell'attivista, la ringraziano, e in alcuni casi affermano che tramite la sua divulgazione sui social sono riuscite a riconoscere la loro condizione nelle parole dell'influencer e a rivolgersi agli specialisti del settore, e dunque a migliorare il loro stato di salute.



Fig. 15 Post pubblicato sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri](https://www.instagram.com/giorgiasoleri/) (@giorgiasoleri) • Foto e video di Instagram.

Il post in questione viene pubblicato da Giorgia Soleri il diciannove agosto 2021. In questo caso viene selezionato un post scritto e dunque non parlato. Il testo viene steso dall'attivista in occasione della sua operazione per endometriosi, un momento importante e decisivo per lei, e rivoluzionario per la sua vita e la sua salute. Riporta ricordi legati alla sua malattia, i dolori, gli svenimenti e un episodio specifico in cui medici di un centro specializzato dove si era recata l'hanno etichettata come ipocondriaca e bugiarda sottovalutando e sminuendo la sua sofferenza fisica e psicologica. Per lei, dunque, questo momento viene vissuto come una vittoria e decide di condividerla con il pubblico che la segue, con un riscontro di oltre 100.000 "mi piace" e 3900 commenti.

Anche in questo caso è interessante notare come la grande maggioranza se non la totalità dei commenti siano positivi, di augurio, e di persone che leggendo il messaggio dell'attivista si sono sentite toccate profondamente e commosse e hanno mostrato altruismo e propositività nella divulgazione della patologia. Questo mette in luce la potenzialità emotiva che porta alla sensibilizzazione di determinati argomenti condivisi all'interno del social network.



Fig. 16-17 Alcuni commenti selezionati sotto al post in questione (vedi fig.15).



Fig. 18 Post pubblicato sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri \(@giorgiasoleri\)](https://www.instagram.com/giorgiasoleri/). [Foto e video di Instagram.](https://www.instagram.com/giorgiasoleri/)

Il post selezionato è stato pubblicato il ventitré agosto 2021. In questo testo l'attivista vuole arrivare a tutti i suoi ascoltatori, ma nella fattispecie al pubblico femminile. L'attivista infatti parla di numeri, e precisamente delle donne che la seguono. Ad agosto 2021 Giorgia Soleri era seguita da 370.000 persone di cui il 64% erano donne.

Considerando che secondo le stime la patologia dell'endometriosi è riscontrata in una donna su dieci, l'attivista ritiene che 23.680 tra le persone che la seguono potrebbero potenzialmente soffrire della malattia e non saperlo. Successivamente informa sui sintomi che caratterizzano la patologia e afferma che, se tramite la sua testimonianza potesse aiutare anche solo il 3% del pubblico femminile che la segue ad arrivare ad una diagnosi, questo vorrebbe dire che tramite la sua divulgazione avrebbe aiutato circa 700 donne a migliorare il loro stato di salute. Un dato rilevante e considerevole.

Inoltre, l'attivista cita ulteriori pagine di pazienti, associazioni e medici specialisti che si occupano della divulgazione sulla patologia.

Queste, infatti, rappresentano delle fonti affidabili e veritiere e sono le seguenti: "endo.metriosi", "infoendometriosi", "endo_andme", "endoetica", "cavoleesa", "endoepsiche", "lavocediunaelavoceditutteodv", "drluigifasolino_ginecologo", "io_sono1su10" e "ilovepelvicfloor"¹⁵.

Infine, lancia una domanda al suo pubblico: "voglio dire a voi, questo vi sembra davvero poco?" incitando dunque il fruitore a interagire col post e a rispondere. Il post ha generato oltre 180.000 "mi piace" e le risposte e i commenti, infatti, non tarderanno ad arrivare con oltre 3400 commenti.



Fig. 19-20-21 Commenti selezionati sotto al post (vedi fig.18).

¹⁵ Vedi link delle pagine citate: [Erika \(@endo.metriosi\)](#) • Foto e video di Instagram, [INFO Endometriosi | Advocacy e divulgazione \(@infoendometriosi\)](#) • Foto e video di Instagram, [@endo_andme](#) • Foto e video di Instagram, [C. \(@endoetica\)](#) • Foto e video di Instagram, [Annalisa Cavolo \(@cavoleesa\)](#) • Foto e video di Instagram, [Sona Haroni \(@endoepsiche\)](#) • Foto e video di Instagram, [Lavocediunaelavoceditutte \(@lavocediunaelavoceditutteodv\)](#) • Foto e video di Instagram, [dr Luigi Fasolino ginecologo \(@drluigifasolino_ginecologo\)](#) • Foto e video di Instagram, [Katya \(@io_sono1su10\)](#) • Foto e video di Instagram, [Dr. Ft. Francesco Callipo | Fisioterapista Pavimento Pelvico \(@ilovepelvicfloor\)](#) • Foto e video di Instagram.

