



RITRATTI
BIBALTTI

Una proposta di workshop fotografico
per adolescenti sulla dualità tra Bello e Bellezza

Relatrice

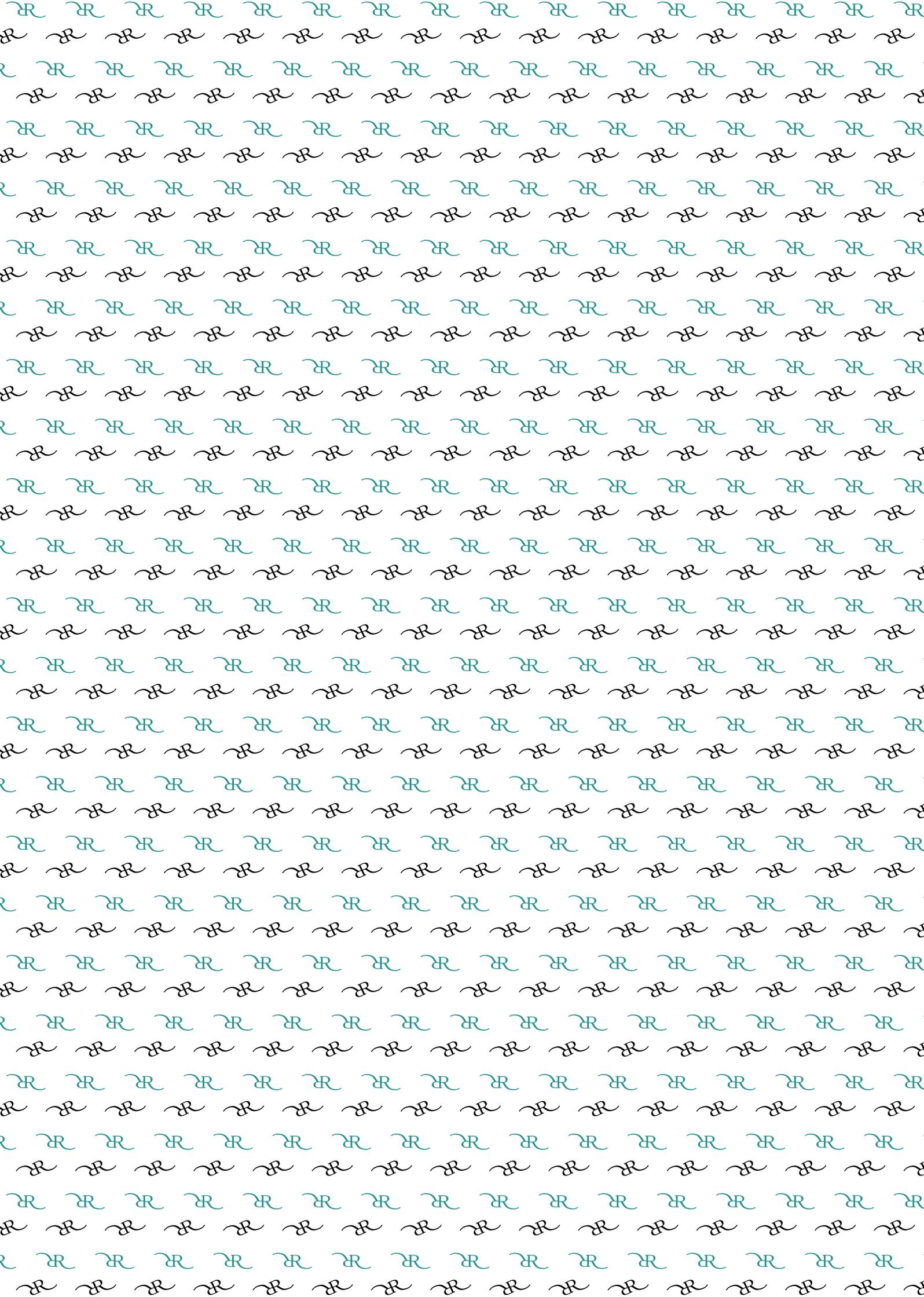
Denise Aimar

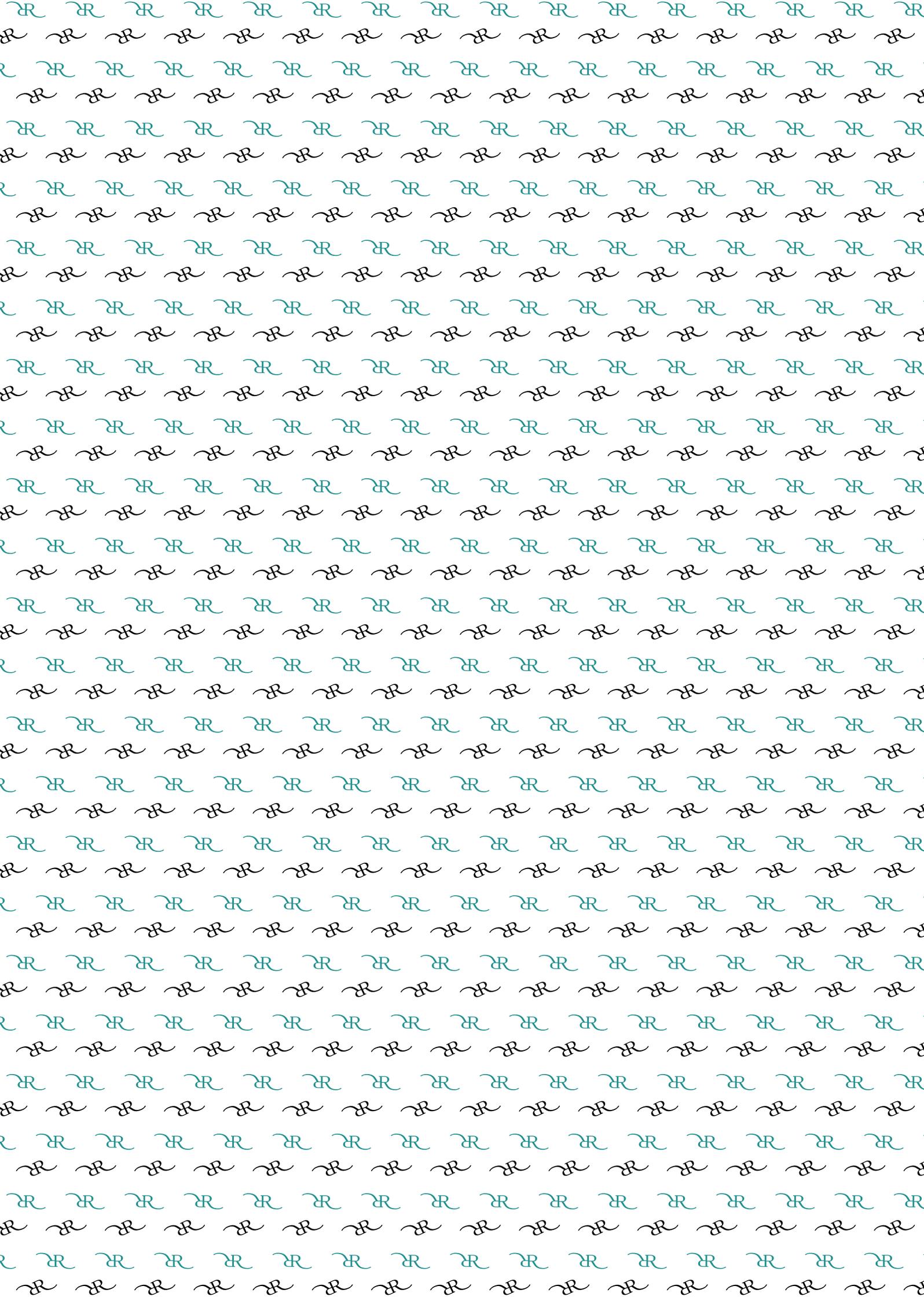
Co-relatore

Nicolò Di Prima

Candidate

Giorgia Licciardo
Valentina Mossotto





Dipartimento di Architettura e Design
Corso di Laurea in Design e Comunicazione
Politecnico di Torino

A.a. 2023/2024
Sessione di Laurea Febbraio 2024



**Politecnico
di Torino**



RITRATTI
BIBALTTI

Una proposta di workshop fotografico
per adolescenti sulla dualità tra Bello e Bellezza

Relatrice

Denise Aimar

Co-relatore

Nicolò Di Prima

Candidate

Giorgia Licciardo
Valentina Mossotto

L'INDICE

L'INTRODUZIONE 11

LA RICERCA TEORICA INIZIALE

Gli adolescenti	16
Una fase di cambiamento	17
Le nuove emozioni	20
Il benessere psicosociale	22
La vita online e offline	24
Gli effetti psicosociali dell'uso dei social network	27
I canoni estetici	28
Il Bello	29
Il Bello nella stoffa	31
Il Bello nel mondo	38
Il Bello in Italia	42
I canoni estetici nella GenZ	46
Gli adolescenti allo specchio	47
Il Bello sui social	49
Il cambiamento nelle mani della GenZ	52

L'ANALISI DI SCENARIO

Lo scenario del progetto	56
La città di Asti	57
Gli studenti del Liceo F. Vercelli	59
Il questionario per indagare il target	61
Le domande proposte	62
L'analisi delle risposte ottenute	64
La visione dei "Social"	79
La visione dello "Specchio"	81
Le conclusioni	82
L'intervista allo psicologo Savarino	83
L'analisi dell'intervista	84
Le conclusioni	90

L'analisi fotografica dei canoni estetici	91
La ricerca delle figure influenti	92
I confronti di Pinterest	94
I profili personas	99
Sofia	102
Alessia	104
Marco	106
Il concept del progetto	108

IL WORKSHOP

Il messaggio da trasmettere	112
L'identità visiva	114
Gli obiettivi individuati	118
Le fasi del workshop	120
L'attuazione del workshop pilota	122
I dettagli tecnici dell'attuazione	123
Le nostre aspettative	124
Il primo feedback dei ragazzi	124
La fase di Icebreaker	125
La lavagna del Bello	126
Il gioco fotografico	129
La lavagna dei triftici	130
Le conclusioni trasmesse	134
Le riflessioni finali a caldo	135

LE CONCLUSIONI

I RINGRAZIAMENTI

LA BIBLIOGRAFIA E LA SITOGRAFIA

L'INTRODUZIONE

Bello e Bellezza non sono sinonimi. Mentre il **primo** si limita all'**aspetto estetico** e all'apparenza superficiale, la **Bellezza** si eleva come un concetto più profondo e universale. Essa abbraccia le **unicità e i tratti distintivi della personalità** che caratterizzano ogni persona in modo singolare e straordinario.

Tuttavia, nell'era dei social media, questa **distinzione** è spesso **offuscata** dalla diffusione di canoni estetici che enfatizzano esclusivamente il Bello, trascurando la ricchezza e la profondità della Bellezza e ignorando il suo legame intimo con l'individualità e la complessità umana.

Coloro che probabilmente non percepiscono questa distinzione sono gli adolescenti della **GenZ**, cresciuti a contatto con la tecnologia e i social media. In quanto designer, abbiamo individuato in loro una **necessità inconsapevole di decostruire il concetto di Bello** che canoni e social media propongono, al fine di avvicinarli al concetto di Bellezza. Abbiamo deciso di intraprendere, proprio rivolgendoci a loro, lo studio e il **progetto di sensibilizzazione "Ritratti Ribaltati"**, un workshop fotografico sulla dualità di questi due concetti.

L'**obiettivo** del nostro lavoro è quello di effettuare un'**analisi qualitativa e quantitativa** accurata del target e della tematica trattata. L'elaborato, inoltre, propone una via per stimolare gli adolescenti alla **formazione di un pensiero critico** riguardo alle dinamiche connesse ai canoni estetici e per sensibilizzarli a una maggiore consapevolezza e accettazione delle diversità individuali.

La tesi è articolata in **tre sezioni principali**. La prima tratta della **ricerca teorica** iniziale in cui si sono analizzati gli **adolescenti** e le loro caratteristiche a un livello sia psicologico sia sociale; i **canoni estetici** indagati nella storia, nel mondo e in Italia e, infine, i **canoni estetici propri della GenZ**, attraverso il rapporto con i social e il cambiamento che questi potrebbero apportare. La seconda sezione è dedicata all'**analisi di scenario**: si è descritto il contesto dello studio, la città di **Asti** e gli **studenti del Liceo Scientifico Statale F. Vercelli**, per passare poi all'indagine condotta attraverso un **questionario** diffuso negli istituti superiori di secondo grado della città e attraverso un'**intervista** al dottor Francesco Savarino. Conducendo anche un'**analisi fotografica**

che mettesse in luce le somiglianze tra i canoni estetici influenti e gli adolescenti, vengono definiti, successivamente, i **profili personas** a cui far riferimento, oltre che al **concept** del progetto stesso. Nella terza sezione, infine, si procede a sviluppare il **workshop** attraverso la comunicazione del messaggio, dell'identità visiva, degli obiettivi prefissati, delle fasi e dell'attuazione del workshop pilota.

Grazie a questo lavoro, è stato possibile prendere coscienza di numerosi fattori legati al target e allo sviluppo del progetto ma soprattutto a ciò che potrebbe seguire, considerazioni che saranno espone dettagliatamente nelle conclusioni finali di questa tesi.

LA RICERCA
TEORICA INIZIALE

Gli adolescenti

Una fase di cambiamento

L'adolescenza rappresenta il **periodo di transizione dall'infanzia all'età adulta**, durante il quale si verificano notevoli cambiamenti. Questa fase delicata della vita comporta significative **trasformazioni fisiche e psicologiche**, creando un senso di disorientamento per i giovani e le loro famiglie. La sua distintiva intensità emotiva è evidente insieme all'importanza del gruppo dei coetanei, accompagnata da una ridefinizione dei rapporti con le figure genitoriali e dei confini.

Ha inizio intorno all'**età di 11 anni** e segna una fase di transizione in cui i ragazzi sviluppano **capacità cognitive più avanzate**, come il pensiero astratto e la generazione di ipotesi. Tuttavia, spesso essi hanno difficoltà a collegare situazioni,

pensieri ed emozioni, risultando in una comprensione e distinzione delle emozioni che può essere sfidante.

Durante la fase compresa tra gli **11 e i 15 anni** emergono problemi come **sbalzi d'umore**, iperreattività agli stimoli, **difficoltà nei rapporti con i genitori**, **senso di inadeguatezza rispetto agli altri**, conformità al gruppo dei pari. (Pietro e Bassi, 2013; Pierantoni, 2020).

In questo periodo il corpo stesso subisce cambiamenti significativi che possono non essere facilmente elaborati e accettati dagli adolescenti.



<https://www.unobravo.com/post/cambiamenti-adolescenza>

Successivamente, nell'**adolescenza avanzata**, compresa tra i 16 e i 19 anni, caratterizzata da maggiore stabilità, i ragazzi sviluppano un **pensiero più sofisticato**, formulano ipotesi complesse e considerano eventi futuri.

Durante questa fase si impegnano per **ottenere indipendenza**, sperimentano nuovi ruoli e responsabilità e affrontano **nuove sfide nei rapporti interpersonali**, inclusi quelli romantici e sessuali. Problemi in questa fase comprendono l'ansia legata alle scelte educative o professionali, la **ricerca di indipendenza dalla famiglia** e la gestione dei cambiamenti nei rapporti interpersonali (Pietro e Bassi, 2013).

In che maniera si modificano i rapporti durante questa fase?

Durante l'adolescenza l'individuo manifesta il bisogno di scoprire ciò che lo circonda e acquisire maggiore libertà, ma contemporaneamente cerca sostegno e sicurezza nel contesto familiare. Questo **dualismo tra l'impulso all'esplorazione e la necessità di supporto crea tensioni e contraddizioni**, coinvolgendo non solo l'adolescente ma anche la famiglia.

Il **gruppo dei coetanei** assume un ruolo cruciale in questo contesto. Gli adolescenti possono incontrare nuove dinamiche relazionali e sperimentare pensieri al di fuori dei valori familiari. Il **timore del giudizio si intensifica durante queste interazioni**, guidato dal desiderio di appartenenza, riconoscimento individuale e integrazione.



<https://www.unobravo.com/post/cambiamenti-adolescenza>

Come si può comunicare con loro durante questo periodo di cambiamento?

La comunicazione rappresenta un processo cruciale non solo per ciò che si comunica, ma anche per il modo in cui essa viene espressa. Questo processo consente alle persone di **condividere pensieri ed emozioni, stabilendo un dialogo.**

La componente verbale e non verbale della comunicazione può viaggiare parallelamente o esprimere sentimenti contrastanti, creando tensioni. Spinoza suggerisce di **comprendere anziché deridere o compiangere gli altri**, ma spesso i genitori trasmettono le proprie idee senza ascoltare le ragioni dei figli, rendendo complessa la gestione delle sfide adolescenziali.

Thomas **Gordon**, uno psicologo clinico americano, ha sviluppato il **metodo** omonimo, che fornisce indicazioni su **come mantenere relazioni efficaci**. Tuttavia, alcune **modalità comunicative dannose** sono comuni, come dare ordini, minacciare, fare prediche, offrire soluzioni già pronte, persuadere con la logica, biasimare, essere compiacenti, etichettare, interpretare, minimizzare, interrogare in modo invadente

e cambiare argomento. Queste modalità possono **ostacolare la comprensione reciproca**, rendendo la comunicazione più complicata. (Gordon, 1994)

Nel dialogo con gli adolescenti le frasi critiche e le espressioni di perplessità da parte dei genitori possono derivare dall'intenzione di aiutare i giovani a crescere. Tuttavia, è essenziale riflettere non solo sul **contenuto del messaggio**, ma anche sulle **modalità più adeguate per comunicare**. La comprensione reciproca può così migliorare, contribuendo a una comunicazione più efficace e costruttiva.

Le nuove emozioni

Gli individui in età adolescenziale sperimentano un **vortice di emozioni intense**, spesso sfuggenti al controllo e alla comunicazione. Emozioni come tristezza, rabbia e preoccupazione possono talvolta **evolvere in manifestazioni più gravi come depressione, collera e ansia**.



Mancando di competenze nella gestione emotiva, gli adolescenti possono **adottare strategie disfunzionali**, quali autolesionismo, abuso di sostanze, isolamento, aggressività e ipercontrollo (Pierantoni, 2020).

La **regolazione emotiva**, che indica il modo in cui una persona gestisce, potenzia o inibisce le proprie emozioni in base agli obiettivi, può **diventare disfunzionale in assenza di un equilibrio tra emozioni dolorose e positive**. Le problematiche legate a tale regolazione si manifestano in estremi opposti: la disregolazione e l'ipercontrollo.

La **disregolazione emotiva** produce un'**incapacità di gestire stimoli**, azioni e risposte verbali e non, comportando esperienze emotive dolorose e una **difficoltà nell'inibire impulsi** e comportamenti. Le origini di queste difficoltà risiedono in vulnerabilità biologiche e in un **ambiente familiare invalidante** (Linehan, 2015).

L'**ipercontrollo**, definito come un **rigido tentativo di gestire, prevenire o eliminare la sofferenza**, si basa su una visione rigida che paradossalmente **perpetua lo stato**

di sofferenza. Questa modalità cerca di annullare ogni rischio di sofferenza, trovando **apparente sicurezza attraverso rassicurazioni**, rimuginio, ruminazione o obblighi eccessivi. Tuttavia, questa strategia risulta controproducente, poiché l'incertezza è inevitabile; accettarla e tollerarla diventano obiettivi raggiungibili attraverso un percorso di terapia.