Osservando e analizzando i commenti e le interazioni si è riscontrata una maggioranza, anche in questo caso, di commenti positivi. Vari utenti si rispecchiano nei numeri di cui ha parlato l'attivista nel post, creando un legame e un'appartenenza a una comunità che, seppur virtuale, influenza la vita reale delle donne che leggono il post.

Alcune donne parlano della loro esperienza personale, altre ancora apprezzano l'opera di informazione svolta da Giorgia, illustrando come negli anni Novanta non si parlasse della patologia, ma che ad oggi grazie a strumenti come i social network la possibilità di informare e sensibilizzare su certe tematiche è nettamente aumentata.

Diversamente dai post analizzati in precedenza, è stato possibile riscontrare una, seppur ridotta, quantità di commenti negativi, i quali spaziano da commenti dal tono sprezzante a commenti critici nei riguardi dell'attivista e del suo modo di comunicare la patologia.



Fig. 22-23-24 Commenti negativi selezionati dal post.

La pubblicazione di commenti dal tono negativo e diffamatorio come quello raffigurato nella fig. 22 il quale cita: “almeno hai le mutande per una volta” rivolgendosi all'attivista, ottiene come risultato la risposta di altri utenti che a loro volta rispondono insultando il creatore del commento portando a veri e propri scontri tra utenti, e creando gruppi di interazioni aggressive. Un altro utente tenta invece di sminuire la condizione di salute dell'attivista criticandola e accusandola inoltre di avere un comportamento vittimistico.

Si può notare come l'attivista decida volontariamente di adottare come strategia quella di ignorare i commenti negativi sotto al post, non rispondendo a offese o critiche accusatorie per non alimentare i litigi e non distogliere l'attenzione dall'obiettivo della sua comunicazione, ovvero divulgare e informare.




Fig. 25 Post pubblicato sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri](https://www.instagram.com/giorgiasoleri/) (@giorgiasoleri) • Foto e video di Instagram.

Il post riportato è stato pubblicato il ventotto marzo 2022 sulla pagina ufficiale Instagram di Giorgia Soleri. L'attivista pubblica una foto che raffigura la sua pancia segnata dalle cicatrici dell'intervento, e a fianco scrive un testo che descrive le sue intenzioni, ovvero di non rimanere più in silenzio di fronte a un corpo che per anni ha voluto urlare il proprio dolore a discapito di anni e anni di dolori sottaciuti e di un personale medico che non è stato in grado di ascoltarla.

La ragazza decide quindi di parlare continuamente della malattia, anche a rischio di risultare ripetitiva, noiosa o pesante. Questa decisione è stata presa al fine di portare alla divulgazione e sensibilizzazione sull'argomento, e di far risparmiare ad altre donne il dolore che aveva provato lei precedentemente.

Il post ha raggiunto più di 140.000 "mi piace" e generato oltre 1700 commenti, per la maggior parte, come nei primi post analizzati: positivi, solidali e di totale appoggio nei confronti dell'attivista (vedi fig.26-27).

 dreaming_around_the_world001 con la tua testimonianza, stai dando voce a tante ragazze giovani e a tante donne che non sono credute. Il mondo XX dovrebbe esserti grato. Grazie per averci messo la faccia. Ti auguro il meglio

 polarlichtwohndesign @giorgiasoleri_...so cosa provi, stessa operazione e diagnosi. Grazie per aver condiviso la tua storia ed averla resa pubblica.
  
 67 sett Rispondi

Fig. 26-27 Esempi di commenti sotto al post in fig. 25.



Fig. 28 Post pubblicato sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri](#) (@giorgiasoleri) • Foto e video di Instagram

Il post selezionato viene pubblicato da Giorgia Soleri il ventidue agosto 2022 sulla sua pagina ufficiale Instagram. In questo caso viene raffigurato il corpo della giovane ragazza, gonfio per la patologia. L’attivista decide di fare una richiesta al suo pubblico e invita le persone che la seguono a scrivere loro stesse il post con le loro testimonianze e scrive:” mi piacerebbe che questo post fosse scritto da voi”.

Questo invito all’azione dona uno spazio di condivisione e di interazione a tutte le donne, e non solo, desiderose di rilasciare la propria storia ed esperienza con la malattia, costruendo una partecipazione attiva e dinamica che contribuisce all’opera di divulgazione della giovane attivista.

In questo caso la creator fa una precisazione riguardo la strategia di comunicazione che intende adottare. Precisa, infatti, che qualsiasi utente che proseguirà nel commentare con tono aggressivo e violento con l’obiettivo di invalidare le testimonianze degli utenti che racconteranno la propria storia, sarà bloccato e i commenti caratterizzati da consigli medici non affidabili saranno cancellati.

La scelta di attuare una strategia di moderazione alle interazioni sotto al post è dovuta alla volontà dell’attivista di preservare una comunicazione dedicata alla divulgazione di racconti in un ambiente protetto, privo di infiltrazioni da parte di utenti non interessati al tema centrale.

Il post ha raggiunto oltre 140.000 “mi piace” e genera oltre 2600 commenti, considerando che molti commenti sono stati cancellati e altri utenti bloccati è un numero più elevato rispetto ai commenti dei post analizzati in precedenza.

mi_chiamo_d Una mia ex ha sofferto di endometriosi. Le sono stato più vicino possibile ed ho sofferto insieme a lei i sintomi fisici e mentali. Come le paure ed i dolori. Ma anche le speranze, come dicevi pure tu. Resisti, non cedere. Vincerai, ti siamo tutti vicini 🍷
10 sett Rispondi

ma.thaira Grazie @giorgiasoleri_ perché parli di endometriosi. Io ne soffro da circa due anni ma tante cose le ho scoperte grazie a questo tuo post.
7 sett Rispondi



laniki80 E quando ero adolescente io, l' endometriosi non era conosciuta, ogni volta mi sentivo dire che dovevo sopportare il dolore che era tutto nella mia testa, poi nel 2016 la diagnosi, endometriosi al IV stadio in forma severa, nel 2018 mi hanno operato 8 ore di intervento, ma da allora sto benissimo mi hanno cambiato la vita Grazie al Dott Seracchioli Primario di Ginecologia ed Endometriosi dell Ospedale Sant Orsola di Bologna, poi con la terapia farmacologica con cui ho una menopausa farmacologica sono rinata

Fig. 29-30-31 Esempi di commenti sotto al post(vedi fig. 28).

Analizzando le interazioni e i commenti è stato possibile notare come siano state riportate numerose testimonianze da parte di donne che raccontano la loro esperienza nell'affrontare la patologia. Alcune donne più giovani sono riuscite a scoprire di soffrire della malattia in tempi relativamente brevi rispetto ai tempi diagnostici medi dell'endometriosi, altre ancora affermano di aver scoperto molte informazioni a riguardo grazie ai post dell'attivista Giorgia Soleri.

Inoltre è stata notata anche la presenza di commenti non solo di donne, bensì anche da parte di uomini che raccontano l'esperienza delle compagne nell'affrontare la condizione di salute complessa.



Fig. 32 Post pubblicato sulla pagina Instagram ufficiale: [Giorgia Soleri \(@giorgiasoleri\)](https://www.instagram.com/giorgiasoleri) • Foto e video di Instagram

Il post qui segnalato è stato pubblicato il tre ottobre 2022 sulla pagina Instagram di Giorgia Soleri. A differenza degli altri post analizzati in precedenza in questo caso la figura non ritrae il corpo della ragazza ma un tatuaggio che l'attivista dedica alla lotta che lei e milioni di donne combattono contro la patologia. Nel testo dedicato accanto all'immagine la giovane ragazza ripercorre i ricordi legati alla sua battaglia per la

divulgazione partendo dal giorno in cui grazie alla diagnosi ha potuto dare un nome al suo dolore, con undici anni di ritardo per una malattia non così rara come pensava.

La patologia riguarda, come lei, altri milioni di donne solo in Italia, donne che come cita Giorgia Soleri, spesso non sono ascoltate dal personale medico e vengono silenziate dietro al tabù di una malattia che riguarda un organo genitale femminile. Nelle sue parole l'attivista esprime il suo stupore ma anche la sua gratitudine nei confronti di una comunità che si è creata quando ha deciso di attuare la sua divulgazione nei social. Una comunità che insieme è riuscita a dar vita ad un comitato, un convegno e a una proposta di legge al fine di rendere riconoscibile l'invalidità che queste patologie causano.

Racconta ancora nel suo post l'episodio della sua ultima diagnosi, un momento che avrebbe potuto vivere con sconforto, ma così non è stato poiché grazie alla comunità e al suo sostegno non si è mai sentita sola. A loro decide di dedicare come ringraziamento il tatuaggio raffigurato: "together we are stronger" ovvero "insieme siamo più forti".