In un contesto più ampio diventa cruciale sviluppare competenze emotive, come il riconoscimento delle emozioni, l'autocontrollo e l'empatia, nell'ambito di un'**educazione all'intelligenza emotiva**.

L'intelligenza emotiva è definita, nel 1990 da Salovey e Mayer, come la **capacità di comprendere e gestire le emozioni**, rappresenta un pilastro importante nel contesto educativo contemporaneo (Salovey e Mayer, 1990).

Il concetto viene poi ripreso da Goleman nel 1996 che identifica **cinque abilità chiave** che la compongono, ovvero il riconoscimento delle proprie emozioni, il controllo emotivo, la motivazione personale,

la comprensione delle emozioni altrui e la gestione delle relazioni interpersonali (Goleman, 1996).

In tale contesto, **genitori e insegnanti** devono **incentivare bambini e adolescenti** a esplorare e comprendere le proprie emozioni, **creando un ambiente aperto e privo di giudizi**.

Per sviluppare la consapevolezza emotiva, è essenziale **incoraggiare i giovani a esprimere le proprie emozioni**, chiedendo loro di identificarle e riflettere su come si manifestano nel corpo. Inoltre, è importante spiegare che **non esistono emozioni buone o cattive, ma piacevoli e spiacevoli, ognuna con la sua importanza**.

Infine, genitori e insegnanti devono aiutare i ragazzi a **comprendere la soggettività delle emozioni**, insegnando che le reazioni possono variare tra individui di fronte alle stesse situazioni. La chiave è **attribuire un significato alle emozioni**, promuovendo una sana gestione dei comportamenti associati a esse.

https://it.freepik.com/foto-gratuito/ragazzo-triste-di-vista-frontale-che-si-siede-sulle-scale_30237269.htm#query=adolescenza%20problemi&position=6&from_view=key-word&track=ais&uuiid=69369e75-2687-4aed-bdf8-be70274f9e32



Il benessere psicosociale

La letteratura psicologica concorda sull'importanza cruciale dell'adolescenza nello sviluppo umano, identificando **compiti di sviluppo chiave in questo periodo**.

Il superamento positivo di tali compiti (Lo Coco e Pace, 2009; Palmonari, 2001) contribuisce al benessere, all'autostima e a un **adattamento positivo**. Durante l'adolescenza si affrontano questioni cruciali come lo **sviluppo dell'identità**, della sessualità, la conquista dell'autonomia emotiva e intellettuale, la formazione di un orientamento valoriale indipendente dalla famiglia e dai pari, oltre alle decisioni sullo stile di vita. Il successo nell'affrontare questi compiti si traduce in un **benessere psicologico**, mentre **un gestire problematico può portare al disagio**.



“Il benessere è inteso in un’accezione multidimensionale, risultato di un’interazione positiva tra componenti fisiche, funzionali, psicologiche e sociali della salute, e come percezione elevata della propria qualità della vita. [...] In sintesi, rappresenta l’idea positiva e soddisfacente che un individuo possiede riguardo alla sua posizione nella vita e nel contesto culturale, ai suoi sistemi di valori e di credenze, alle sue aspettative, preoccupazioni, paure, alle sue performance” (Albiero, 2012, p. 19).

Il concetto di benessere si suddivide in vari aspetti del **benessere soggettivo**, tra cui l'autostima, le relazioni interpersonali e il successo scolastico. Tuttavia, questa esperienza è **interconnessa con il malessere**, soprattutto durante l'adolescenza, in quanto entrambi sono legati ai compiti evolutivi che gli adolescenti devono affrontare e alle risorse personali e contestuali a loro disposizione. La **comprensione dei fattori di rischio e protezione** che influenzano il benessere dei giovani è una **sfida multidisciplinare**, sottolineando la necessità di un'ottica multifattoriale che consideri le **caratteristiche individuali e contestuali**, nonché l'interazione tra fattori di rischio e di protezione.

Tra le molteplici condizioni coinvolte nel benessere e nell'adattamento psicosociale degli adolescenti, la **rete di relazioni nel loro ambiente sociale** rappresenta un elemento cruciale. In particolare, le relazioni tra pari giocano un ruolo fondamentale nell'affrontare i compiti evolutivi legati all'individuazione e alla costruzione dell'identità. Sarason B., Pierce e Sarason I. (Sarason B., Pierce, e Sarason I., 1990) hanno notato che la percezione di un supporto sociale, come la **"considerazione positiva da parte degli altri"**, emerge come **predittiva di un'immagine positiva di sé** e risulta cruciale per il benessere psicologico degli adolescenti (Raja, McGee, e Stanton, 1992).



La **solitudine**, intesa come l'esperienza soggettiva associata a una **percezione di mancanza di intimità interpersonale**, è frequentemente considerata negli studi di valutazione del benessere psicosociale. La sua **relazione con l'isolamento sociale** e la depressione, soprattutto durante l'adolescenza, evidenzia l'importanza della qualità delle relazioni tra pari come predittore significativo di **sviluppo di problemi psichiatrici maggiori** (Birmaher et al., 1996; Hankin et al., 1998).

L'approccio empirico alla classificazione dei problemi evolutivi si basa su resoconti di genitori, insegnanti e bambini stessi. Questo approccio dimensionale consente di identificare due ampi raggruppamenti di fattori: quelli **internalizzanti** e quelli **esternalizzanti**. I primi coinvolgono **problemi rivolti all'interno del soggetto**, come ansia, depressione e bassa autostima, mentre i secondi riguardano **comportamenti diretti verso gli altri** e l'ambiente esterno (Horney, K., 1945). La comprensione di questi aspetti è fondamentale per valutare il benessere psicologico degli adolescenti.



<https://www.pexels.com/it-it/foto/quattro-persone-in-piedi-in-cima-alla-montagna-erbosa-697244/>

La vita online e offline

La vita di un adolescente è un intricato intreccio tra **esperienze offline e online**, dove il benessere e il malessere si manifestano come le due facce di una stessa medaglia. Nella fase delicata dell'adolescenza, i compiti evolutivi da affrontare sono molteplici, e la risposta a essi è variegata, influenzata dalle risorse personali e contestuali dell'individuo. La costruzione dell'identità e la partecipazione sociale diventano i cardini di questo percorso, che può dispiegarsi attraverso **comportamenti a rischio o pro-sociali**.

Il **mondo online**, con i suoi Social Network in costante evoluzione, rappresenta un terreno di gioco fondamentale per gli adolescenti di oggi. La possibilità di costruire profili pubblici, stabilire connessioni virtuali e condividere

esperienze caratterizza questi ambienti digitali. Tuttavia, le **dinamiche online e offline sono intrinsecamente diverse**.

La **reciprocità delle relazioni**, una costante nel mondo offline, **può vacillare nel regno virtuale**. Le norme di educazione spesso si sgretolano più facilmente online, dove la prossimità spaziale e sociale è sostituita dalla globalità delle connessioni.

La temporalità delle interazioni online è scandita da pause nei commenti, a differenza della **prontezza delle risposte nel mondo offline**. *"Verba volant, scripta manent"*, ciò che è scritto online permane, in contrasto con la fugacità delle parole pronunciate.

L'**identità online** può celare sfaccettature nascoste, permettendo una **self-disclosure più ampia** rispetto alle relazioni faccia a faccia. I profili digitali diventano spazi in cui **adolescenti esplorano la propria autonomia**, sfidano limiti e cercano di definire la propria identità adulta. La lunghezza e il tipo di contenuto delle interazioni variano, consentendo l'espressione attraverso testo, video o immagini.

In questo intricato intreccio tra vita online e offline, gli adolescenti si muovono, sperimentando, apprendendo e costruendo la propria identità. La **sfida per genitori, educatori e società è comprendere e guidare questo percorso**, permettendo agli adolescenti di **trarre beneficio da entrambi i mondi**, senza perdersi nella complessità delle loro interconnessioni.



<https://www.pexels.com/it-it/foto/uomo-seduto-colazione-cucina-10388762/>

<https://www.pexels.com/it-it/foto/uomo-e-donna-che-si-siede-sul-banco-di-legno-marrone-6383164/>





<https://it.freepik.com/xhr/detail/30237279?type=photo&query=adolescent%20solitario%20in%20mezzo%20agli%20amici>

Gli effetti psicosociali dell'uso dei social network

L'uso massiccio dei social network è stato oggetto di numerosi studi che evidenziano un'associazione significativa con problemi psicologici. Questi problemi vanno dall'ansia e sintomi depressivi allo stress, con alcune manifestazioni più lievi che comportano una semplice riduzione del benessere soggettivo e dell'autostima. L'uso problematico di queste piattaforme si articola in tre tipologie principali: il confronto sociale, la dipendenza da social network e l'uso sostitutivo.

Il confronto sociale, la prima tipologia, si manifesta attraverso la tendenza innata delle persone a confrontarsi con individui che appaiono più attraenti. Questo spinge molti utenti a mettere in mostra gli aspetti positivi della propria vita, creando un'immagine di sicurezza ed equilibrio. Tuttavia, per coloro che si percepiscono incapaci di raggiungere tali standard, ciò può portare a una diminuzione dell'autostima e all'insorgenza di sintomi depressivi.

Il secondo problema, la dipendenza da social network, evidenzia la propensione di queste piattaforme a promuovere comportamenti dipendenti, spesso

alimentati dalla paura di perdere informazioni rilevanti. La crescita esponenziale del "Fear of Missing Out" (FoMO), la paura di sentirsi esclusi dagli eventi sociali se non connessi ai social, crea una compulsione aggiuntiva a restare costantemente online.

Il terzo aspetto, l'uso sostitutivo, si verifica quando il tempo trascorso online prende il sopravvento su quello offline, generando talvolta sensazioni di solitudine per la mancanza di connessioni intime.

I segnali di una possibile dipendenza includono risultati negativi sul lavoro o negli studi, l'uso eccessivo durante altre attività, l'uso come mezzo per affrontare problemi personali, nervosismo in assenza di accesso ai social media e un eccessivo pensiero su di essi. In sintesi, l'uso smodato dei social network può avere gravi implicazioni psicosociali, richiedendo una consapevolezza critica e un bilanciato utilizzo di queste piattaforme digitali.

I canoni estetici

Il Bello

Il concetto di **"Bello"** è un termine intriso di complessità e soggettività, abbracciato attraverso le epoche come una **guida per valutare ciò che suscita piacere e ammirazione**. Aggettivo soventemente usato per connotare un oggetto, una persona o una situazione che ci piace, deriva dal volgare *bēllus*, che significa **"carino, grazioso"**. La categoria del Bello costituisce un **elemento fondamentale dell'estetica**, un concetto che sin dall'antichità è stato considerato uno dei **tre generi supremi di valori** insieme al **Vero** e al **Bene**. Questa classificazione, originariamente formulata da Platone, ha mantenuto la sua rilevanza sostanziale fino al **Settecento**, quando si verificarono **cambiamenti significativi nei canoni estetici**.

In quel periodo si abbandonarono le concezioni precedenti, aprendo la strada anche alla **considerazione del "Brutto"** come una **categoria estetica** da tenere presente. Tale accettazione del "brutto" ha introdotto una **nuova prospettiva dialettica**, da collegare in un rapporto dinamico con il concetto tradizionale di "Bello".

Questo concetto si può **avvicinare** come è accaduto in diverse epoche storiche al concetto di **Bellezza**. Questa è un **concetto astratto** che rappresenta la **qualità di una cosa che viene percepita**, fornendo sensazioni di **piacere e soddisfazione**. Parliamo di Bellezza quando, **indipendentemente dal possesso**, qualcosa provoca in noi una sensazione di godimento e felicità.

Il desiderio immediato di chi, assetato, si getta su una fonte d'acqua, non consente di contemplarne la bellezza. Questa riflessione può emergere solo una volta che la sete è placata. Da qui si evince che **l'esperienza della Bellezza differisce dal desiderio**. È possibile percepire la Bellezza in individui umani senza necessariamente desiderarli sessualmente, anche quando si è consapevoli che non potranno mai appartenere a noi. Al contrario, se si prova desiderio per un individuo (che potrebbe, tra l'altro, essere considerato brutto) e non si può realizzare la relazione sperata, ne deriva sofferenza.



In definitiva, si può sostenere che il concetto di Bellezza *“non viene circoscritto a tutto ciò che armonico dà soddisfazione alla vista, ma la Bellezza è intesa come qualcosa che dona soddisfazione a tutti i sensi e non si limita a compiacere la sfera fisica, ma invade anche la nostra anima.”* (Dario Bertossi, 2019)

Il Bello nella storia

Per i primi pitagorici **l'armonia comprende l'opposizione di elementi** come il pari e l'impari, il limite e l'illimitato, l'unità e la molteplicità, la destra e la sinistra, il maschile e il femminile, il quadrato e il rettangolo, la retta e la curva, e così via. Tuttavia, per **Pitagora** e i suoi diretti seguaci sembra che in tale opposizione **solo uno rappresenti la perfezione**: l'impari, la retta e il quadrato sono considerati buoni e belli, mentre le **realità opposte sono associate all'errore**, al male e alla disarmonia.

Eraclito, d'altro canto, propone una soluzione diversa. Se nell'universo esistono opposti che apparentemente non si conciliano, come l'unità e la molteplicità, l'amore e l'odio, la pace e la guerra, la calma e il movimento, **l'armonia tra questi opposti non si realizza eliminandone uno**, ma consentendo a entrambi di **coesistere in una tensione continua**. In questo contesto, l'armonia non implica l'assenza, bensì **l'equilibrio dei contrasti**.

I pitagorici successivi, come Filolao e Archita, incorporeranno questi concetti nelle loro dottrine tra il V e il IV secolo a.C. L'equilibrio tra entità opposte che

si neutralizzano a vicenda, la polarità tra aspetti che potrebbero sembrare contraddittori ma diventano armonici proprio grazie alla loro contrapposizione, troveranno espressione nel concetto di simmetria quando applicato ai rapporti visivi. Pertanto, la speculazione pitagorica contribuirà a soddisfare **l'esigenza di simmetria** che ha sempre caratterizzato l'arte greca e che diventerà **uno dei canoni estetici nell'arte della Grecia classica**.

Guardando alle **statue** scolpite nel VI secolo a.C. dagli artisti greci, si nota un'applicazione pratica di queste teorie. Le **figure femminili** raffigurate in queste opere erano considerate belle non solo per il loro aspetto esteriore, ma anche per il giusto equilibrio degli umori che produceva un colorito piacevole e per la **disposizione armonica delle membra**, regolate dalla stessa legge che governava le distanze tra le sfere planetarie. Gli artisti, affrontando la sfida di **trasformare l'imponderabilità della Bellezza descritta dai poeti in forme di pietra**, seguivano il requisito fondamentale di proporzione e simmetria.

Dopo Policleto, nel IV secolo a.C., il concetto di proporzione assume una forma più matematica con la **creazione del "Canone"**, una statua che incarna tutte le **regole per una giusta proporzione**. Questo canone non si basa sull'equilibrio di elementi uguali, ma piuttosto sul reciproco **adattamento proporzionale** tra le parti del corpo secondo rapporti geometrici. Vitruvio, in un periodo successivo, concretizzerà ulteriormente queste proporzioni in frazioni della figura intera.

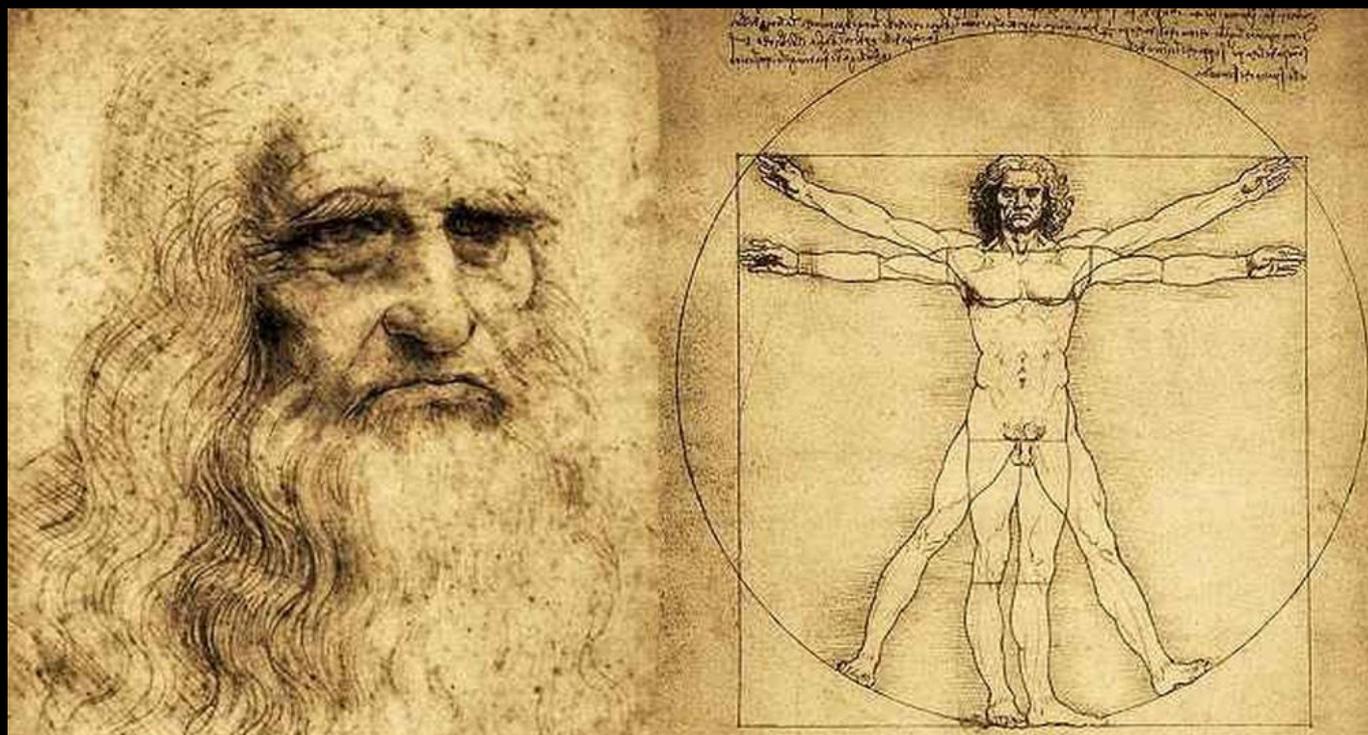
La differenza tra il Canone greco e l'approccio egizio è evidente. Mentre gli **Egizi** usavano **reticoli a maglie quadrate con misure quantitative fisse**, il **Canone di Policleto** si basa su **rapporti organici tra le parti del corpo**, adattandosi alla prospettiva e ai movimenti naturali. Questo approccio organico risulta evidente anche in un brano del "Sofista" di Platone, che suggerisce come gli scultori greco-romani non osservassero le proporzioni in modo matematico, ma le adattassero alle esigenze della visione e della prospettiva.