Il post in questione non è stato selezionato principalmente per la quantità di interazioni o di "mi piace" bensì per il suo aspetto argomentativo. L'attivista con questo testo, infatti, non vuole generare un grande engagement ma vuole semplicemente dedicare un omaggio a tutte le persone che seguendola sul social network sono state in grado di portare avanti insieme a lei una battaglia concreta e creare una comunità di legami reali, non semplici contatti attraverso il web.

Si può notare come, rispetto ai post analizzati in precedenza, quest'ultimo abbia un numero inferiore di "mi piace" e commenti, rispettivamente 38.000 "mi piace" e 600 commenti.



simonascalvinii lo l'ho scoperto grazie a te, bisogna imparare a convivere anche se non è facile 😞❤

45 sett Rispondi



leti_mylife Abbiamo aperto un'associazione per dare voce a noi tutte che ne soffriamo!! Ci farebbe piacere avverti con noi @associazionesmilepuglia e poter dar voce a questo dolore anche in altre zone d'Italia

45 sett Rispondi



13_kriss Grazie per essere rappresentanza di persone comuni con queste malattie veramente brutte e non considerate come tali. La condivisione da diventare importanti anche noi. Endometriosi terzo stadio e fibromialgia 18/18... Anni di prese in giro, rischio di ricovero in psichiatria, solitudine, per fortuna oggi sono conosciute e grazie a persone che come te sono testimonial importanti che ci sentiamo anche più capite. Sembra poco ma è già tanto, lady Gaga ne parla, tu ne parli, la gente comprende meglio. A livello di riconoscimento ci andrà magari ancora un po' ma è già un grande passo avanti! Grazie ancora

45 sett Rispondi

Fig. 33-34-35 Commenti positivi selezionati sotto al post (vedi fig. 32).

Analizzando i commenti, si è potuta riscontrare una prevalenza di commenti positivi, la maggior parte di donne che scrivono ringraziando l'attivista poiché hanno conosciuto la patologia tramite la sua lotta per l'informazione sui social, altre la invitano ad entrare a far parte di un'associazione dedicata alla divulgazione della patologia in tutta Italia. Infine è stato selezionato un commento in cui viene espresso da parte dell'utente l'appoggio e l'apprezzamento verso l'azione divulgativa della giovane attivista, che afferma come l'informazione possa dar voce e rendere importanti patologie che interessano persone senza distinzione di importanza.



anna_jah_7 Ma tutte tu le hai?! Qualche chiacchierata con uno psicoterapeuta non farebbe malr

45 sett Rispondi



xmelazx Almeno together scriviamolo giusto

45 sett Rispondi



valeria_on_android Ma bambina, con tutte le malattie che hai è proprio il caso di stimolare in continuazione il tuo sistema immunitario con tutti questi tatuaggi? ❤️

45 sett Rispondi

Fig. 36-37-38 Elementi negativi selezionati sotto il post (vedi fig 32).

Nonostante la grande maggioranza di commenti positivi, sono stati riscontrati in limitata presenza commenti negativi, critici, intenti a ridicolizzare il post dell'attivista. Si tratta di commenti che invitano con tono dispregiativo la ragazza a farsi seguire da uno psicoterapeuta, o che la sbeffeggiano affermando che il termine di cui parla nel post dedicato sia scorretto nonostante la scritta "together" sia corretta, ed infine la esortano a non tatuarsi considerato il suo stato di salute delicato.

La protagonista e creatrice del post, come si è già potuto vedere in precedenza decide di utilizzare verso i commenti offensivi la strategia comunicativa dell'ignorare, infatti non attribuisce a questi commenti nessuna importanza né risalto, e si limita ad ignorarli per non distogliere l'attenzione della sua volontà di comunicare e ringraziare la sua community.

CONCLUSIONE

Come evidenziato nel corso del seguente elaborato di tesi, l'impiego delle piattaforme del Web 2.0 in ambito sanitario ha suscitato un grande cambiamento nel modo di reperire e divulgare le informazioni riguardanti la salute.

Grazie alle piattaforme social ad oggi esistenti, tematiche come la salute, e patologie considerate invisibili sono sempre più rilevanti e riconoscibili, come si è potuto notare dall'analisi della presenza sui social network della patologia dell'endometriosi, dapprima ricercata nelle piattaforme di YouTube, Facebook, Instagram e Tik Tok, e successivamente nel caso studio dell'influencer e attivista Giorgia Soleri nel terzo capitolo di questa tesi.

Nonostante i rischi connessi all'utilizzo scorretto di queste piattaforme come le già citate *fake news* e *infodemia*, il caso studiato si è voluto soffermare sui benefici riscontrati dai principi di collaborazione e interattività che caratterizzano questi strumenti, ponendosi come obiettivo quello di dimostrare l'efficacia e la potenzialità derivata dall'impiego di questi mezzi di comunicazione nell'informazione e sensibilizzazione di tematiche di grande importanza come la salute, e nello specifico di patologie poco conosciute come l'endometriosi.

Nel corso dello studio del caso è stata analizzata in modo dettagliato la strategia comunicativa dell'influencer e attivista Giorgia Soleri sul social network di Instagram, piattaforma non scelta a caso per l'opera di divulgazione poiché la patologia in questione colpisce principalmente le donne in età fertile, e dunque appartenenti alla fascia di età under trentacinque, la quale si riflette nella maggioranza degli utenti utilizzando la piattaforma social in Italia e nel mondo

. L'attività sui social dell'attivista si è focalizzata sul racconto della propria esperienza nell'affrontare la malattia ripercorrendo il procedimento per arrivare alla diagnosi attraversando i periodi di cura e terapia svolti, per arrivare al raggiungimento del suo obiettivo: attirare l'attenzione del suo pubblico sull'informazione e la sensibilizzazione riguardo all'endometriosi e altre patologie poco conosciute.

Il motivo che ha spinto la stesura di questo elaborato è stato proprio l'esito positivo della condivisione online dell'influencer Giorgia Soleri riguardo la patologia.

In primis sull'autrice di questo elaborato, che insieme alle numerose donne che soffrono di endometriosi si è "ritrovata" nella medesima situazione clinica si è rivista nelle testimonianze rese affidabili e veritiere dalle molteplici attività di Giorgia Soleri nello stesso ambito, ed è venuta a conoscenza della malattia grazie ai post pubblicati su Instagram dall'attivista, riconoscendo il fatto che si trattasse dello stesso disturbo che ha sempre descritto con una certa frequenza la nota influencer, focalizzando maggiormente tale argomento nel suo profilo social, quindi i sintomi presentati sui vari post in cui viene documentato il problema, avvalendosi dell'aiuto di varie associazioni ,oltre alla clinica dove tuttora si fa seguire.

L'obiettivo di questa tesi, quindi, è di comprendere se i social network e le strategie di comunicazione attuate da chi li utilizza, in particolare sulla piattaforma di Instagram, possano essere, ovviamente fatti da persone con un certo seguito sui social network, degli strumenti efficaci per l'informazione e la sensibilizzazione sui temi di rilevanza sociale come la salute. Attraverso l'analisi di sette post selezionati sulla pagina Instagram di Giorgia Soleri, è emerso che la sua strategia di comunicazione ha avuto un notevole impatto nella divulgazione della patologia e nella lotta per la sua riconoscibilità.

Questo risultato è stato dimostrato anche dall'attività svolta coi post, che hanno generato un elevato numero di interazioni, tra cui "mi piace" e commenti, dimostrando l'interesse e l'engagement del pubblico nei confronti dei temi trattati.

Più nello specifico la scelta di impiegare testimonianze personali, toni confidenziali e coinvolgenti, insieme a una condivisione sincera delle proprie esperienze, ha dato vita a un legame di empatia con gli utenti ed è riuscito a suscitare nella quasi totalità dei casi delle reazioni positive.

Tuttavia, anche se in maniera molto inferiore rispetto ai commenti positivi, non sono mancati i commenti negativi e critici, il che riflette la complessità di gestire una presenza online pubblica. Considerando le strategie di comunicazione adottate, l'approccio dell'attivista è stato fondamentale, infatti impiegando la strategia dell'ignorare non rispondendo a commenti offensivi e di oscurare utenti verbalmente aggressivi, ha permesso di mantenere l'attenzione focalizzata sull'obiettivo di informare e sensibilizzare, piuttosto che alimentare conflitti e litigi fuorvianti.

In questa tesi si è cercato di evidenziare come i social media oltre che ad essere degli ottimi strumenti per informare e sensibilizzare su argomenti riguardanti la salute siano dei mezzi potenziali per la creazione di una comunità. Ne è quindi la prova il caso di Giorgia Soleri, che tramite elementi chiave come la narrazione personale, la sensibilità dimostrata verso i bisogni del pubblico, e la capacità di gestire le interazioni in modo costruttivo, ha ottenuto il successo della sua iniziativa.