In contrasto, il **Medioevo** potrebbe poi sembrare trascurare una matematica

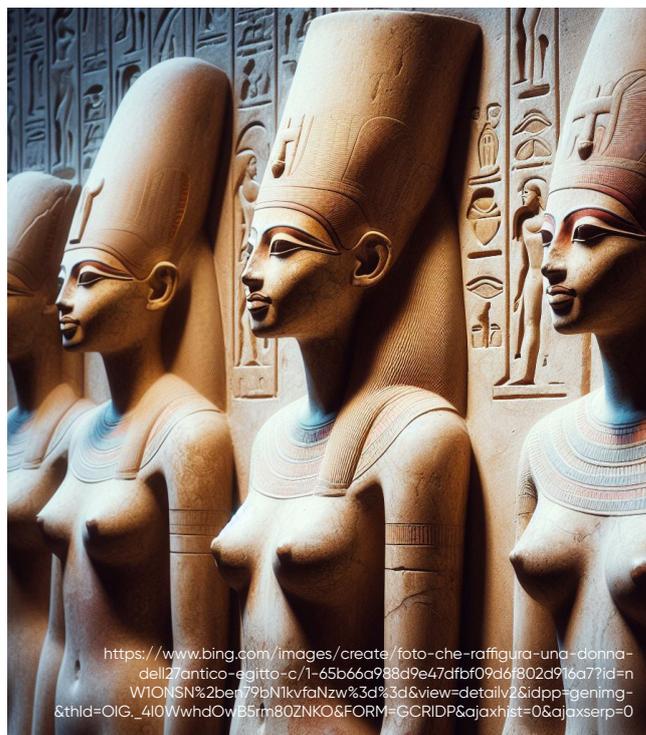
rigorosa delle proporzioni nel rappresentare il corpo umano favorendo la **sottolineatura della Bellezza spirituale rispetto a quella corporea**. Nondimeno, i criteri pitagorico-proporzionali erano più spesso utilizzati per **definire la Bellezza morale**, come evidenziato nella simbologia dell' "homo quadratus", che riconosceva nei numeri una base simbolica e estetica.

Successivamente, gli artisti del **Rinascimento**, come Leonardo e Dürer, adottarono un **approccio più matematico** nella definizione delle proporzioni del corpo. Mentre la proporzione era un concetto presente anche nel medioevo, si osserva un cambiamento nel rigore matematico del calcolo, e il modello ideale era più influenzato dal Canone di Policleto che dalla nozione filosofica medievale di proporzione.

<https://www.italiaoggi.it/news/1-uomo-vitruviano-va-a-parigi-a-roma-arriva-raffaello-201909241055465580>



L'evoluzione della Bellezza femminile



Antico Egitto (c. 1292-1069 a.C.)

Corpo esile, viso simmetrico, spalle strette e vita alta.



Antica Grecia (c. 500-300 a.C.)

Pelle chiara e corpo paffuto. Le donne erano considerate versioni "sfigurate" degli uomini.



Dinastia Han (c. 206 a.C-220 d.C.)

Vita sottile, pelle pallida, occhi grandi e piedi piccoli.



Rinascimento italiano (c. 1400- 1500)

Seno grande, pancia arrotondata, fianchi larghi e pelle chiara.



Inghilterra vittoriana (c. 1837-1901)

Corpo voluttuoso, capelli lunghi, emblema di sensualità, vita segnata dai corsetti.



Anni '20

Seno piatto, vita minuscola e figura mascolina.

30



Epoca d'oro di Hollywood (c. 1930 - 1950)

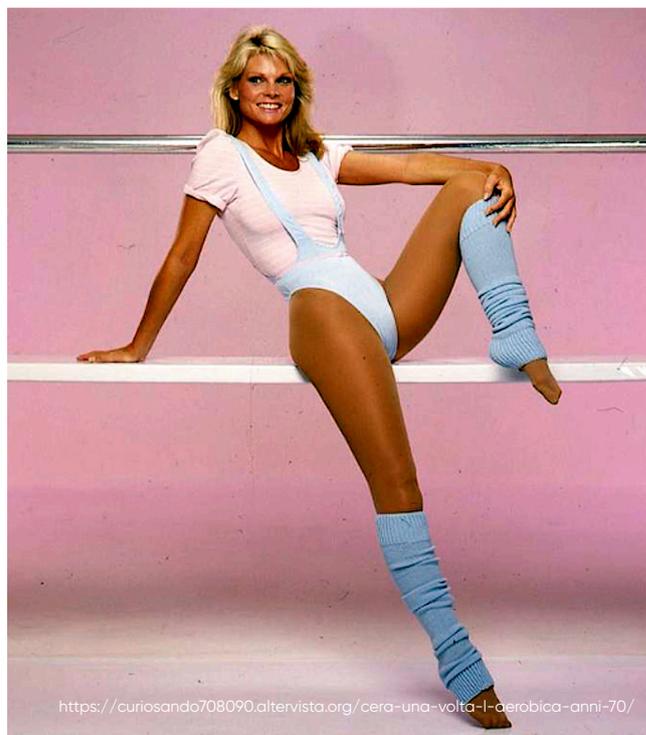
Curvy, figura a clessidra, seno grande e vita sottile.



<https://mintsquare.co/reintroducing-the-new-wave-of-genderless-fashion/>

Anni '60

Fisico da adolescente snello e slanciato, gambe lunghe e magre.



<https://curiosando708090.altervista.org/cera-una-volta-l-aerobica-anni-70/>

Anni '80

Super modelle, fisicità atletica, corpo sottile ma formoso con braccia toniche, molto alte.



<https://www.lilycherie.com/blog/kate-moss-90s-style>

Anni '90

Figura androgina, corpo sottile e pelle traslucida.

31



<https://www.buttanissima.it/emily-ratajkowski/>

Dal 2000 a oggi

Pancia piatta, magrezza sana, seno e sedere sodi, senza disdegnare la chirurgia plastica.

L'evoluzione della Bellezza maschile



Fine '800

Uomini corpulenti o obesi erano l'incarnazione del più alto status sociale per accesso al cibo.



Epoca d'oro di Hollywood (c. 1930 – 1950)

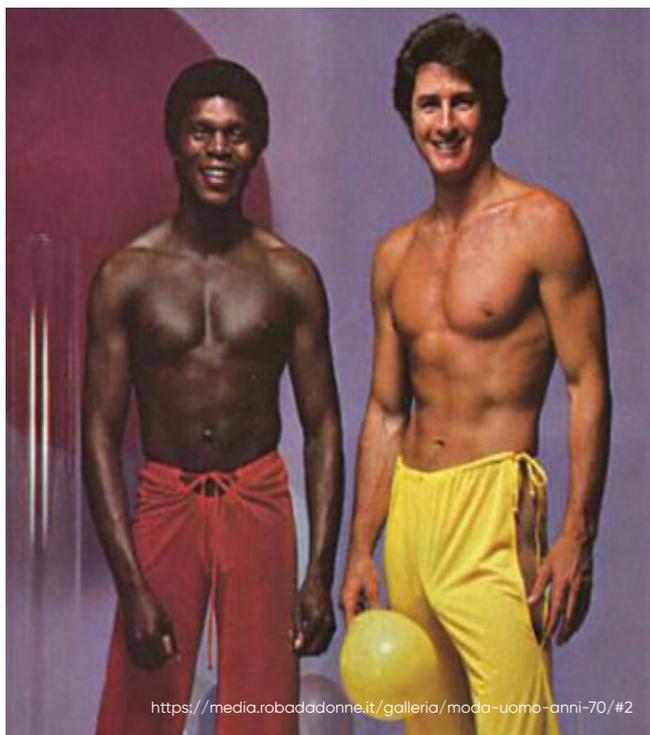
Magri e longilinei, tono muscolare che iniziava a fare capolino sul grande schermo.

32



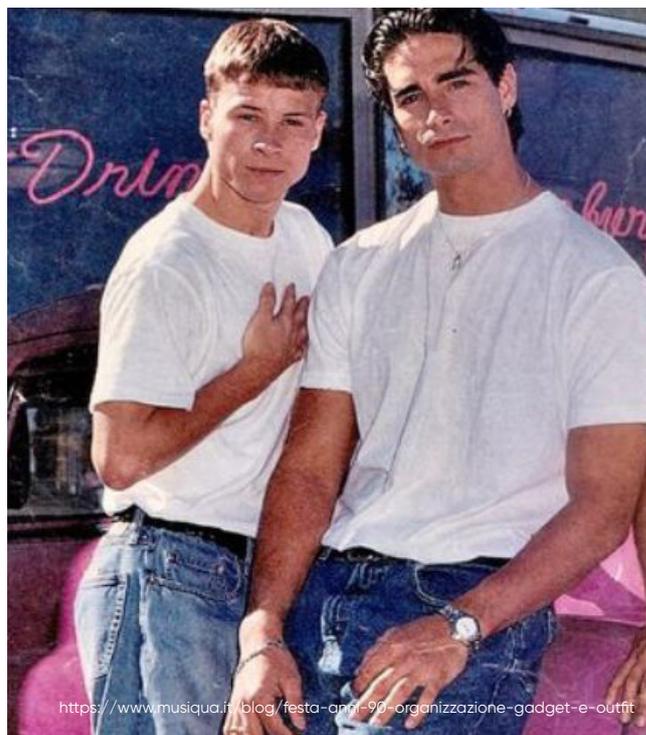
Anni '60

Capelli lunghi, particolare attenzione alla forma fisica, look delle rock star in voga.



Anni '70 e '80

Corpo muscoloso e scolpito al centro dei canoni estetici maschili per molti.



Anni '90

Magro e muscoloso, non discostandosi particolarmente dall'ideale odierno.



Dal 2000 a oggi

Capelli sbarazzini, volto paffuto, corpo tonico e gambe muscolose.

Il Bello nel mondo

Durante i secoli grazie all'arte e più recentemente grazie ai social media, si sono diversificate **tipologie di Bello in base ai diversi luoghi geografici**, basate principalmente sulle diverse culture e usanze.

Nel corso del 2019, **Superdrug Online Doctor** ha instaurato un accordo contrattuale con diciannove designer freelance, fornendo loro le istruzioni generali seguenti:

"Ritoccate quest'uomo con Photoshop per renderlo più attraente per gli abitanti del vostro paese. Stiamo studiando l'attrazione e le sue differenze nel mondo. Sono coinvolti più designer, ognuno di un Paese diverso. Tutte le modifiche, comprese quelle alla forma, alla colorazione e così via, dipendono da voi. È possibile modificare

qualsiasi caratteristica. Si consiglia di non coprire ulteriormente le sue forme con indumenti, perché l'invio potrebbe non essere accettato."

Per approfondire la comprensione delle questioni legate all'immagine corporea a livello globale, sono stati invitati **11 designer donne e 8 uomini** provenienti da **19 Paesi differenti** a utilizzare Photoshop per **apportare modifiche a un uomo** (un fotografo di New York che ha generosamente fornito il suo autoritratto), al fine di creare la propria interpretazione di un uomo **attraente secondo i canoni estetici del loro Paese**.

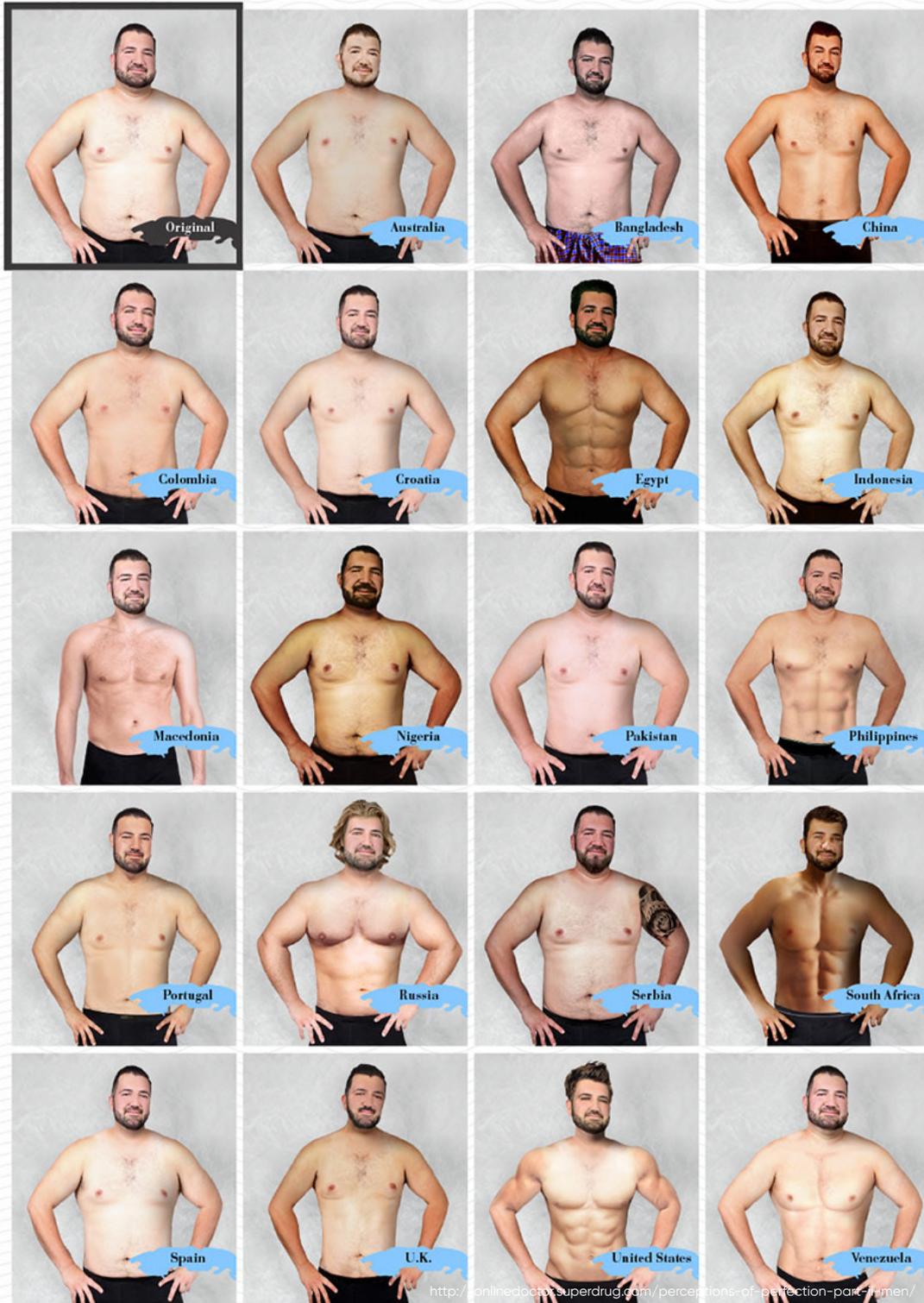
Perceptions of Perfection

PART II: MEN

Fit with their culture's perceptions of beauty and an ideal male form

Here is what they sent us

This is what we sent them



<http://onlinedoctorsuperdrug.com/perceptions-of-perfection-part-ii-men/>

Questo progetto evidenzia che la **ricerca di un corpo perfetto va oltre il genere**. Sostenuta in parte dai media e dalla cultura popolare, gli uomini in tutto il mondo possono **percepire una pressione sull'immagine corporea** che può essere ancora più intensa rispetto a quella sperimentata dalle donne: un'aspirazione a essere più forti, più magri o più muscolosi.

"Il nostro obiettivo con questo progetto è quello di alimentare una rivoluzione: innescare un vero cambiamento sull'immagine corporea, dare alle persone la possibilità di privilegiare la salute rispetto all'aspetto esteriore e promuovere la fiducia nel proprio corpo in tutto il mondo.

[...] In Australia ha mantenuto per lo più la sua forma, nel Regno Unito ha ottenuto un corpo più snello e negli Stati Uniti un fisico cesellato. Il nostro disegnatore in Egitto lo ha reso bruno, il nostro artista spagnolo ha mantenuto la sua carnagione chiara e il nostro disegnatore di Hong Kong ha ristretto il suo viso. Alcuni tocchi sono intriganti: il nostro disegnatore russo gli ha dato una criniera d'oro, mentre il nostro artista americano ha aggiunto una chioma ben pettinata. Il nostro disegnatore serbo ha persino disegnato un tatuaggio a mezza manica."

In un contesto in cui si discute dei corpi, quanto spesso i **volti catturano l'attenzione?** I designer hanno senz'altro dedicato cura a quest'aspetto: la maggioranza degli uomini presenta capelli scuri, tagliati e barba incolta, ma in ciascuna rappresentazione **emergono le norme culturali specifiche**. Alcuni uomini hanno occhi a mandorla, sopracciglia folte o barbe scure; altri presentano nasi larghi, labbra carnose o sopracciglia accentuate.

Hanno identificato gli uomini in base ad alcune **caratteristiche fisiche comuni per poterli classificare**. La **varietà tra gli uomini**, persino all'interno dello stesso gruppo, è in alcuni casi notevolmente evidente: l'uomo di Hong Kong presenta una magrezza sorprendente, il russo si distingue per pettorali straordinariamente forti, mentre l'americano eleva il concetto di "six pack" a un livello superiore.

<http://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection-part-ii-men/>



Le persone di ogni età possono sperimentare la **pressione sociale nel perseguire ideali fisici specifici**, e tali sentimenti possono influenzare vari aspetti, dall'autostima alle dinamiche relazionali. L'obiettivo era di portare a un cambiamento significativo: offrire ai bambini la possibilità di iniziare la vita con una **fiducia positiva nel proprio corpo**, promuovere la salute e il benessere anziché ricorrere a regimi alimentari rapidi e incoraggiare la società ad accettare e **apprezzare la diversità di forme e dimensioni corporee**.



<http://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection-part-ii-men/>



Denise Hatton, Chief Executive di YMCA England e partner fondatore della campagna Be Real per la fiducia nel proprio corpo, ha dichiarato: *"Il secondo rapporto 'Perceptions of Perfection' di Superdrug fa luce sulle pressioni che gli uomini di tutto il mondo devono affrontare riguardo all'immagine corporea. Gli uomini soffrono, al pari delle donne, di una scarsa fiducia nel proprio corpo, poiché molti si sforzano di raggiungere uno standard di "attrattività" che spesso è irraggiungibile e, come dimostra questo rapporto, è guidato dalle percezioni culturali e dagli ideali della pubblicità. La nostra ricerca ha rilevato che il 40% degli uomini nel Regno Unito sente la pressione della televisione e delle riviste per avere un corpo "perfetto" e questo ha effetti negativi sul modo in cui vedono se stessi e gli altri. Ci auguriamo che questo rapporto aiuti gli uomini a mettere la loro salute fisica e mentale al di sopra dell'aspetto esteriore, per garantire che diventiamo una nazione in cui la fiducia nel proprio corpo è, di fatto, la norma culturale."*

Il Bello in Italia

Come già detto, i canoni estetici non sono universali e variano in tutto il mondo e non sono uniformi per tutti. Ciò che in Italia può essere considerato attraente secondo gli standard potrebbe non esserlo negli Stati Uniti.

Qual è dunque lo **standard femminile italiano**? Spesso si identifica con una figura snella, un viso paffuto e capelli lunghi. Questo, tuttavia, riflette lo **stereotipo tradizionale occidentale**, focalizzato su aspetti come la magrezza e la figura slanciata.

Molte **donne italiane si conformano a tali canoni** nel desiderio di **rispecchiare il prototipo più apprezzato**, associato anche al successo e alla preferenza degli uomini. Tuttavia, è essenziale considerare i valori legati alla magrezza senza scendere al di sotto del proprio peso forma, poiché ciò potrebbe comportare rischi per la salute.