L'esempio dell'attivista dimostra come una giovane donna grazie agli strumenti di social media e al suo seguito possa influenzare positivamente la vita di molte persone attraverso la condivisione di informazioni importanti e la creazione di una connessione autentica con il proprio pubblico, e con la combinazione degli elementi chiave già citati ha permesso di raggiungere un vasto numero di persone, contribuendo a diffondere consapevolezza e conoscenza su temi come l'endometriosi.

Per concludere questo elaborato, infine, si è voluta porre luce su un ulteriore spunto di riflessione. Le storie condivise sul social network dalla nota influencer hanno fornito la possibilità a molte ragazze e donne di riconoscersi nell'esperienza dell'attivista, ma è importante notare come abbia dato la stessa possibilità anche a uomini, partner, fratelli, padri e amici di donne, che seppur non coinvolti in prima persona dalla malattia generalmente riguardante il sesso femminile, hanno potuto riconoscere le esperienze di possibili future madri, figlie, partner, e amiche, offrendo una vasta opportunità di informazione e potenziale aiuto capace di abbattere le barriere e i tabù di genere legati oltre che al ciclo mestruale, anche alla consapevolezza che, se un tema non riguardi il proprio genere non debba essere riconosciuto e condiviso.

RINGRAZIAMENTI

Giunta alla fine di questo elaborato di tesi vorrei dedicare questo ultimo spazio per ringraziare nel dovuto modo le persone che mi hanno affiancata e accompagnata in questo percorso universitario.

Ringrazio il mio relatore, il professor Bruno Mastroianni, in primo luogo per avermi fatto conoscere e interessare alla materia della Teoria e pratica dell'argomentazione digitale, e per la sua disponibilità durante tutto il percorso di stesura dell'elaborato, ai suoi consigli, correzioni e al suo sostegno.

Ringrazio la mia famiglia, in particolar modo i miei genitori a cui dedico questo traguardo. Senza il loro supporto, i loro insegnamenti e al loro affetto non avrei affrontato questo percorso universitario allo stesso modo e non avrei raggiunto gli stessi risultati.

Ci tengo inoltre a dedicare un ringraziamento speciale a mio fratello, che è sempre stato fonte di ispirazione e un grande esempio di vita. Con la sua innata curiosità, pragmaticità, e la sua fame di conoscenza mi ha sempre spronata e motivata a migliorarmi costantemente, e a non abbattermi di fronte alle difficoltà.

Ringrazio poi le mie amiche e le persone care che sono state al mio fianco in questi anni per avermi incoraggiata, consigliata, confortata e per aver creduto nelle mie capacità dal primo momento.

Infine, ma non per importanza, voglio ringraziare il mio fidanzato, che mi ha accompagnata e sostenuta con amore, premura, pazienza e comprensione, dal primo giorno di questo lungo percorso. Sei stato una spalla su cui appoggiarmi nei momenti più difficili, e una mano da stringere per festeggiare assieme a me i piccoli e grandi traguardi di vita.

BIBLIOGRAFIA

Amendola, A., Castellano, S., Troianiello, N., 2018. *#likeforlike. Categorie, strumenti e consumi nella social media society*, Rogas Edizioni, Roma.

Ardenti, R., 2014. *Endometriosi e Femminilità*. Dialoghi Adleriani I, n. 1, 19-34, 2014. Milano [DIALOGHI ADLERIANI Cop \(researchgate.net\)](http://www.researchgate.net).

Arruda, MS., Petta, CA., Abrão, MS., Benetti-Pinto, CL., 2003. *Time elapsed from onset of symptoms to diagnosis of endometriosis in a cohort study of Brazilian women*. *Hum Reprod*; 18:756–759. doi: 10.1093/humrep/deg136. [[PubMed](#)].

Arvidsson, A., Delfanti, A., 2013. *Introduzione ai media digitali*, Il Mulino, Bologna.

Audebert, A., Backstrom, T., Barlow DH, et al., 1991. *Endometriosis: a discussion document*. *Hum Reprod* 1992; 7:432-435.

- Ballard, K., Lowton, K. & Wright, J., 2006. *What's the delay? A qualitative study of women's experiences of reaching a diagnosis of endometriosis*. *Fertility and Sterility*, 86, 1296-1301.
- Benagiano, G., Brosens, I., 2011. *Chi ha identificato l'endometriosi?* *Fertil Steril*; 95, 13-16.
- Benagiano, G., Brosens, I., Lippi, D., 2014. *The History of Endometriosis*. [The history of endometriosis - PubMed \(nih.gov\)](#).
- Bobel, C., Winkler, I. T., Fahs, B., Hasson, K. A., Kissling, E. A., & Roberts, T.-A., 2021. *The Palgrave handbook of critical menstruation studies*. Singapore, Palgrave Macmillan.
- Bodie, G., 2008. *Understanding Health Literacy for Strategic Health Marketing: eHealth Literacy, Health Disparities, and the Digital Divide*, *Health marketing quarterly*. 25, 175-203. doi: 10.1080/07359680802126301. [Understanding health literacy for strategic health marketing: eHealth literacy, health disparities, and the digital divide - PubMed \(nih.gov\)](#).
- Borghese, B., Santulli, P., Marcellin, L., Chapron, C., 2018. *Definition, description, clinicopathological features, pathogenesis and natural history of endometriosis*, CNGOF-HAS Endometriosis Guidelines. *Gynecol Obstet Fertil Senol*. 2018; 46:156–167. doi: 10.1016/j.gofs.2018.02.017.
- Boyd, D., Ellison, N., 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- Brennen, S., Simon, F., Howard P., Nielsen, R., 2020. *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*. Reuters Institute for the Study of Journalism & University of Oxford.
- Briggs, A., Burke, P., 2002. *Storia sociale dei media da Gutenberg a Internet*, il Mulino Bologna.
- Burridge, K., 2014. *Taboo words*, *The Oxford Handbook of the Word*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198808190.001.0001>.
- Burridge, K., Benczes, R., 2018. *Taboo as a driver of language change*. *The Oxford Handbook of Taboo Words and Language*, December 2020, 180–198. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198808190.013.10>].
- Canis, M., Curinier, S., Campagne-Loiseau, S., Kaemerlen Rabischong, AG., Rabischong, B., Pouly, JL., Grémeau, AS., Botchorishvili, R., Bourdel, N., 2016. *Information to patients in endometriosis: We must stop the frightening machine!* *Gynecol Obstet Fertil*; 44:618–619. doi: 10.1016/j.gyobfe.2016.09.009. [[PubMed](#)].

- Carneiro, MM., Filogonio, IDS., Costa, LMP., Avila, I., Ferreira, MC., 2010. *Accuracy of clinical signs and symptoms in the diagnosis of endometriosis*. J Endometr Pelvic Pain Disord. 2010; 2:63–70.
- Castellano, S., 2020. *La centralità di Instagram nelle narrazioni contemporanee tra transmedia storytelling e contenuti grassroots*, Mediascapes Journal 14/2020. mediascapesjournal.it ISSN: 2282-2542.
- Cullen, TS., 1920. *The distribution of adenomyomata containing uterine mucosa*. Arch Surg; 1:215-283.
- Degenhard, J., 2023. *Instagram users in Italy 2018-202*. [Italy: Instagram users 2018-2027 | Statista](#).
- Deti, T., Lauricella, G., 2013. *Le origini di internet*, Bruno Mondadori, Milano.
- Eysenbach, G., 2008. *Medicine 2.0: social networking, collaboration, participation, apomediation and openness*. J Med Internet res.
- Farquhar, C., 2007. *Endometriosis*. British Medical Journal, 334, 249-253.
- Fauconnier, A., Chapron, C., 2005. *Endometriosis and pelvic pain: epidemiological evidence of the relationship and implications*. Human Reprod Update, 11 (6), 595-606.
- Fava, F., 2014. *La scatola nera dello stigma*. Archivio Antropologico Mediterraneo, 16, 32–45. [AAM16.indb \(archivioantropologicomediterraneo.it\)](#).
- Ferrarotti, F., 2007. *La Televisione. I cinquant'anni che hanno cambiato gli usi e costumi degli italiani*, Newton Compton Editori, Roma.
- Frankl O., 1925. *Adenomiosi uterina*. Am J Obstet Gynecol; 10:680-684.
- Gaybor, J., 2020. *Everyday (online) body politics of menstruation*, Feminist Media Studies, 00, 1–16. doi: 10.1080/14680777.2020.1847157.
- Giudice, L. C., 2010. *Clinical practice: endometriosis*. The New England Journal of Medicine, 362 (25), 2389-2398.
- Giudice, L. C., Kao, L. C., 2004. *Endometriosis*. Lancet, 364, 1789-1799.
- Goffman, E., 1963. *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*, Penguin Books, London.
- Hudelist, G., Fritzer, N., Thomas, A., Niehues, C., Oppelt, P., Haas, D., Tammaa, A., Salzer, H., 2012. *Diagnostic delay for endometriosis in Austria and Germany: causes and possible consequences*, Hum Reprod. 27:3412–3416. doi: 10.1093/humrep/des316. [[PubMed](#)].