Il concetto di Bello in Italia ha subito **variazioni nel corso del tempo**, influenzato dalla percezione della donna nella società, con cambiamenti di ruolo nel corso delle epoche. Oggi, la donna è consapevole dell'ambiente circostante, ma l'**influenza dei social network e il giudizio** altrui continuano a esercitare un **impatto significativo**.

È importante riconoscere come aderire a determinati canoni possa essere controproducente, poiché **non sono sempre facilmente raggiungibili**. La chiave è **valorizzare la propria identità** anziché conformarsi a giudizi personali. Anche se lo standard impone una donna magra, alta, con pelle liscia, **è fondamentale non sottovalutarsi**, se non si rientra in tali parametri, ma piuttosto utilizzare questi criteri come spunto per apprezzare e valorizzare la propria forma fisica.

Gli standard estetici, però, non colpiscono solo le donne; il **disagio maschile** legato ad altezza, peso, calvizie o incapacità di sviluppare una barba spesso passa inosservato. Storicamente, il valore della donna è stato legato alla Bellezza, mentre l'uomo aveva accesso a altre qualità come potere, ricchezza e cultura. Tuttavia, ciò non esclude che gli uomini siano stati anch'essi **soggetti a standard estetici**, focalizzati su forza, muscolatura e virilità, considerate manifestazioni del potere maschile.



<https://www.influenxer.it/influencer/modelli-italiani-uomini-la-top-ten-da-seguire/>

In tempi moderni, la **mascolinità si è trasformata in un codice limitante**, definito in modo complesso dagli studi di genere. Raewyn Connell, negli anni Ottanta, coniò il termine **"mascolinità egemone"** per descrivere dinamiche di potere maschile gerarchiche. Le diverse manifestazioni di mascolinità si influenzano reciprocamente, con il **corpo che diventa espressione del potere virile**.

Recentemente, gli uomini hanno dovuto confrontarsi con nuovi standard di Bello, incarnati dal concetto di **"metrosexual"**. Tuttavia, questa categoria, sebbene attraente, ha portato a una paradossale **stigmatizzazione della cura del corpo maschile** come "cosa da gay". Nonostante l'evoluzione di queste categorie, i modelli di perfezione maschile continuano a focalizzarsi su muscoli, altezza, barba e mascella strutturata.



Questioni come le dimensioni del pene persistono nel definire il valore dell'autostima maschile. La **pressione sociale** contribuisce a un complesso panorama emotivo, con il "dick shaming" e la percezione distorta delle dimensioni. Gli uomini si trovano così al centro di stimoli conflittuali e **aspettative irrealistiche**, spesso esclusi se non conformi ai modelli di mascolinità.

La difficoltà per gli uomini nell'esternare le proprie fragilità, specialmente sulla percezione del corpo, si traduce in un'**alta percentuale di insoddisfazione corporea** tra gli studenti universitari. A differenza delle donne, gli uomini affrontano questo condizionamento in modo più isolato, con una maggiore **reticenza a discutere** di questioni intime con gli amici.

Se da un lato si critica sempre più gli stereotipi legati alla femminilità, dall'altro gli uomini sembrano più restii a formare una rete per **affrontare i problemi di genere**. Questo atteggiamento si evidenzia nelle reazioni negative al dibattito sulla mascolinità tossica o alla critica verso gli stereotipi legati alle dimensioni del pene. La **mancanza di una rete di supporto** e apertura emotiva tra gli uomini contribuisce alla persistenza di **problematiche legate alla pressione sociale e all'autostima**.

I canoni estetici nella GenZ

Gli adolescenti allo specchio

L'adolescenza si configura come il periodo per eccellenza dei **cambiamenti**, in cui i giovani devono confrontarsi con un corpo in rapida trasformazione, e l'aspetto estetico assume un ruolo fondamentale nel **processo di accettazione** sia da parte del mondo circostante che da parte di sé stessi.

Spesso gli adolescenti si trovano ad affrontare una **sfida con il proprio riflesso allo specchio**, evidenziando una **scarsa soddisfazione** rispetto all'immagine corporea. La loro attenzione è focalizzata principalmente su ciò che percepiscono come **difetti** e su ciò che desidererebbero cambiare di sé stessi. Questa pressione è accentuata dall'incessante **esposizione a modelli estetici irraggiungibili** proposti dai canoni di bellezza prevalenti, contribuendo

così a un **senso di frustrazione e insoddisfazione**.

La costante **immersione nell'universo digitale**, con particolare riferimento ai social media, ha un **impatto significativo sulla percezione dell'immagine corporea** degli adolescenti. La **ricerca di una perfezione estetica**, influenzata dai parametri sociali, è diventata una triste realtà per molti giovani. Emergono dati allarmanti da fonti come l'Osservatorio Nazionale Adolescenza, che riporta che **oltre il 60% degli adolescenti** ritiene che la **magrezza sia il criterio principale per essere accettati socialmente**.



<https://www.pexels.com/it-it/foto/donna-adolescente-tenendo-interni-9774263/>

Grazie ai dati ottenuti da esso si comprende l'enorme **fragilità della Generazione Z**, la quale dovrebbe essere maggiormente protetta, poiché, per quanto internet sia uno degli strumenti più potenti e utili di cui si dispone al giorno d'oggi, non bisogna tralasciare i numerosi pericoli che si insidiano all'interno di esso. Tra i risultati ottenuti quelli che spaventano di più sono il fatto che tra i ragazzi circa il **40% già prima dei 12 anni apre un profilo social** e, come se non bastasse, più dell'80% lo fa prima dei 14 anni. Inoltre, tra gli intervistati oltre il **60% si è imbattuto in profili falsi online**, il 30% ha dichiarato di usare profili fake sui social, il 44% di averli utilizzati almeno una volta; le maggiori cause che li spingono a far ciò sono il divertimento (27%), la libertà di commentare e postare contenuti (14%), ma anche la timidezza (8%), la voglia di avere

Il **peso dei social media** nella vita degli adolescenti è un tema di riflessione imprescindibile. Il 55% degli adolescenti tra i 14 e i 19 anni, con una predominanza del 70% di ragazze, percepisce l'**influenza dei modelli proposti da blogger e influencer** e, inoltre, crede che la **visualizzazione di corpi considerati "perfetti"** su piattaforme online alimenti il **desiderio di emulare tali standard irraggiungibili**, contribuendo a un'ulteriore pressione psicologica.

Il Dipartimento Innovazione di Giffoni ha collaborato con Giffoni Innovation Hub e Kaspersky, prima azienda al mondo per la sicurezza informatica, in una ricerca condotta con molta cura dal giovane team di innovatori. Questo studio si concentra particolarmente sul fenomeno del **Catfishing**, cioè, in breve, la presenza di false identità nel mondo online.

maggiori like e commenti sul proprio profilo (5%) e infine la necessità di fare l'hater (2%).

Le informazioni appena lette suggeriscono che la **Generazione Z non ha una consapevolezza completa dei rischi digitali** e non è del tutto in grado di interpretare i messaggi trasmessi attraverso la rete, inclusa la loro autenticità e i sottotesti che spesso li accompagnano. Inoltre, molti di questi giovani ammettono di **ricorrere abitualmente a identità false online** con l'intento di **essere maggiormente accettati dagli altri**, evitare il giudizio spesso severo dei loro coetanei e **nascondersi dietro una facciata** che, in molti casi, si rivela essere una maschera teatrale che cela fragilità e frustrazioni. Affrontare l'adolescenza in questi tempi rappresenta una sfida complessa.



<https://www.pexels.com/it-it/foto/donna-in-piedi-stanza-specchio-8639190/>

Il Bello sui social

Attualmente le **piattaforme social** costituiscono ambienti fondamentali in cui si sviluppano le **dinamiche di costruzione dell'identità**. Qui è possibile far nascere e verificare la propria identità attraverso l'interazione con gli altri utenti (Livingstone e Brake, 2010).

Renato Stella e il suo team (Stella et al. 2018) concepiscono Internet come un palcoscenico, un luogo in cui esprimere la propria identità che richiede un impegno costante nell'**elaborazione e nella revisione del proprio sé**, anche in risposta ai feedback ricevuti. Quando configuriamo il nostro profilo personale, selezionando foto che ci rappresentano e condividendo specifici contenuti, stiamo, in sostanza, **costruendo una narrazione**

su di noi. Scegliamo le caratteristiche che consideriamo migliori per creare una rappresentazione pubblica della nostra identità, **orientandoci verso l'accettazione sociale** e riflettendo su come gli altri potrebbero percepirci, come noi vediamo noi stessi e cosa desideriamo che gli altri vedano (o non vedano) di noi.



<https://www.pexels.com/it-it/foto/giovane-donna-travagliata-utilizzando-laptop-a-casa-3755755/>

I giovani, **costantemente connessi** e attivi online, dimostrano un notevole interesse verso piattaforme social come Facebook, Instagram e TikTok (Cohen, Newton-John, e Slater, 2021; Gioia, Griffiths & Boursier, 2020; O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Data la considerevole quantità di tempo dedicata all’utilizzo di esse, recentemente c’è stato un crescente interesse da parte degli studiosi riguardo alla potenziale **influenza che potrebbero esercitare sulla salute mentale e sul benessere degli utenti** (Meier & Reinecke, 2021).

Holland e Tiggeman nel 2016 (Holland & Tiggemann, 2016) hanno notato come, negli ultimi anni, numerosi studi abbiano evidenziato una **connessione tra l’uso delle piattaforme social, un’immagine corporea negativa e preoccupazioni legate all’alimentazione**. Queste, infatti, presentano e condividono frequentemente **modelli estetici poco realistici**, che sembrano giocare un ruolo significativo nell’incoraggiare lo sviluppo e il **mantenimento dell’insoddisfazione corporea** e dei disturbi del comportamento alimentare (Frederick, Daniels, Bates & Tylka, 2017; Grabe, Ward & Hyde, 2008; Levine & Murnen, 2009).

L’insoddisfazione corporea si manifesta quando un individuo nutre una **percezione negativa del proprio corpo**, caratterizzata da pensieri e sentimenti persistentemente avversi, derivanti da una percezione di **discrepanza tra l’aspetto attuale del corpo e l’immagine desiderata** (Grogan, 2016; Szymanski & Cash, 1995).

Gli **impatti dei social media sull’immagine corporea** sono stati oggetto di numerosi studi che hanno prodotto **risultati divergenti**: alcuni indicano una possibile correlazione tra l’uso di tali piattaforme e un’immagine corporea positiva (Manago, Ward, Lemm, Reed & Seabrook, 2015), altri non rilevano alcuna connessione tra le due variabili (Cohen, Newton-John & Slater, 2017), mentre altri ancora supportano una relazione tra l’uso dei social media e un’immagine corporea negativa (Saiphoo & Vahedi, 2019).

Secondo la definizione che Cash, Melnyk e Hrabosky hanno proposto nel 2004 (Cash, Melnyk & Hrabosky, 2004), **l’immagine corporea è un costrutto multidimensionale** che riguarda le esperienze percettive legate al proprio corpo, con una

componente valutativa tra la percezione soggettiva della corporatura attuale e l'immagine corporea ideale. Studi dimostrano che l'**esposizione costante a standard estetici irrealistici** proposti dai media può portare, soprattutto nelle donne, a **sviluppare insoddisfazione per il proprio corpo**, con impatti negativi sull'immagine corporea (Brown & Tiggemann, 2016).

Tiggemann e Barbato nel 2018 (Tiggemann & Barbato, 2018) hanno esplorato gli effetti potenziali della presentazione di immagini ritraenti donne attraenti e seducenti sulla preoccupazione per l'aspetto fisico. Le misurazioni prima e dopo l'esposizione suggeriscono un processo di **rielaborazione cognitiva quando gli individui si confrontano con immagini in cui si sentono "distanti" e faticano a riconoscersi**. Questo può portare a una **percezione alterata del proprio corpo** rispetto a quanto valutato prima dell'esposizione, accompagnato da un calo del tono dell'umore dovuto a una minore soddisfazione per l'aspetto fisico.

Come già menzionato, sui social media si tende a **mostrare il lato migliore di sé**, persino **modificando i contenuti postati** per celare eventuali imperfezioni (Kross et al., 2013; Rodgers & Meioli, 2016), con l'obiettivo principale di ottenere visibilità e approvazione online (Sheldon e Bryant, 2016). Questo comporta la condivisione di **standard estetici fortemente idealizzati**, che sembrano contribuire a promuovere un'**immagine corporea negativa**.

Ricerche sperimentali e trasversali indicano che l'uso di piattaforme basate su immagini, come Instagram e Snapchat, è più fortemente correlato a un'immagine corporea disfunzionale rispetto a quelle basate su testo come Facebook o Twitter (Åberg, Koivula & Kukkonen, 2020; Engeln, Loach, Imundo & Zola, 2020; Karsay, Trekels, Eggermont & Vandenbosch, 2021; Wilksch, O'Shea, Ho, Byrne & Wade, 2020). Queste piattaforme, essendo più focalizzate sull'aspetto fisico, in particolare

sulla magrezza e sulle forme armoniose e perfette, danno **scarsa importanza alle capacità e competenze personali**. Contenuti di questo genere facilitano l'internalizzazione degli ideali di apparenza, incoraggiando il **confronto negativo tra il proprio aspetto e quello degli altri**, e, di conseguenza, l'auto-oggettivazione (adottando la prospettiva di un osservatore esterno del proprio corpo). È ben noto come i media spesso presentino l'**immagine della donna come oggetto sessuale**, il che porta soprattutto le giovani a **monitorare costantemente il proprio corpo** e a **confrontarlo** incessantemente con gli standard culturalmente accettati, **basando la propria autostima sul giudizio altrui** (Calogero, Tantleff-Dunn & Thompson, 2010; McKinley & Hyde, 1996).

Il cambiamento nelle mani della GenZ

In Italia, uno dei mercati della moda più avanzati, la Generazione Z riflette la tendenza globale verso la sfida degli standard estetici tradizionali. Nonostante l'Italia mostri segni di miglioramento rispetto ad altri paesi europei, il 46% delle donne italiane ritiene che **l'industria della moda non promuova standard corporei realistici**, segnando una percentuale più alta rispetto ad altri paesi europei. Solo il 32% degli uomini condivide questa opinione.

Le opinioni divergono anche sulla percezione degli standard corporei, con il 48% degli uomini e il 46% delle donne che ritengono i **canoni ugualmente irraggiungibili per entrambi i generi**. La rappresentazione di diverse tipologie di fisico nelle campagne pubblicitarie è considerata importante dall'81% delle donne e dal 68% degli uomini, indicando la **necessità di maggiore inclusività**.

Sebbene molte campagne "inclusive" siano riconoscibili, il 59% delle donne e il 58% degli uomini dichiara che la promozione dell'accettazione del corpo non influisce significativamente sul processo decisionale d'acquisto. Tuttavia, emergono richieste di

una rappresentazione più eterogenea di fisicità con proporzioni diverse (54% donne, 34% uomini) e di corpi plus size (37% donne, 22% uomini) nelle campagne pubblicitarie di moda.

La **body positivity** e la sfida agli stereotipi di Bello stanno guadagnando terreno, ma persiste la preoccupazione di conformarsi a modelli irrealistici. La rappresentazione inclusiva diventa cruciale per **superare questi stereotipi** e promuovere l'accettazione di tutte le tipologie fisiche.

In questo campo, la **Generazione Z**, compresa tra il 1997 e il 2012, sta giocando un ruolo fondamentale, non solo nella **trasformazione dell'industria beauty** ma anche **del concetto stesso di Bello**. La miccia di questo cambiamento è stata accesa dai giovani membri di questa generazione, che stanno iniziando a **premiare l'autenticità** e respingono l'estetica patinata. Secondo Chole Combi, esperta di Generazione Z, il Bello viene sempre più trasformato in uno **strumento di conoscenza e empowerment**.

Questo concetto per la Generazione Z può anche andare **oltre l'estetica tradizionale**, incorporando l'identità personale e l'inclusione. Ciò ha portato alla **destrutturazione dei concetti di "Bello" e "Brutto"**, con un significato ora fluido e soggettivo. L'uso del make-up, la scelta dell'abbigliamento e altri aspetti non sono più vincolati da regole rigide, ma sono liberi di **esprimere la personalità** e la creatività.

La rigidità delle categorie di Bello femminile e maschile sta cedendo il passo a una **fluidità di genere** e le caratteristiche etniche, il colore della pelle e le imperfezioni sono ora sempre maggiormente considerati elementi da preservare, celebrando un'**individualità unica**. La body positivity è centrale in questo nuovo approccio,

promuovendo l'**accettazione del proprio corpo indipendentemente dagli stereotipi di perfezione**.

Questo cambiamento di prospettiva sull'estetica va nella direzione di produrre effetti positivi, soprattutto **attraverso i social media**, uno strumento fondamentale per le giovani generazioni, a oggi ancora troppo condizionate dai canoni estetici irrealistici e dunque irraggiungibili presenti su questi. La Bellezza sta iniziando ad essere identificata come sinonimo di personalità e unicità, incoraggiando le persone a essere autentiche senza limiti.

<https://www.zummy.it/le-paladine-della-body-positivity/>



L'ANALISI DI SCENARIO

Lo scenario del progetto



https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Asti_Piazza_di_San_Secondo_1.jpg

La città di Asti

Asti, con i suoi 73.189 residenti, emerge come un affascinante **comune italiano**, capoluogo dell'omonima provincia nel contesto piemontese, noto come Astigiano e fulcro della regione storica dell'Astesana.

Le sue **origini affondano nelle epoche romane**, quando fu eretta col nome di Hasta. Tuttavia, la **vera fondazione** è da attribuire alle **popolazioni liguri** che precedentemente avevano insediato un villaggio nella zona corrispondente all'odierna città. Resti delle antiche mura romane sono ancora evidenti nella parte settentrionale, mentre scavi condotti nel XX secolo hanno rivelato ulteriori tracce nel cuore cittadino.

Nel 1935, Asti fu designata **capoluogo di**

provincia, distaccandosi dalla provincia di Alessandria. Durante la Seconda Guerra Mondiale, dopo l'armistizio dell'8 settembre 1943 con gli Alleati, Asti e il Monferrato affrontarono la guerra di resistenza, con la nascita della Repubblica dell'Alto Monferrato tra settembre e dicembre 1944, i bombardamenti anglo-americani, la persecuzione degli ebrei e le deportazioni.

Il 4 settembre 1948, la città subì gravi danni e vittime a causa di un'alluvione innescata da pesanti nubifragi, che provocò l'esondazione di torrenti come il Borbore e il Tinella e del fiume Tanaro.

Successivamente, il 6 novembre 1994, un nuovo evento alluvionale, causato dallo straripamento del fiume Tanaro, colpì la città.

La suddivisione della città in 14 "territori", denominati "**Rioni**" e "**Borghi**", riflette le competenze parrocchiali del 31 dicembre 1978. Queste entità, ciascuna con un proprio statuto, partecipano attivamente alla vita sociale e religiosa, culminando nei festeggiamenti patronali di san Secondo e nella corsa dell'antico Palio.

Asti si distingue come **nodo ferroviario lungo la linea Torino-Genova**, con diramazioni per Acqui Terme e Genova.

Internazionalmente **rinomata per i vini dolci**, Asti vanta il Moscato Bianco o Moscato di Canelli, da cui derivano spumanti, passiti e vini "tranquilli", tra cui l'Asti spumante, un prestigioso vino DOCG. La produzione di Malvasia nera, Brachetto dell'alto Monferrato, e vini rossi quali la Barbera, Dolcetto, Grignolino, Freisa e Ruché, contribuiscono al prestigio enologico della regione. La città è parte integrante della Strada Astesana, la prima strada del vino piemontese nata nel 1999.



<https://www.lavocediasti.it/2019/08/16/leggi-notizia/argomenti/palio/articolo/alla-scoperta-dei-protagonisti-del-palio-di-asti-rione-san-silvestro.html>

Asti conta una **decina di scuole superiori di secondo grado** tra cui l'Istituto Superiore "Augusto Monti", il Liceo Scientifico "F. Vercelli", il Liceo Classico "Vittorio Alfieri", l'ITIS "Alessandro Artom", l'ITCG "Giovanni Antonio Giobert", il Liceo Artistico Statale "Benedetto Alfieri", l'IPSIA "Carlo Alberto Castigliano", l'Istituto Agrario "Giovanni Penna" e l'Istituto Professionale per il Commercio e Turismo "Quintino Sella".

La numerosa varietà di studi che si possono intraprendere permette ai giovani astigiani di continuare il loro percorso scolastico scegliendo ciò che più preferiscono e maggiormente li interessa; la grande preparazione proveniente da queste scuole superiori di secondo grado li spinge verso la vita universitaria, per la quale non

sarà indispensabile spostarsi in un'altra città, in quanto ad Asti è presente il **Polo universitario UNI-ASTISS**, collegato con istituzioni di rilievo come l'Università degli Studi del Piemonte Orientale, l'Università degli Studi di Torino e l'Accademia di Belle Arti di Cuneo.



<https://www.lavocediasti.it/2019/12/02/amp/argomenti/scuola-1/articolo/il-14-dicembre-porte-aperte-a-genitori-e-futuri-studenti-al-liceo-vercelli.html>

Gli studenti del Liceo F. Vercelli

Il **target scelto sono gli adolescenti**, i quali si trovano in quel tratto dell'età evolutiva caratterizzato dalla **transizione dallo stato infantile a quello dell'individuo adulto**. In questa fase, l'individuo è alla **ricerca della propria personalità** e del proprio posto nel mondo. Avendo una consapevolezza ancora infantile è più soggetto al condizionamento da confronto e più sensibile. Per questo riteniamo che questo target (14-19 anni) sia adatto al nostro studio, restringendolo agli **adolescenti della città di Asti**.

Entrando più nello specifico, per il Workshop abbiamo scelto gli **alunni del Liceo Scientifico Statale Francesco Vercelli**, il quale trae il suo nome dall'omonimo eminente fisico e

matematico, nato a Vinchio (AT) nel 1883, considerato uno dei massimi esperti di oceanografia e meteorologia in Italia. Laureatosi presso l'Università di Torino, Vercelli dedicò i suoi studi all'idrografia e alla meteorologia, diventando successivamente direttore dell'Osservatorio Geofisico di Trieste. La sua contribuzione include la creazione di un notevole strumento di calcolo analogico, l'analizzatore periodale, utile per individuare funzioni periodiche a partire da una curva sperimentale.

Il Liceo Scientifico, ubicato in via dell'Arazzeria n. 6 ad Asti, è facilmente accessibile tramite autobus da diverse parti della città (linea 1, linea 7, linea A da piazza Marconi della stazione F.S). **Fondato nel 1944** e trasferitosi nella sede attuale nel 1975, il liceo vanta una **struttura moderna** con ampi spazi esterni, giardini, parcheggi, piste attrezzate per attività fisica all'aperto, palestra interna con due campi da gioco, biblioteca, emeroteca, aula conferenze e vari laboratori. Attualmente ospita **42 classi** e accoglie studenti provenienti da varie fasce sociali, sia dalla città che dai dintorni. Caratterizzati da un buon livello di preparazione di base e da un forte supporto familiare, gli studenti si dedicano con impegno a un'esperienza scolastica di alto livello, mirando ad acquisire competenze cognitive e sociali per affrontare con successo gli studi universitari e parauniversitari.

L'importanza della flessibilità nell'apprendimento e l'aggiornamento costante delle competenze sono sottolineate, poiché il mondo del lavoro richiede abilità innovative. Il **Liceo Scientifico tradizionale** offre una **formazione completa** che integra saperi scientifici e umanistici, promuovendo la comprensione delle radici storiche dell'identità culturale e la capacità di collegare il pensiero scientifico alla riflessione filosofica. Inoltre, prepara gli studenti a seguire lo sviluppo della ricerca scientifica e tecnologica, garantendo la padronanza dei linguaggi e delle metodologie attraverso l'esperienza laboratoriale.

La variante **"Scienze Applicate"** del Liceo Scientifico approfondisce ulteriormente i saperi scientifici, includendo un **approccio laboratoriale alle scienze sperimentali** e alla robotica. Questa opzione consente di sviluppare competenze avanzate nelle scienze matematiche, fisiche, chimiche, biologiche e informatiche, favorendo la preparazione per studi universitari, corsi post-secondari professionalizzanti e concorsi pubblici.

Il Liceo Scientifico, in entrambe le opzioni, **potenzia l'apprendimento dell'inglese** attraverso un maggiore numero di ore e l'intervento di docenti madrelingua. Inoltre, alcune discipline scientifiche sono insegnate sia in italiano che in inglese, utilizzando libri di testo della Cambridge University.

L'istituto offre anche un **Liceo Sportivo**, che consente di coniugare una solida formazione scientifica con l'**impegno nello sport**, integrando lo studio delle scienze motorie e dello sport nel percorso di studi.

Riconosciuto per l'eccellenza della sua didattica, il Liceo Scientifico Francesco Vercelli è stato **premiato da Eduscopio**, il portale gratuito della Fondazione Agnelli. In confronto ad altri Licei Scientifici e Scientifici-Scienze Applicate entro un raggio di 20 e 30 km da Asti, si è distinto per il maggior numero di crediti ottenuti, la più alta percentuale di diplomati in regola e la media dei voti più elevata.

Il questionario per indagare il target

Le domande proposte

Per indagare in maniera **completamente anonima** il pensiero generale sui temi trattati dallo studio e sull'uso dei social, abbiamo sottoposto al target un **questionario di 21 domande a risposta chiusa**, compilabile in media in **3-5 minuti**, le cui domande sono state sottoposte alla **revisione della Dott.ssa Alessia Valnegri Valentini**, Psicoterapeuta ad indirizzo psicoanalitico specializzata, inoltre, in Marketing e Comunicazione di impresa, in modo tale da indagare la loro correttezza **evitando di essere troppo invasivi nei confronti dei ragazzi**. Lo abbiamo **diffuso il 9 ottobre 2023** e lo abbiamo **concluso il 25 ottobre**, ottenendo in totale **253 risposte**. Attraverso queste abbiamo **studiato il nostro target**, al fine di comprendere il loro rapporto con i social media e l'influenza che questi causano loro nelle relazioni sociali, la percezione di sé e la costruzione dell'identità.

Di seguito sono divise per argomento e descritte dettagliatamente le **domande presenti nel questionario**:

1. Dati anagrafici e contestuali: queste domande sono finalizzate a ottenere **informazioni di base sul partecipante**, consentendo di contestualizzarlo all'interno dello studio.

- 1.1 Quanti anni hai?
- 1.2 In quale genere ti identifichi?
- 1.3 Dove abiti?
- 1.4 Che scuola frequenti?
- 1.5 Qual è il tuo indirizzo di studio?

2. Utilizzo dei social media: per raccogliere **dati quantitativi sull'uso dei social media**, compresa la frequenza e la natura delle connessioni stabilite sulla piattaforma prescelta sono stati indagati i seguenti temi.

- 2.1 Sei iscritto ad uno dei seguenti social?
- 2.2 Qual è il social che usi maggiormente?
- 2.3 Mediamente, quante ore sei collegato al social al giorno?
- 2.4 Conosci personalmente tutti i contatti che hai sul social?

Raccontaci del tuo rapporto con i social

Ciao, **siamo Giorgia e Valentina**, due studentesse di Design e Comunicazione Visiva del Politecnico di Torino.

Stiamo lavorando al nostro progetto di **tesi di laurea**: vorremmo analizzare i ragazzi dai 14 ai 19 anni (voi liceali) per comprendere meglio il loro **rapporto con i social**.

Saranno tutte domande veloci e soprattutto **ANONIME**, quindi ti chiederemo di rispondere con la **massima sincerità**. Ti assicuriamo che ci vanno **meno di 5 minuti**.

vmossotto@gmail.com [Cambia account](#)

 Non condiviso

* Indica una domanda obbligatoria

Quanti anni hai? *

Scegli

In quale genere ti identifichi? *

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzcz3t01dVUnorssyif4gdvDkR1V_TPeh7PZwOzbqgKPrf5Q/viewform

3. Impatto sociale dei social media: è progettato per **esplorare l'opinione del partecipante** riguardo all'impatto sociale dei social media sulle relazioni interpersonali e sul proprio benessere emotivo. La **domanda 3.1** comprende anche l'**inserimento della spiegazione** (domanda aperta) utile a noi per indagare i diversi pensieri degli adolescenti sulla dinamica.

3.1 Ritieni che i social abbiano cambiato le relazioni sociali? Spiegaci brevemente il perché.

3.2 Quanto sono importanti per te i like sul social?

3.3 Quali sono i contenuti da te maggiormente guardati?

3.4 Da chi ti senti maggiormente influenzato?

4. Percezione di sé e influenze esterne: intendono approfondire la percezione di sé del partecipante e la sua **relazione con gli standard di bellezza** veicolati attraverso i social media; come in precedenza, nella **domanda 4.1** è stato chiesto di **dare una spiegazione testuale per giustificare** la

propria risposta.

4.1 Se ti guardi allo specchio, ti piaci? Spiegaci brevemente il perché.

4.2 Cosa provi quando vedi i post delle pagine che segui di più?

4.3 Quanto sono influenti per te i canoni di bellezza che vedi sul social?

4.4 Quanto ti metti a paragone con questi?

4.4 Questo paragone lo trovi costruttivo?

5. Isolamento sociale: la domanda finale cerca di esplorare se l'**utilizzo dei social media può influenzare** negativamente il livello di isolamento sociale del partecipante.

5.1 Senti che il rapporto e l'uso del social ti porta ad isolarti?

In conclusione, il questionario mira a fornire un **quadro completo delle abitudini** e delle percezioni del nostro target, consentendo un'analisi approfondita delle dinamiche in gioco, permettendoci di creare un **progetto basato direttamente sulle caratteristiche** precise di chi poi ne usufruirà.

Social

"Accorciamento distanza per interazione"

(75 risposte)

Raggruppa i pensieri riguardanti l'avvicinamento che i social hanno creato tra persone fisicamente distanti; di seguito le risposte più significative.

- *"perché mi ha dato la possibilità di conoscere persone nuove e imparare cose che a scuola non trattiamo"*
- *"attraverso i social si riesce a conoscere gente nuova molto più facilmente, ma allo stesso tempo limita le nostre interazioni sociali dal vivo"*
- *"È più facile raggiungere tutti, ma è anche più facile "nascondersi" dietro l'immagine che i social possono dare"*
- *"Perché adesso invece che parlare con una persona dal vivo è meglio scrivergli su Instagram per esempio"*
- *"Perché grazie ai social ora si può sapere tutto di una persona ma senza conoscerla veramente"*
- *"Perché si parla di meno faccia a faccia però ci permette di conoscere più persone"*
- *"Perché quando si è da soli a casa si può avere contatto con altre persone tramite whatsapp e Instagram per esempio"*
- *"Le hanno migliorate dal punto di vista della velocità di instaurarle ma le hanno peggiorate perché fanno sparire la bellezza di conoscere qualcuno dal vivo"*
- *"Penso che, in generale, sia più semplice trovare qualcuno con cui parlare dei propri interessi, essendo che sui social c'è l'algoritmo che ti consiglia principalmente contenuti che ti interessano, nei commenti si possono creare dei discorsi e magari si può arrivare a fare una chiacchierata, che si può trasformare in una conoscenza. D'altra parte, io personalmente non uso i social per conoscere persone, ma più che altro per svago; infatti, i giorni feriali sono quelli in cui ho più ore di utilizzo."*

- *"per la possibilità di sentirsi costantemente senza dover uscire di casa"*
- *"sì perché hai più possibilità di fare conoscenza soprattutto se sei una persona timida"*
- *"perché oggi anche le interazioni online sono ritenute importanti"*
- *"è più semplice relazionarmi con le persone"*
- *"Perché sono riuscito ad avere contatti anche con personaggi famosi con cui non avrei mai pensato di poter interagire"*
- *"Sono mezzi di comunicazione che riducono le distanze e i tempi in cui una persona può conoscere qualcun'altro, ovviamente non si dà per scontato che le due persone dicono tutta la verità"*
- *"Hanno dato la possibilità di restare in contatto anche con chi non si conosce di persona e questo ha fatto perdere l'entusiasmo delle relazioni fisiche..."*
- *"perché aiutano di più a rapportare con le persone"*
- *"Grazie alla loro diffusione, comunichiamo di più e siamo quasi sempre connessi. I social riducono le distanze e consentono anche alle persone di mantenersi facilmente in contatto. Un aspetto negativo è che ha diminuito la comunicazione "orale" ed è diventato il sostituto di molti hobby sicuramente più divertenti."*
- *"Perché non c'è più un contatto diretto tra le due persone che sono in una relazione, ma che i social (forse più in generale i cellulari) hanno da una parte accorciato le distanze, ma dall'altra hanno tagliato le relazioni dirette"*
- *"mentre una volta ci si conosceva solo di persona attraverso i social, se usati con giudizio, è possibile conoscere persone che diversamente non avresti conosciuto. Anche il fatto di potersi sentire a ogni ora del giorno cambia sia in positivo che in negativo la relazione che tu puoi avere con l'altra persona"*

Quanti anni hai?	In quale genere ti identifichi?	Dove abiti?	Che scuola frequenti?	Qual è il tuo indirizzo di studio?	Sei iscritto ad uno dei seguenti social?	Qual è il social che usi maggiormente?	Mediamente, quante ore sei collegato ai social al giorno?	Conosci personalmente e tutti i contatti che hai sui social?	Ritieni che i social abbiano cambiato le relazioni sociali?	Spiegaci brevemente il perché	Quanto sono importanti per te i like sui social?	Quali sono i contenuti da te maggiormente guardati?
ACCORCIAMENTO DISTANZA PER INTERAZIONE (75)												
14	Femmina	Asti provincia	B. Alfieri	liceo classico	Instagram, TikTok	TikTok	Circa 4-5 ore	No	Si	perché con i social si può interagire con gente da posti molto lontani in confronto a te	1	Food & Beverage, edit, viaggi
15	Femmina	Asti città	B. Alfieri	Classico	Instagram, TikTok, snapchat	TikTok	Circa 4-5 ore	No	Si	perché mi ha dato la possibilità di conoscere persone nuove e imparare cose che a scuola non trattiamo	3	Le tue passioni, Food & Beverage, Moda, Quotidianità, musica, meme
16	Femmina	Asti provincia	A. Monti	linguistico	Instagram, TikTok	Instagram	Circa 2 ore	No	Si	con i social si ha la possibilità di sentirsi con persone che non si conoscono dal vivo, per poi far sbocciare delle amicizie/relazioni magnifiche (ma ovviamente anche delle catastrofi)	1	Le tue passioni, Food & Beverage, Moda, Quotidianità, Satira
18	Non binario	Asti provincia	B. Alfieri	Grafica	Instagram, TikTok, Twitter, noto attualmente come X	TikTok	Sono sempre online	No	Si	attraverso i social si riesce a conoscere gente nuova molto più facilmente, ma allo stesso tempo limita le nostre interazioni sociali dal vivo	1	Le tue passioni, Satira
17	Genderfluid	Asti provincia	B. Alfieri	grafica	Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, noto attualmente come X, Snapchat, tellonym.me, Pinterest, bereal	TikTok	Più di 7 ore	No	Si	ho amici che abitano in regioni come Puglia, Calabria e Campagna che senza instangram non avrei mai potuto conoscere. adesso soprattutto le cominciazioni avvengono tramite social e la vita sociale di qualcuno è basata per una buona parte su di essi	3	Le tue passioni, Quotidianità, Satira, gli affari altrui
18	Femmina	Asti provincia	F. Vercelli	Sportivo	Instagram, TikTok	TikTok	Circa 4-5 ore	No	Si	È più facile raggiungere tutti, ma è anche più facile "nascondersi" dietro l'immagine che i social possono dare	2	Le tue passioni, Food & Beverage, Satira
14	Femmina	Asti provincia	B. Alfieri	Liceo classico	Instagram, TikTok	TikTok	Circa 2 ore	No	Si	Perché adesso invece che parlare con una persona dal vivo è meglio scrivergli su instagram per esempio	2	Le tue passioni
17	Femmina	Asti città	B. Alfieri	Tibor.	Instagram,		Circa 2 ore	No	Si	Perché le relazioni sui social possono essere agevolate (dato che si può essere online quando	1	Le tue

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/19fGSU0z1BW2rrlvfWumndgMeWVdaBoMYIE-hoh378/edit#gid=0>

• *“perché anche le relazioni d’amore molte sono a distanza quindi non ci si vede personalmente ma ci si scrive solo per chat oppure ci si sente solo per chiamata”*

• *“Il modo di interagire, dopo l’avvento dei social network, è stato rivoluzionato: in primis, si passa molto più tempo a “chattare” con le persone anziché parlarci di persona e questo si riflette molto anche nell’instaurazione di relazioni (di amicizia ed amoroze). Bisogna, però, ammettere che sul piano delle comunicazioni abbiamo assistito ad una semplificazione impressionante per quanto riguarda il raggiungere più persone possibile in più luoghi possibile, nonostante questo rappresenti un’arma a doppio taglio. Difficile, infine, affermare se questo cambiamento sia stato effettivamente in meglio o meno.”*

• *“Perché possiamo sempre sapere dove sono e cosa fanno le persone semplicemente aprendo i loro social”*

• *“È più facile contattare qualcuno con i social ma è difficile, una volta che ci si vede dal vivo, interagire”*

• *“le relazioni sociali sono molto limitate perché con la presenza di un social si può*

fingere ciò che non è la propria personalità. ritengo i social un’arma a doppio taglio, essendo che può sia essere di aiuto ad aprirsi quando non si è abbastanza sicuri di sé stessi, ma allo stesso tempo andare incontro a persone che si permettono di giudicare senza conoscere il passato e la vita di una persona. purtroppo, c’è molta crudeltà e voglia di apparire per ciò che non si è veramente”

• *“È più facile comunicare, è più facile conoscere persone nuove, maggiore ansia sociale, maggiore odio sociale”*

"Distanza sociale" (78 risposte)

Si possono trovare le opinioni sull'allontanamento che i social hanno prodotto nelle interazioni faccia a faccia; di seguito le risposte più significative.