- Locatelli, E., 2021. *Raccontare i tabù: Instagram come una risorsa di nuovi immaginari e visibilità per il corpo femminile*, *Mediascapes journal* 18/2021, 30-42.
- Looft, R., 2017. *#Girlgaze: Photography, Fourth Wave Feminism, and Social Media Advocacy*, *Continuum*, 31(6), 892–902. /doi: 10.1080/10304312.2017.1370539.
- Lovari, A., 2017. *Social media e comunicazione della salute, profili istituzionali e pratiche digitali*, Guerini Scientifica, Milano.
- Lovari, A., Righetti, N., 2020. *La comunicazione pubblica della salute tra infodemia e fake news: il ruolo della pagina Facebook del Ministero della Salute nella sfida social al Covid-19*, *Mediascapes Journal*, 15/2020.
- Malaguti, R., 2005. *Le mie cose: mestruazioni, storia, tecnica, linguaggio, arte e musica*, Mondadori Milano.
- Ministero della Salute, 2010. *Linee guida per la comunicazione online in tema di tutela e promozione della salute*, Roma.
- Ministero della salute, 2023. *Endometriosi*, data ultimo aggiornamento 24 marzo 2023, [Endometriosi \(salute.gov.it\)](https://www.salute.gov.it).
- Munro, E., 2013. *Feminism: A Fourth Wave?* *Political Insight*, 4(2), 22–25. doi: 10.1111/2041-9066.1202.
- Nezhat, C., Nezhat, F., Nezhat, C., 2012. *Endometriosis: ancient disease, ancient treatments*. *Fertil Steril*;9: S1-562.
- Paccagnella, L., 2010. *Sociologia della Comunicazione*, Il Mulino, Bologna.
- Riva, G., 2010. *I social network*, Il Mulino, Bologna.
- Santoro, E., 2011. *Web 2.0 e social media in medicina: come social network, wiki e blog trasformano la comunicazione, l'assistenza e la formazione in sanità*, 2° ed., Il Pensiero Scientifico Editore, Roma.
- Scuotto, C., Aruta, L., Ambra, I.F., Iavarone, M.L., 2022. *Fake news, falsi ricordi e pandemia: il Digitale-Civile per un'educazione al pensiero critico*, Mizar. costellazioni di pensieri. n. 16.
- Seear, K., 2009. *The etiquette of endometriosis: stigmatisation, menstrual concealment and the diagnostic delay*, *Soc Sci Med*. doi: 10.1016/j.socscimed.2009.07.023. [[PubMed](#)].
- Serracchioli, R., Frascà, C., Matteucci, C., 2012. *L'endometriosi*, L'Asino d'oro, Roma.
- Setti, R., 2012. *Primi sondaggi sul lessico televisivo dei programmi Rai*.

- Shah, K., Moravek, MB., Vahratian, A., Dalton, VK., Lebovic, DI., 2010. *Public perceptions of endometriosis: perspectives from both genders*, Acta Obstet Gynecol Scand; 89:646–650. doi: 10.3109/00016341003657900. [[PubMed](#)].
- Stella, R., 2012. *Sociologia delle comunicazioni di massa*, Utet Università, Torino.
- Thiébaud, È., 2018. *Questo è il mio sangue*, Giulio Einaudi editore, Torino.
- Thornton, L. J., 2013. *Time of the Month” on Twitter: Taboo, Stereotype and Bonding in a No-Holds-Barred Public Arena*. Sex Roles, 68(1–2), 41–54. doi: 10.1007/s11199-011-0041-2.
- Treccani Enciclopedia, 2020. *Infodemia*, [infodemia in Vocabolario - Treccani](#).
- Van de Belt, T., Engelen, L., Berben, S., et al., 2010. *Definition of Health 2.0 and Medicine 2.0: A systematic review*, J Med Internet res.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M., 2018. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, New York: Oxford University Press.
- Viganò, P., et al., 2004. *Endometriosis: epidemiology and aetiological factors*. Best Practice & Research Clinical Obstetrics & Gynaecology, 18 (2), 177-200.
- Vignali, M., et al., 2002. *Endometriosis: novel etiopathogenetic concepts and clinical perspectives*, Fertility and Sterility, 78 (4), 665-678.
- Zingale, S., 2013. *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva*, Franco Angeli, Milano.