- *"si perché essere in un gruppo di amici è tutti hanno in mano un telefono non è piacevole, scriversi invece di parlare a voce non è piacevole e crea anche brutte relazioni."*
- *"a parer mio in negativo perché attraverso per esempio Instagram, due ragazzi si possono scrivere per sentirsi e ciò rovina un po' il rapporto parlato l'uno con l'altro"*
- *"perché le persone ormai fanno nuove conoscenze solo sui social, per molti risulta difficile parlare dal vivo. Trovo ci sia molta ansia sociale, probabilmente dovuta alla società odierna."*
- *"Perché le persone si nascondono dietro uno schermo, rendendo più difficile la comunicazione faccia a faccia"*
- *"hanno ingrandito e/o distorto le aspettative di amicizia/amore/conoscenza (...) in modo condizionato e concentrato sull'immagine di noi stessi al centro dell'attenzione, oltre alla creazione e pubblicazione di contenuti commerciali che spesso influenzano le nostre idee e azioni in ambito relazionale"*
- *"ormai si è molto più superficiali e a molti importa solo della popolarità, non c'è molto rapporto dal vivo e molto sui social"*
- *"perché ormai si parla tanto in chat e dal vivo non si hanno argomenti di cui parlare"*
- *"perché ormai tutto inizia sui social"*
- *"Perché ora molte persone basano tutte le loro relazioni sociali sui social"*
- *"La gente parla e dialoga meno è meno empatica è meno emotiva è sempre attaccata al telefono"*
- *"Perché i ragazzi di oggi non sanno come rapportarsi al di fuori di una chat, non si*

conoscono di persona o neanche si parlano se non è sulle chat di Instagram. (Cmq nella domanda "qual è il social che uso di più", ne ho schiacciato uno a caso perché non mi faceva andare avanti nel form.)"

- *"Precludono il fatto di avere un contatto più fisico e le persone on-line scrivono di tutto ciò che magari non direbbero per paura nella realtà"*
- *"c'è meno rispetto, si parla di meno nella relazione, si preferisce usare messaggi solo"*
- *"I social ci hanno allontanato dal mondo reale e ormai è praticamente impossibile avere amicizie solide e capire ciò che gli amici dicono senza i social"*
- *"Perché ormai se tipo prima quando un ragazzo ti piaceva tu andavi lì e gli parlavi ora invece gli scrivi e andando avanti così poi è come se non riuscissi più a socializzare dal vivo"*
- *"Perché molte volte, anche quando si esce con gli amici, molti stanno al telefono e spesso sui social, al posto di stare con gli amici."*
- *"I social sono diventati una sorta di presentazione della persona, per cui appena si conosce qualcuno si cerca subito il suo profilo social per capire qualcosa in più su di lui; in generale si parla di meno appena si conosce qualcuno"*
- *"si parla meno di persona, le parole vengono usate con meno peso, anche le relazioni vengono influenzate perché paragoniamo le nostre interazioni con gli altri a quelle che vediamo online"*
- *"perché si ha un pregiudizio di una persona avendo visto foto sui social e perché si preferisce avere amici con cui scriversi rispetto che amici veri"*
- *"È più facile contattare qualcuno con i social ma è difficile, una volta che ci si vede dal vivo, interagire"*
- *"Semplicemente perché l'algoritmo dei social ci fa passare più tempo possibile attaccati al telefono, così facendo non si*

parla faccia a faccia con una persona e quando invece lo si fa i discorsi sono spesso sterili e privi di argomenti importanti"

• *"Si è più legati con persone distanti ma più distanti con chi ti è vicino"*

Questa sostanziale parità dei due temi ci ha permesso di comprendere la netta divisione di pensiero che col tempo si è creata sulla nascita dei social, ma affiancati a questi due si sono trovati altri argomenti all'interno delle risposte ottenute.

"Maschera sociale" (24 risposte)

Tratta la creazione di maschere che gli utenti dei social utilizzano per nascondere la propria identità, per non mostrare emozioni e fragilità, facendo così in modo da risultare più forti di quello che in realtà si è; di seguito le risposte più significative.

• *"perché sui social è molto più semplice mascherare il proprio stato emotivo, pubblicare contenuti che proiettano un'immagine di sé poco corrispondente a quella reale, per mostrarsi diversi da quello che si è realmente."*

• *"hanno ingrandito e/o distorto le aspettative di amicizia/amore/conoscenza (...) in modo condizionato e concentrato sull'immagine di noi stessi al centro dell'attenzione, oltre alla creazione e pubblicazione di contenuti commerciali che spesso influenzano le nostre idee e azioni in ambito relazionale"*

• *"Le persone, a volte, sono identificate con la loro "fama" sui social"*

• *"Si cerca di apparire più come vogliono gli altri che come si è realmente"*

• *"molte persone si nascondono dietro ad essi, persone già insicure che con i social tendono a non mostrarsi nella realtà ancora di più"*

• *"si tende a dare più importanza all'apparenza"*

• *"adesso tutti si concentrano su like e follower senza contare alle cose che succedono nella vita reale"*

• *"Fa paura essere sé stessi, sui social vediamo la versione falsa ma nei nostri occhi migliore delle persone. Vediamo persone belle, con tanti amici grandi successi e tanti viaggi, sentendoci dei falliti. Tante persone sentono il bisogno di fingere come loro proprio per sentirsi come loro, ovvero persone con tanti amici, viaggi e successi. Ormai si esce di casa per mettere una storia. Non esistono quasi più amicizie sincere... quanto vali viene definito da un profilo o da una marca sui tuoi vestiti."*

• *"attraverso i social spesso la gente si mostra diversa da come è realmente: scrivere dietro una tastiera ci rende tendenzialmente più audaci ed estroversi di quanto siamo in realtà"*

• *"perché si possono conoscere più facilmente nuove persone e si ha la possibilità di mostrare solo i lati migliori di sé creando la versione idealizzata di noi stessi (triste)"*

• *"I social aumentano le maschere social, rendono le persone diverse dalla realtà, eliminando apparentemente propri difetti"*

• *"Sempre più spesso si preferisce comunicare attraverso i social, usando lo schermo come una maschera, piuttosto che rapportarsi direttamente con i propri amici."*

• *"Possiamo farci conoscere attraverso il filtro dei social, che mostra nella maggior parte dei casi la nostra versione migliore."*

Quanti anni hai?	In quale genere ti identifichi?	Dove abiti?	Che scuola frequenti?	Qual è il tuo indirizzo di studio?	Sei iscritto ad uno dei seguenti social?	Qual è il social che usi maggiormente?	Mediamente, quante ore sei collegato al social al giorno?	Conosci personalmente e tutti i contatti che hai sui social?	Ritieni che i social abbiano cambiato le relazioni sociali?	Spiegaci brevemente il perché	Quanto sono importanti per te i like sui social?	Quali sono i contenuti da te maggiormente guardati?
MASCHERA SOCIALE (24)												
16	Femmina	Asti città	F. Vercelli	scientifico tradizionale cambridge	Instagram, TikTok, Twitter, noto attualmente come X	TikTok	Circa 2 ore	No	Si	perché sui social è molto più semplice mascherare il proprio stato emotivo, pubblicare contenuti che proiettano un'immagine di sé poco corrispondente a quella reale, per mostrarsi diversi da quello che si è realmente	2	Le tue passioni, Food & Beverage, Moda
17	Femmina	Asti provincia	B. Alfieri	liceo artistico	Instagram, TikTok	TikTok	Meno di un'ora	No	Si	le aspettative sono completamente diverse e si ha meno voglia, interesse e capacità a conoscere una persona per com'è realmente e spesso la si giudica per la sua interfaccia sui social.	1	Le tue passioni, Satira
14	Maschio	Asti città	B. Alfieri	Tibor. green@istitut ovalfieri.it	Instagram, Youtube	Instagram	Circa 2 ore	No	Si	Perché le relazioni sui social possono essere agevolate (dato che si può essere online quando è dove si vuole) o maggiormente complicate (perché non si ha un discorso faccia a faccia in cui si possono capire le emozioni della persona)	1	Le tue passioni
16	Femmina	Asti provincia	B. Alfieri	classico	Instagram, TikTok	TikTok	Circa 2 ore	No	Si	credo che ormai tutti credano di avere tanti amici non conoscendoli di persona o magari si fingono quello che nella realtà non sono	1	Moda, Quotidianità
14	Femmina	Asti città	B. Alfieri	potenziamento o matematico	Instagram	Instagram	Meno di un'ora	No	Si	hanno ingrandito e/o distorto le aspettative di amicizia/amore/conoscenza(...) in modo condizionato e concentrato sull'immagine di noi stessi al centro dell'attenzione, oltre alla creazione e pubblicazione di contenuti commerciali che spesso influenzano le nostre idee e azioni in ambito relazionale	2	Le tue passioni, Satira
14	Non binario	Asti provincia	B. Alfieri	Artistico	Instagram, TikTok	TikTok	Circa 4-5 ore	No	Si	ormai si è molto più superficiali e a molti importa solo della popolarità, non c'è molto rapporto dal vivo e molto sui social	2	Le tue passioni
16	Maschio	Asti provincia	F. Vercelli	Liceo tradizionale con curvatura Cambridge	Instagram	Instagram	Meno di un'ora	No	Si	Le persone, a volte, sono identificate con la loro "fama" sui social	1	Le tue passioni, Matematica, Fisica

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/19lfGSU0z1BW2rrlvfWumndgMeWVdaBoMYIE-hoh378/edit#gid=0>

"Sicurezza nei social" (17 risposte)

Raggruppa le opinioni secondo cui all'interno dei social gli utenti trovano sicurezza e si sentono liberi di poter dire il proprio pensiero in quanto non sono coinvolti dal vivo; di seguito le risposte più significative.

- "alle persone viene più semplice esprimersi dietro ad uno schermo perché sanno che non avranno un contatto diretto con l'altra persona facendoli sentire più al sicuro dentro la propria bolla. le relazioni nate dietro ad uno schermo sono semplicemente un modo per dire al proprio io "sono più al sicuro". Ovviamente questo discorso non vale per tutti, però siamo in un'epoca in cui è più facile scappare che affrontare."
- "La gente ha più paura di conoscere la gente dal vivo; invece, online sembrano tutti più sicuri e diversi"
- "attraverso uno schermo ci si "protegge" di più e si osa anche di più"
- "Precludono il fatto di avere un contatto più fisico e le persone on-line scrivono di tutto ciò che magari non direbbero per paura nella realtà"
- "molte persone non riescono più a

conoscersi e interagire nella realtà trovando ciò imbarazzante e non normale"

- "molte persone si nascondono dietro ad essi, persone già insicure che con i social tendono a non mostrarsi nella realtà ancora di più"
- "Dietro ad un telefono si ha più coraggio"
- "attraverso i social spesso la gente si mostra diversa da come è realmente: scrivere dietro una tastiera ci rende tendenzialmente più audaci ed estroversi di quanto siamo in realtà"
- "le relazioni sociali sono molto limitate perché con la presenza di un social si può fingere ciò che non è la propria personalità. ritengo i social un'arma a doppio taglio, essendo che può sia essere di aiuto ad aprirsi quando non si è abbastanza sicuri di se stessi, ma allo stesso tempo andare incontro a persone che si permettono di giudicare senza conoscere il passato e la vita di una persona. purtroppo, c'è molta crudeltà e voglia di apparire per ciò che non si è veramente"

"Social istruttivi" (4 risposte)

Vede la nascita dei social come uno strumento che ha permesso di avere tutto a portata di mano e di conoscere continuamente persone e argomenti nuovi; di seguito la risposta più significativa.

- *"comunque sui social puoi scoprire nuovi mondi a cui appassionarsi e trovare persone con la tua stessa passione"*

"Relazioni dal vivo" (2 risposte)

Secondo i pareri, nonostante le nuove tecnologie, alcune persone preferiscono ancora relazionarsi agli altri dal vivo senza essere intermediati da un dispositivo; di seguito la risposta più significativa.

- *"Secondo me è meglio conoscere una persona dal vivo e non attraverso un social"*

"Falsi rapporti" (8 risposte)

Racchiude i pensieri secondo cui le conoscenze che nascono online non sempre si rivelano poi reali, spesso le persone non sono realmente chi dicono di essere e si vengono a creare false speranze da parte degli utenti coinvolti; di seguito le risposte più significative.

- *"perché tutti quelli che dicono di essere tuoi amici ti seguono solo sui social, di amici ce ne sono pochi"*
- *"anche solo ci sono persone dove online ci scrivi per ore e di persona poi finite a ignorarvi"*
- *"perché dietro uno schermo non si sa con chi si sta parlando"*
- *"perché ci sono molti più fraintendimenti"*
- *"Il poter rimanere nell'anonimato e la possibilità di connettersi con altri utenti in ogni momento, in qualunque luogo, hanno reso più facile la creazione di relazioni ma che sono raramente profonde o sincere."*

"Ansia sociale" (4 risposte)

Dimostra che soprattutto le nuove generazioni soffrono di ansia sociale, preferendo così non avere interazioni dirette dal vivo ma comunicare con gli altri attraverso i social; di seguito le risposte più significative.

- *"ansia sociale dal vivo"*
- *"È più facile comunicare, è più facile conoscere persone nuove, maggiore ansia sociale, maggiore odio sociale"*

"Cyberbullismo" (5 risposte)

Comprende coloro che considerano i social un'arma a doppio taglio, poiché potendo nascondersi dietro ad essi spesso degli utenti si prendono la libertà di giudicare in modo anche molto pesante ed offensivo le altre persone; di seguito le risposte più significative.

- *"su alcune cose in modo positivo ma sull'odio, insulti e discriminazioni ha secondo me peggiorato molto le cose"*
- *"le relazioni sociali sono molto limitate perché con la presenza di un social si può fingere ciò che non è la propria personalità. ritengo i social un'arma a doppio taglio, essendo che può sia essere di aiuto ad aprirsi quando non si è abbastanza sicuri di sé stessi, ma allo stesso tempo andare incontro a persone che si permettono di giudicare senza conoscere il passato e la vita di una persona. purtroppo, c'è molta crudeltà e voglia di apparire per ciò che non si è veramente"*

"Interazioni diverse" (10 risposte)

Mostra come con la nascita dei social le interazioni tra le persone hanno acquisito diverse sfaccettature e modalità, questo crea sia conseguenze positive che negative; di seguito le risposte più significative.

- *"differenti modalità di relazione"*
- *"perché ora a differenza di prima è tutto"*

svolto di più online e quindi avvolte vengono a mancare un po' emozioni come empatia, gioia di vedere un'altra persona ecc...."

"Indifferenza" (10 risposte)

Alcune persone ritengono che l'avvento dei social non abbia influito nella quotidianità, altre che siano uno strumento aggiuntivo ma non indispensabile; di seguito le risposte più significative.

- *"non mi hanno influito molto"*
- *"Perché sinceramente non conosco nessuno "rovinato" dai social"*
- *"Secondo me no, perché alla fine ci troviamo tutti nel mondo reale"*
- *"a me personalmente servono solo per passare il tempo"*

"Influenza dei social" (27 risposte)

Vede l'uso dei social secondo alcuni molto influente sulla vita delle persone che hanno iniziato ad utilizzarli, questo accade in diverse modalità; di seguito le risposte più significative.

- *"hanno ingrandito e/o distorto le aspettative di amicizia/amore/conoscenza (...) in modo condizionato e concentrato sull'immagine di noi stessi al centro dell'attenzione, oltre alla creazione e pubblicazione di contenuti commerciali che spesso influenzano le nostre idee e azioni in ambito relazionale"*
- *"Perché le informazioni arrivano subito"*
- *"perché spesso al posto di parlare faccia a faccia a qualcuno si preferisce farlo via chat e quindi si crea una relazione diversa da quella che si avrebbe dal vivo"*
- *"c'è meno rispetto, si parla di meno nella relazione, si preferisce usare messaggi solo"*
- *"I social ci hanno allontanato dal mondo reale e ormai è praticamente impossibile avere amicizie solide e capire ciò che gli amici dicono senza i social"*

• *"Si cerca di apparire più come vogliono gli altri che come si è realmente"*

• *"molte persone si fanno condizionare da ciò che leggono o vedono sul web. anche noi ragazzi purtroppo molte volte siamo peso a cose che non contano nulla"*

• *"Fa paura essere sé stessi, sui social vediamo la versione falsa ma nei nostri occhi migliore delle persone. Vediamo persone belle, con tanti amici grandi successi e tanti viaggi, sentendoci dei falliti. Tante persone sentono il bisogno di fingere come loro proprio per sentirsi come loro, ovvero persone con tanti amici, viaggi e successi. Ormai si esce di casa per mettere una storia. Non esistono quasi più amicizie sincere... quanto vali viene definito da un profilo o da una marca sui tuoi vestiti."*

• *"Perché ormai si tende a conoscere le persone online, cosa sbagliata anche per il fatto che se non le conosci di persona non sai se sono reali o meno e sincere oppure no."*

• *"secondo me (mi baso principalmente sulla mia esperienza personale) hanno cambiato in primo luogo molto il nostro modo di percepire il mondo, e quindi poi il nostro modo di relazionarci. I social con i loro algoritmi ti presentano sempre contenuti che riaffermano la tua opinione (dedotta in base ai contenuti con cui hai interagito in precedenza) e che hanno un punto di vista simile. è più difficile così essere esposti a opinioni diverse e variegate, si crea un senso di falsa sicurezza sulle proprie conoscenze e opinioni, che sembrano inconfutabili. ciò, in particolare nei giovani e in coloro che consumano contenuti per parecchie ore al giorno, porta alla polarizzazione delle opinioni e chiusura mentale. insomma, ognuno pensa di aver capito tutto sul mondo attorno a sé e non è aperto al confronto con gli altri."*

"Dipendenza dai social" (5 risposte)

Raggruppa opinioni secondo cui si sono creati fenomeni di dipendenza anche gravi per quanto riguarda l'uso dei social e dei telefoni più in generale; di seguito le risposte più significative.

- *"Fanno sentire il bisogno di essere sempre reperibili e mai sconnessi, quando non sai cosa fare apri Instagram, a volte L impulso appena svegli è di aprire Instagram, a volte il pollice si muove da solo e va a cliccare sull'icona di Instagram senza nemmeno pensare a cosa si sta facendo. Come aprire il frigo cercando qualcosa da mangiare sapendo già che è vuoto ed avendo già controllato altre volte. Senso di vuoto mentre ti ruba il tempo e lo riempie di nulla"*
- *"perché si è troppo dipendenti dal cellulare"*

"Giudizio sui social" (3 risposte)

Le persone, spesso, mostrando diversi lati di sé si sentono poi giudicate dagli altri utenti e si chiudono in sé stesse anche nella vita reale; di seguito le risposte più significative.

- *"perché molte persone si sentono giudicate"*
- *"ho paura di risultare differente in foto rispetto che dal vivo e che le persone mi immaginino in modo diverso rispetto alla realtà"*

Specchio

Analogamente per quanto riguarda la **domanda 4.1** "Se ti guardi allo specchio, ti piaci? Spiegaci brevemente il perché." è stata creata la **macrocategoria "Specchio"**, anche all'interno di essa si è presentata una **dualità** tra **"rispetto per il proprio corpo"** e **"disagio con il proprio corpo"**.

"Rispetto per il proprio corpo" (71 risposte)

Una buona fetta di adolescenti trova che il proprio corpo sia da proteggere e non

da screditare, questo avviene con diverse motivazioni, ma è una visione molto positiva che genera speranza; di seguito le risposte più significative.

- *"Perché ho un corpo con cui posso fare tutto quello che voglio, con cui ho superato anche delle malattie e che rispetto davvero molto
Ci ho messo un po' ad imparare ad apprezzarlo ma mi piace molto il mio fisico e il mio aspetto, i social mi hanno insegnato anche a valorizzare i miei "punti forza" con un abbigliamento che si adatta al mio tipo di fisicità invece di adattare il mio corpo a standard che non mi appartengono"*
- *"perché ormai ho messo il cuore in pace al mio aspetto, se sono così posso modificarmi in meglio ma non posso cambiarmi. quindi peace&love"*
- *"io mi ritengo una ragazza carina, sicuramente con delle insicurezze e aspetti che a volte non mi fanno sentire bellissima, ma mediamente cerco sempre di dire a me stessa che sono bella e che non ho bisogno di piacere agli altri se io sto bene con me stessa"*
- *"Perché ogni giorno ricordo che nel mondo c'è solo una persona come me e che quindi dovrei "vivermi" nella mia unicità"*
- *"Perché io mi sento bene con il mio corpo e non mi interessano i giudizi degli altri al riguardo"*
- *"dopo anni di insicurezza ho cambiato ciò che non mi piaceva e ora sono felice di come sono"*
- *"Sono orgogliosa dei cambiamenti che ho fatto, soprattutto perché li ho fatti da sola. Sono molto più sincera con me stessa, conosco i miei difetti e così posso essere più contenta delle mie qualità. Mi ritengo una bella persona dentro e fuori, con tanti miglioramenti da fare, ma consapevole di tutto, quindi va bene."*
- *"mi sono quasi sempre piaciuta anche quando durante il covid persi parecchi chili ed ero molto magra, da allora ne ho presi"*

Da chi ti senti maggiormente influenzato?	Se ti guardi allo specchio, ti piaci?	Spiegaci brevemente il perchè	Cosa provi quando vedi i post delle pagine che segui di più?	Quanto sono influenti per te i canoni di bellezza che vedi sul social?	Quanto ti metti a paragone con questi?	Questo paragone lo trovi costruttivo?	Senti che il rapporto e l'uso del social ti porta ad isolarti?
RISPETTO PER IL PROPRIO CORPO (71)							
Famiglia	Più sì che no	Perché ho un corpo con cui posso fare tutto quello che voglio, con cui ho superato anche delle malattie e che rispetto davvero molto. Ci ho messo un po' ad imparare ad apprezzarlo ma mi piace molto il mio fisico e il mio aspetto, i social mi hanno insegnato anche a valorizzare i miei "punti forza" con un abbigliamento che si adatta al mio tipo di fisicità invece di adattare il mio corpo a standard che non mi appartengono	Ispirazione, Curiosità, Serenità	2	2	Mi è indifferente	Sì, usare il telefono mi aiuta quando mi sento a disagio
Amici	Più sì che no	perché son riuscita a superare i miei problemi legati ad esso	Ammirazione, Ispirazione, Curiosità, Serenità	2	2	Mi è indifferente	Sì, usare il telefono mi aiuta quando mi sento a disagio
Non mi faccio influenzare dagli altri	Sì	perché secondo il mio parere sono un bel ragazzo, non stupendo o magnifico ma abbastanza carino ecco	Ammirazione, Ispirazione, Curiosità	1	2	Mi è indifferente	Sì, usare il telefono mi aiuta quando mi sento a disagio
Influencers	Più sì che no	perché ormai ho messo il cuore in pace al mio aspetto, se sono così posso modificarmi in meglio ma non posso cambiarmi, quindi peace&love	Curiosità	4	3	Mi è indifferente	No, perché quando sono con amici non uso il telefono
Non mi faccio influenzare dagli altri	Più sì che no	io mi ritengo una ragazza carina, sicuramente con delle insicurezze e aspetti che a volte non mi fanno sentire bellissima, ma mediamente cerco sempre di dire a me stessa che sono bella e che non ho bisogno di piacere agli altri se io sto bene con me stessa	Curiosità, Mi sono indifferente	1	1	Mi è indifferente	No, lo uso poco
Amici	Più sì che no	Perché ogni giorno ricordo che nel mondo c'è solo una persona come me e che quindi dovrei "vivermi" nella mia unicità	Ispirazione	2	2	Sì e mi motiva a migliorarmi	No, perché quando sono con amici non uso il telefono
Non mi faccio influenzare dagli altri	Sì	perché secondo il mio parere sono un bel ragazzo, non stupendo o magnifico ma abbastanza carino ecco	Ammirazione, Ispirazione, Curiosità	1	2	Mi è indifferente	No, perché quando sono con amici non uso il telefono

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/191fGSU0z1BW2rrlrvfWumndgMeWVdaBoMYtE-hoh378/edit#gid=0>

più di quanto ne avessi persi e mi sento ancora meglio di prima nel mio corpo. ho coltivato la mia autostima dopo una serie di cadute anche a livello scolastico, ora mi sento molto più a mio agio con me stessa dopo aver capito che non sono gli altri a mettermi le etichette ma che sono io a decidere cosa sono e come sono e per me sono bella."

"Disagio con il proprio corpo" (66 risposte)

Molti adolescenti non si sentono a proprio agio nel corpo che si ritrovano, può essere una questione di genere, di caratteristiche fisiche o causa di giudizi altrui, questa sensazione provoca dolore fisico e mentale in coloro che ne soffrono e si riflette anche nelle loro interazioni sociali; di seguito le risposte più significative.

- *"Riesco a vedere solo difetti"*
- *"ho molto disagio nel mio corpo"*
- *"perché non sono perfetta e questo mi porta ad avere i dca"*
- *"mi dispiace la mia immagine"*
- *"perché mi vedo brutta, vedo difetti"*

dappertutto (anche dove non ci sono)"

- *"da quando ho otto anni mi sento il doppio di quella che sono e non riesco a capire quale immagine di me sullo specchio sia quella giusta"*
- *"Mi sento grassa e il mio viso non mi piace in più sento tutte le aspettative degli altri oppure le loro osservazioni che mi feriscono anche se non lo dimostro"*
- *"mi vedo molto più carino allo specchio che in foto e non capisco come sono realmente e il problema maggiore è il mio fisico non il viso"*
- *"Ritengo di essere diverso dai canoni moderni"*

Anche in questo caso c'è stata una leggera differenza nel numero di risposte in questi due argomenti che rappresentano i poli opposti, ciò dimostra come non sia possibile uniformare il pensiero degli adolescenti su questo tema ma come sia necessario analizzare sempre i dati qualitativi e quantitativi. Ugualmente per come è accaduto nell'altra macrocategoria ("Social") anche per quella "Specchio" sono risultati altri argomenti dalle risposte ottenute.

"Mostrare imperfezioni" (7 risposte)

I ragazzi finiscono sempre per concentrarsi sulle proprie imperfezioni, piuttosto che mettere in luce le qualità che possiedono, questo capita anche a causa dei giudizi altrui, che li portano a concentrarsi sui lati negativi; di seguito le risposte più significative.

- *"perché nella società in cui ci troviamo è ormai di consuetudine far notare alle persone solo i difetti. viene molto più facile pensare alle nostre imperfezioni, per le quali spesso siamo criticati, piuttosto che ai nostri punti di forza, che vengono nella maggior parte delle volte ignorati. vedendo su Instagram foto di modelle super fisicate si pensa che quella sia la realtà e la normalità, però purtroppo non tutti posso essere così e questo provoca un senso di inferiorità in ognuno di noi"*
- *"trovo sempre qualcosa che non va mai abbastanza bene e mi paragono a qualcuno che magari vedo più perfetto sotto certi aspetti fisici e do molto peso al pensiero degli altri su di me"*

"Senso di inferiorità" (15 risposte)

A causa dei canoni di bellezza che diffondono i social e delle aspettative che si creano sul fisico delle persone, i giovani adolescenti finiscono per paragonarsi a ciò e a sentirsi costantemente inferiori; di seguito le risposte più significative.

- *"a volte no perché vedendo le altre ragazze su internet molto più belle mi faccio poi molte paranoie su me stessa"*
- *"Mi sento grassa e il mio viso non mi piace in più sento tutte le aspettative degli altri oppure le loro osservazioni che mi feriscono anche se non lo dimostro"*
- *"Non credo di avere il fascino dei miei coetanei e a 18 non ho mai avuto una relazione seria e attribuisco questa cosa al mio aspetto fisico"*

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/191fGSU0z1BW2rrivfWumndgMeWVdaBoMYIE-hoh378/edit#gid=0>

Da chi ti senti maggiormente influenzato?	Se ti guardi allo specchio, ti piaci?	Spiegaci brevemente il perché	Cosa provi quando vedi i post delle pagine che segui di più?	Quanto sono influenti per te i canoni di bellezza che vedi sul social?	Quanto ti metti a paragone con questi?	Questo paragone lo trovi costruttivo?	Senti che il rapporto e l'uso del social ti porta ad isolarti?
MOSTRARE IMPERFEZIONI (7)							
Amici	Più no che si	perché nella società in cui ci troviamo è ormai di consuetudine far notare alle persone solo i difetti. viene molto più facile pensare alle nostre imperfezioni, per le quali spesso siamo criticati, piuttosto che ai nostri punti di forza, che vengono nella maggior parte delle volte ignorati. vedendo su instagram foto di modelle super fisicate si pensa che quella sia la realtà e la normalità, però purtroppo non tutti posso essere così e questo provoca un senso di inferiorità in ognuno di noi	Ammirazione, Ispirazione, Curiosità	4	5	No e mi genera disagio	No, perché quando sono con amici non uso il telefono
Amici	Più no che si	Non sempre accetto e mi piace il mio fisico e spesso cerco i difetti più che i pregi	Ammirazione, Ispirazione, Serenità	4	5	No e mi genera disagio	Sì, usare il telefono mi aiuta quando mi sento a disagio
Non mi faccio influenzare dagli altri	Più no che si	Riesco a vedere solo difetti	Mi sono indifferenti	4	4	No e mi genera disagio	No, lo uso poco
Personaggi Famosi	Più si che no	Sono molto self conscious, quindi vedo ogni piccolo difetto e mi comparo un sacco	Ammirazione, Invidia, Ispirazione	3	4	No e mi genera disagio	No, perché quando sono con amici non uso il telefono
Amici	Più no che si	Vedo troppe imperfezioni	Ispirazione, Curiosità	4	4	No e mi genera disagio	No, perché quando sono con amici non uso il telefono
Insegnanti	Più no che si	riconosco solo quello che non mi piace di me	Ammirazione, Curiosità, Mi sono indifferenti	2	2	Mi è indifferente	No, perché quando sono con amici non uso il telefono

"Disagio a rispondere" (9 risposte)

Essendo la domanda molto diretta, alcuni hanno provato disagio leggendola e non si sono sentiti di rispondere, questo probabilmente perché affrontare il discorso crea loro dolore anche essendo il questionario totalmente anonimo; di seguito le risposte più significative.

- *"mi sento a disagio a rispondere..."*
- *"preferisco non parlarne ho paura..."*

"Alienazione alla realtà" (3 risposte)

La perfezione estetica presente sui social provoca una sensazione di distacco dalla realtà, distogliendo l'attenzione da essa; di seguito le risposte più significative.

- *"Vedere costantemente persone online con un fisico 'perfetto' (anche se editato ecc) mi distacca dall'idea della figura fisica nella realtà portandomi a vedere difetti che sono solo caratteristiche fisiche normalissime"*
- *"perché nella società in cui ci troviamo è ormai di consuetudine far notare alle persone solo i difetti. viene molto più facile pensare alle nostre imperfezioni, per le quali spesso siamo criticati, piuttosto che ai nostri punti di forza, che vengono nella maggior parte delle volte ignorati. vedendo su Instagram foto di modelle super fisicate si pensa che quella sia la realtà e la normalità, però purtroppo non tutti posso essere così e questo provoca un senso di inferiorità in ognuno di noi"*

"Disagio a confronto" (25 risposte)

Il confronto nasce dal paragone che si crea online, il quale porta al giudizio e automaticamente al disagio degli adolescenti che non si sentono mai all'altezza delle aspettative, questo li porta a chiudersi in sé stessi e a rincorrere un obiettivo di perfezione irraggiungibile poiché non reale; di seguito le risposte più significative.

- *"non amo il mio aspetto fisico e molte volte mi trovo a paragonarmi agli altri pensando di non essere perfetta come sono gli altri. Ci sono svariate cose che non mi piacciono di me e che mi fanno sentire a disagio anche una battuta scherzosa mi fa sentire a disagio o anche andare al mare e vedere dei corpi perfetti mi mette a disagio o andare a fare shopping e non trovare la propria misura. Ma anche i social hanno il loro spazio girare per i social e vedere persone così belle e perfette mi mettono a disagio e imbarazzo portandomi a pensare di me solo ed esclusivamente brutte cose."*
- *"Penso che ci sia sempre qualcuno pronto a giudicare per come si è fatti e certe volte mi vergogno di me, del mio corpo."*
- *"Il paragone con altre persone sul web diventa inevitabile"*
- *"I canoni che seguo sono ambiziosi e non li ho ancora raggiunti"*

"Poca autostima" (31 risposte)

La poca autostima porta i ragazzi a vedere sempre il peggio nelle cose e soprattutto a non piacersi per motivi futili e non realmente drastici come essi pensano che siano, di seguito le risposte più significative.

- *"ho problemi di autostima da quando sono piccola, non sono un problema irrisolvibile anzi, ogni giorno sto migliorando, semplicemente andando avanti con il tempo mi sono costruita un'immagine di me che non è reale e sono finita per credere a quello che diceva il mio cervello invece che riuscire ad apprezzarmi per la persona che sono. mi ripeto sempre che bisogna essere sostanza e non immagine. ogni giorno faccio grandi passi e piano piano sto riuscendo ad apprezzarmi"*
- *"Non ho un'autostima molto alta quando si tratta del mio aspetto, tendo a fare parecchia ironia infatti"*
- *"A volte non mi sento abbastanza per gli altri"*

- *"Ci sono caratteristiche che mi piacciono e altre no, rimanendo comunque coerente sul fatto di non essere bello"*

"Standard impossibili" (4 risposte)

Gli standard a cui gli adolescenti si paragonano sono, la maggior parte delle volte, irraggiungibili, è impossibile non paragonarsi ad essi, poiché al giorno d'oggi si sono creati dei canoni di bellezza che vengono diffusi attraverso i social, ai quali tutti puntano ad uniformarsi; di seguito le risposte più significative.

- *"le aspettative create e la concorrenza delle altre ragazze hanno creato degli standard irraggiungibili ai quali però è quasi impossibile non paragonarsi"*

"Difficoltà a migliorarsi" (4 risposte)

Molti ragazzi sono consapevoli che impegnandosi maggiormente riuscirebbero a migliorare la propria condizione e a piacersi di più, ma spesso non è solo il loro impegno a mettere loro i bastoni tra le ruote, ma ci possono essere altre motivazioni che dipendono meno da loro; di seguito le risposte più significative:

- *"a causa di un problema ai polsi non ho la possibilità di allenarmi completamente e inoltre con tutto ciò che danno da studiare a scuola non ho quasi mai tempo di allenarmi 😞"*
- *"So che potrei impegnarmi di più in tutto quello che faccio, ma a volte evito di farlo per pigrizia o distrazione"*

"Indifferenza ai giudizi" (5 risposte)

Fortunatamente alcuni dei partecipanti non danno peso ai giudizi altrui e alle opinioni non costruttive, non facendosi così abbattere dagli altri e stando in pace con il proprio corpo; di seguito le risposte più significative.

- *"Perché io mi sento bene con il mio corpo*

e non mi interessano i giudizi degli altri al riguardo"

- *"Perché non mi importa delle opinioni altrui"*

"Indifferenza ai canoni di bellezza" (4 risposte)

Alcuni sono consapevoli del fatto che ognuno è fatto a modo suo e grazie a ciò non si fanno abbattere dai canoni estetici irraggiungibili presenti sui social, ma al contrario vedono in sé stessi una bellezza che può anche non dipendere solo da un fattore estetico; di seguito le risposte più significative.

- *"Non ho canoni estetici basati su quello che propone Internet"*
- *"Ognuno ha la sua bellezza"*

"Autostima per il percorso" (9 risposte)

Intraprendere un percorso per migliorare sé stessi o per uscire da un periodo buio della propria vita fa sì che gli adolescenti si sentano forti e sicuri di sé e delle proprie capacità, vedendo il bello anche nei piccoli obiettivi che raggiungono col tempo; di seguito le risposte più significative.

- *"perché vedo qualcuno che ogni giorno diventa sempre di più la persona che vuole essere da grande e questa cosa fa sì che mi piaccia sempre"*
- *"Sono orgogliosa dei cambiamenti che ho fatto, soprattutto perché li ho fatti da sola. Sono molto più sincera con me stessa, conosco i miei difetti e così posso essere più contenta delle mie qualità. Mi ritengo una bella persona dentro e fuori, con tanti miglioramenti da fare, ma consapevole di tutto, quindi va bene."*
- *"perché ho fatto un lungo lavoro su me stessa e sulla mia autostima e credo che ad oggi i risultati si stiano vedendo"*

• *“ho superato i miei disturbi alimentari, sviluppati proprio durante la prima quarantena, in cui eravamo obbligati a non avere interazioni dal vivo e così passare tanto tempo sui social, vedendo solo corpi attraverso uno schermo, quindi in posa e photoshoppati. così ho perso il senso della realtà, e ho iniziato a pensare ci fosse qualcosa di sbagliato nel mio corpo, perché non era identico a quello che vedevo nello schermo (in particolare: pensavo di essere grassa quando pesavo 40 kg). ora ho ripreso contatto con la realtà (e peso), grazie alla fine della quarantena e una grossa presa di coscienza.”*

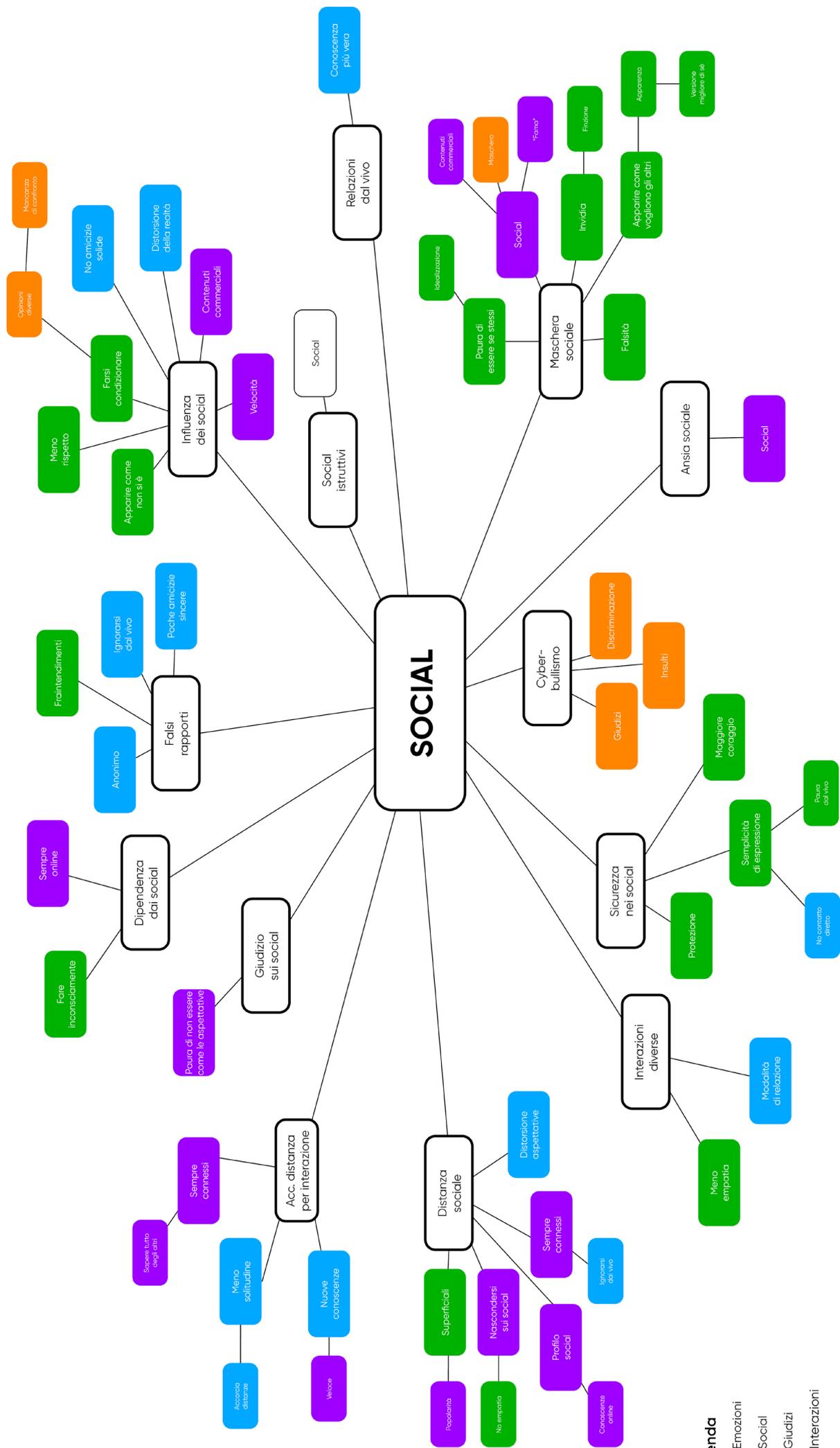
“Dipende” (3 risposte)

In alcuni casi può la risposta alla domanda effettuata più dipendere da diversi fattori; di seguito le risposte più significative.

- *“dipende dai giorni”*
- *“Perché non penso di essere un brutto ragazzo ma ci sono certi aspetti di me che non mi piacciono”*

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/19ifGSU0z1BW2rrlvfWumndgMeWVdaBoMYIE-hoh378/edit#gid=0>

AUTOSTIMA PER IL PERCORSO (9)							
Non mi faccio influenzare dagli altri	Si	perché vedo qualcuno che ogni giorno diventa sempre di più la persona che vuole essere da grande e questa cosa fa sì che mi piaccia sempre	Mi sono indifferenti	2	3	Si e mi motiva a migliorarmi	No, perchè quando sono con amici non uso il telefono
Amici	Più si che no	Non mi dispiace la mia crescita personale	Ammirazione, Invidia, Ispirazione, Curiosità	3	2	Si e mi motiva a migliorarmi	Si, usare il telefono mi aiuta quando mi sento a disagio
Insegnanti	Si	mi piace la persona che sto creando	Curiosità	3	2	Si e mi motiva a migliorarmi	No, perchè quando sono con amici non uso il telefono
Non mi faccio influenzare dagli altri	Si	perché lavoro su me stessa e quindi mi piaccio	Ammirazione, Ispirazione, Curiosità	2	1	Mi è indifferente	No, perchè quando sono con amici non uso il telefono
Amici	Più si che no	Sono orgogliosa dei cambiamenti che ho fatto, soprattutto perché li ho fatti da sola. Sono molto più sincera con me stessa, conosco i miei difetti e così posso essere più contenta delle mie qualità. Mi ritengo una bella persona dentro e fuori, con tanti miglioramenti da fare, ma consapevole di tutto, quindi va bene.	Ispirazione, Ansia, Mi sono indifferenti	3	4	No e mi genera disagio	No, perchè quando sono con amici non uso il telefono
Amici	Si	mi sono quasi sempre piaciuta anche quando durante il covid persi parecchi chili ed ero molto magra, da allora ne ho presi più di quanto ne avessi persi e mi sento ancora meglio di prima nel mio corpo. ho coltivato la mia autostima dopo una serie di cadute anche a livello scolastico, ora mi sento molto più a mio agio con me stessa dopo aver capito che non sono gli altri a mettermi le etichette ma che sono io a decidere cosa sono e come sono e per me sono bella.	Serenità, Mi sono indifferenti	2	2	Si e mi motiva a migliorarmi	No, perchè quando sono con amici non uso il telefono
Non mi faccio influenzare	Più si che no	perché ho fatto un lungo lavoro su me stessa e sulla mia autostima e credo che ad oggi i risultati si stiano vedendo	Ammirazione, Ispirazione,	2	2	Mi è indifferente	Si, usare il telefono mi aiuta quando



- Legenda**
- Emozioni
 - Social
 - Giudizi
 - Interazioni

La visione dei “Social”

Le risposte presenti nella macrocategoria “Social”, divise negli argomenti già elencati nel paragrafo precedente, sono state riassunte tramite delle **parole chiave** che rappresentino tutti i pensieri al loro interno. A loro volta queste ultime sono state **divise in diverse categorie**, così da avere una **visione generale** di ciò che è derivato da questo studio.

Tutto questo è stato racchiuso in **scemi grafici**, in cui gli argomenti nella macrocategoria possiedono delle diramazioni con le **parole chiave** individuate; esse sono **evidenziate con diversi colori**, i quali rappresentano la **categoria di appartenenza**.

La possibilità di avere una visione completa di tutti i dati ottenuti ci ha permesso di porre delle **basi solide per la progettazione del workshop**, comprendendo sempre più a fondo i diversi pensieri degli adolescenti che hanno partecipato al questionario da noi creato.

Ecco una **panoramica delle categorie**, ciascuna rappresentata da un colore.

- **Emozioni (colore verde)**: le sfumature dell'emozione sono il fulcro di questa categoria. Dal vissuto della gioia all'affronto di sfide emotive, il colore verde cattura la gamma di emozioni che permeano la vita degli adolescenti.
- **Giudizi (colore arancione)**: attraverso l'arancione, si sono evidenziate le percezioni e i giudizi che gli adolescenti troppo spesso ricevono.
- **Interazioni (colore azzurro)**: l'azzurro simboleggia le dinamiche interpersonali che definiscono le relazioni degli adolescenti con il mondo circostante; le connessioni, le amicizie e le interazioni sociali sono catturate in questa categoria.
- **Social (colore viola)**: il viola rappresenta la complessità delle caratteristiche dei social; si parla sia di cose oggettive che di azioni effettuate dagli adolescenti attraverso essi.

La visione dello “Specchio”

Le risposte all'interno della macrocategoria “Specchio” sono state gestite in modo analogo a quelle precedentemente esaminate nel paragrafo “La visione dei Social”. Suddivise negli stessi argomenti delineati nella sezione sull'analisi delle risposte (vedi paragrafo “L'analisi delle risposte ottenute”), sono state sintetizzate mediante **parole chiave** che riflettono il contenuto complessivo dei pensieri racchiusi in esse. Queste parole chiave sono a loro volta **categorizzate**, offrendo una panoramica esaustiva di quanto emerso da questa fase di analisi.

L'intero processo è stato tradotto visivamente in **scemi grafici**, in cui gli argomenti all'interno della macrocategoria si sviluppano attraverso diramazioni che dettagliano le parole chiave. Queste ultime sono evidenziate con **colori distinti**, ciascuno rappresentante una specifica **categoria di appartenenza**, esattamente come per la macrocategoria “Social”.

Le categorie in cui sono state divise sono le seguenti.

- **Positive (colore rosso)**: è stata individuata per evidenziare le risposte che esprimevano

sentimenti di apprezzamento, entusiasmo e soddisfazione.

- **Negative (colore azzurro)**: è stata assegnata alle risposte che denotavano insoddisfazione, disagio o critiche nei confronti di determinati aspetti.

- **Realtà (colore grigio)**: è stata identificata come una categoria chiave per raccogliere le risposte che manifestavano un senso di estraneità o distacco dalla realtà dei fatti.

- **Giudizi (colore arancione)**: è stata riservata per le risposte che contenevano riferimenti alla presenza di giudizi e opinioni non costruttive.

- **Emozioni (colore verde)**: abbraccia le risposte che rivelano le varie sfumature di stati emotivi, fornendo un'analisi approfondita delle esperienze soggettive degli adolescenti.

- **Social (colore viola)**: si concentra sulle risposte che includono la presenza e l'uso dei social.

Le conclusioni

Le **divergenti opinioni** emerse attraverso il questionario hanno evidenziato una **complessità di pensiero** riguardo alle due macrocategorie, rivelando una **varietà di prospettive** che va al di là di un'interpretazione semplicistica. Questa diversità di vedute suggerisce che il **pensiero comune sulla Bellezza** e sul concetto di "Bello" **non può essere facilmente categorizzato** o generalizzato. Al contrario, assume sfumature e complessità che possono sfuggire all'osservazione superficiale.

La rilevazione di questa dualità di pensieri, in particolare tra gli adolescenti coinvolti nello studio, ha sottolineato l'**importanza di affrontare la questione della bellezza in questa fase cruciale della crescita**. Mentre il dibattito attorno a concetti estetici potrebbe sembrare polarizzato nella società, la varietà di opinioni espresse dagli adolescenti indica che la realtà quotidiana è molto più sfumata di quanto possa apparire in prima istanza. Questo aspetto rivela la necessità di un **approccio più aperto** nel comprendere il concetto di Bellezza.

La scelta di concentrarsi sugli adolescenti come target per l'indagine si è dimostrata strategica, considerando che questa fase della vita è caratterizzata dalla formazione dell'identità personale. La discussione sulla dualità tra "Bello" e "Bellezza" risulta, quindi, particolarmente significativa e costruttiva in questo contesto. Gli **adolescenti**, ancora in fase di definizione della propria personalità, si rivelano il **pubblico ideale** per esplorare e approfondire tali concetti **senza il rischio di cristallizzarli in visioni troppo rigide**.

Inoltre, analizzando attentamente i dati raccolti, sono **emersi diversi profili personas** che incarnano varie sfaccettature del target stesso. Questi profili ideali, ognuno rappresentativo di un aspetto specifico delle opinioni dei partecipanti, hanno fornito una **guida preziosa** per la definizione del concept e la progettazione del workshop successivo. L'individuazione di queste personas ha arricchito ulteriormente la comprensione delle molteplici prospettive presenti tra gli adolescenti, fornendo una base solida per ulteriori riflessioni e approfondimenti.

L'intervista allo psicologo Savarino

L'analisi dell'intervista

Abbiamo **intervistato il Dott. Francesco Savarino**, psicanalista della relazione specializzato in adolescenti e giovani adulti, in modo tale da ottenere un **parere professionale sul nostro studio**, sui temi che volevamo affrontare e soprattutto sulle modalità con cui affrontarli. Essendo argomenti molto sensibili, avevamo **paura di creare disagio** negli adolescenti e di non riuscire così ad arrivare al nostro obiettivo.

Di seguito le **domande** che abbiamo posto al Dott. Savarino.

- 1) Descrizione di se stesso
- 2) Dopo aver presentato il progetto, abbiamo chiesto un pensiero preliminare su questo
- 3) Descrizione del target con cui lavora e una stima delle fasce di età che vede di più
- 4) Stima delle problematiche e dei temi che più affronta con il target
- 5) Che rapporto crede che gli adolescenti abbiano con i social
- 6) Che rapporto secondo lui i giovani hanno con le immagini e con la propria immagine
- 7) La problematica da noi ipotizzata è riconosciuta dai ragazzi?
- 8) Come si dovrebbe o potrebbe affrontare una tematica simile?
- 9) Metodologie attraverso cui si possono studiare queste problematiche nei ragazzi
- 10) Eventuali consigli per il nostro progetto

Prima di affrontare l'intervista condotta con il Dott. Savarino abbiamo delineato diverse **macrocategorie di domande**, ognuna volta a esplorare **aspetti specifici del rapporto dei giovani con i social media e la propria immagine**. Queste forniscono una panoramica approfondita sulle dinamiche psicologiche coinvolte e sulle modalità di affrontare le problematiche legate ai social. Di seguito, una sintesi di esse:

- **Rapporto con i social (domanda 5, vedi sopra):** questa macrocategoria mira a comprendere come i giovani interagiscono con i social media. È incentrata sulla frequenza dell'uso, sui motivi dietro la partecipazione e sulle emozioni associate a queste interazioni.
- **Presenza di problemi legati ai social (domanda 5, vedi sopra):** in questa sezione, l'obiettivo è di indagare se i giovani sperimentassero problemi psicologici o emotivi connessi all'uso dei social media, cercando di ottenere un'analisi approfondita su come tali problematiche possano manifestarsi e quali possano essere le loro conseguenze sulla salute mentale.
- **Rapporto con la propria immagine (domanda 6, vedi sopra):** le domande riguardanti questa macrocategoria si sono concentrate sul modo in cui i giovani percepiscono e gestiscono la propria immagine sui social media. Ciò include l'autostima, l'autovalutazione e l'impatto della rappresentazione digitale sull'identità personale.

- **Frequenza della presenza di queste tematiche (domande 4, vedi sopra):**

l'obiettivo è di rilevare la frequenza con cui il Dott. Savarino ha incontrato situazioni legate a problemi psicologici connessi ai social media nella sua pratica professionale. Volevamo comprendere la diffusione del fenomeno nella popolazione giovane.

- **Consapevolezza della problematica nei ragazzi (domanda 7, vedi sopra):**

questa macrocategoria ha esplorato la consapevolezza dei giovani riguardo ai potenziali problemi legati all'uso dei social media. L'obiettivo è intraprendere riflessioni sull'importanza della consapevolezza e su come essa possa influenzare il modo in cui i giovani affrontano le sfide connesse ai social.

- **Modalità con cui si affrontano le tematiche:** infine, l'attenzione è stata rivolta alle strategie e alle modalità di affrontare le problematiche da noi indagate. Era necessario venire a conoscenza di consigli pratici e approcci psicologici da poter utilizzare per sostenere i giovani nella gestione di tali problematiche.

Queste macrocategorie e le risposte del Dott. Savarino offrono un quadro completo e approfondito sulle dinamiche psicologiche coinvolte nell'uso dei social media tra i giovani, contribuendo significativamente alla comprensione di questa complessa realtà.

Analizzando l'intervista sono stati selezionati dei **punti salienti dell'opinione espressa dal Dott. Savarino**, di seguito trascritti.

- *"[...] Un minore che viene qua non viene mai da solo, nel senso che viene sempre con una famiglia appresso, o viene perché lo ha mandato la famiglia o viene perché la famiglia gli rompe le balle secondo il suo punto di vista, comunque io devo sempre vedere i genitori, perché essendo un minore loro sono preoccupati e anche se la privacy prevede che non dirò nulla di quello che ci diciamo, io devo provare a dare un senso*

alla preoccupazione dei genitori e provare a fare da tramite perché magari i figli non riescono a parlare con i genitori."

- *"[...] l'adolescenza credo che sia l'era del possibile, [...] il primo è un moto di autonomia, cioè io devo diventare chi sono, vecchi psicanalisti dicevano che si deve distinguere; quindi, c'è la separazione dal vecchio nucleo familiare, per diventare un individuo, [...] si viene a contatto con i pari che credo sia l'ambiente più difficile per un adolescente perché il giudizio, il paragone, il confronto, l'invidia, la gelosia, sono tutte emozioni che vengono fuori in questa età [...]"*

- *"È sempre la ricerca dell'identità che aumenta l'interesse verso questo strumento"*

- *"È idealizzare un personaggio e farlo diventare un mito, si vuole diventare un mito come lui."*

- *"[...] il fatto di non piacersi non viene mai detto direttamente "non mi piaccio", perché spesso è un'emozione legata ad un pensiero, un pensiero legato ad un'emozione, difficile da digerire, accettare che io non mi piaccio a quell'età dove è possibile tutto, non è per nulla facile"*

- *"Credo che sia uno strumento, [...] l'io soggetto è un individuo auto eco organizzato, cioè non è che io me ne sto per i fatti miei e il mondo se ne sta per i fatti suoi, ogni volta che cambia qualcosa nel mondo io mi devo aggiustare, ogni volta che cambia qualcosa in me il mondo si deve aggiustare; quindi, è una continua ricerca di un equilibrio tra l'interno e l'esterno [...] io credo che il confronto all'inizio sia interiore, questo bene e male, giusto o sbagliato, bello o brutto è una lacerazione interna [...] poi io lo metto fuori perché non ce la faccio più a tenerlo dentro di me"*

- *"[...] non mi sento di demonizzare uno strumento perché è diventato così, non è nato così [...]"*

- *"[...] non penso che i social siano di per sé un problema. [...] Penso che sia la solitudine, o la paura della solitudine, un problema."*

- “[...] ognuno reagisce in maniera personale alla propria solitudine e al proprio dolore e sceglie lo strumento che più gli viene bene”
- “C’è un dilatamento del tempo tra un messaggio e l’altro e tra una visualizzazione e l’altra che mi mette al sicuro, mette distanza tra me e l’altra persona, comunque mi racconta che forse ho difficoltà a confrontarmi personalmente”
- “La responsabilità di questa bruttezza che vedono in loro stessi la attribuiscono ai social”
- “Il workshop può funzionare se utilizzate degli strumenti terzi, nel senso la domanda diretta “ti piaci o non ti piaci” o quanto influenzi la bellezza è troppo diretta e quindi può produrre delle false risposte o accentuare altri tipi di risposte”
- “Se volete fare un workshop credo che sia molto interessante che si trovi in mezzo al vostro lavoro o quasi alla fine, come a voler confermare o disconfermare la vostra teoria”
- “[...] prima dovete definire quali sono i comportamenti che secondo voi sono osservabili e vi dicono qualcosa, quante volte un ragazzo prende un cellulare, dovrete pensare che il desiderio non è sempre così consapevole, a volte la noia ci spinge [...] bisogna operationalizzare, quindi prendere un comportamento che voi ritenete problematico/focus da osservare e definire come avviene, cioè se lo guardo solamente il cellulare anche quello è disinteresse, noia verso la lezione, incapacità di gestire il silenzio, la solitudine”
- “L’unica cosa che si può fare senza dare pesantezza dal mio punto di vista è giocare”
- “Se il problema è l’estetica, la rappresentazione di sé e degli altri allora bisogna togliere i problemi di estetica”
- “L’attività può essere veramente anche legata alla bellezza, non è un problema, però rischia di diventare un’arma a doppio taglio, perché se voi fate un’attività legata alla bellezza e io faccio un collage con delle riviste chiunque può decidere se è bello o

brutto; quindi, sono esposto un’altra volta al giudizio altrui”

Conducendo successivamente un’analisi più approfondita abbiamo **delineato delle categorie di argomenti di cui si è discusso** durante l’intervista.

Discorsi generali su adolescenti, confronto e personalità: durante l’intervista, il Dott. Savarino ha affrontato discorsi ampi riguardo agli adolescenti, con un **focus particolare sul confronto sociale** e la **formazione della personalità**. Ha esaminato come l’adolescenza sia un **periodo critico di crescita e sviluppo**, sottolineando l’**importanza del confronto con gli altri nella definizione dell’identità personale**. Le riflessioni del Dott. Savarino hanno illuminato la **complessità delle dinamiche sociali e psicologiche** che caratterizzano questa fase della vita. Ecco degli estratti.

- “[...] il periodo dell’adolescenza e del liceo, è il periodo dove il ragazzo si forma a livello di personalità e a livello di io, quindi se queste strutture costruite di canoni di bellezza, piuttosto che i social, il confronto con queste strutture hanno, in certi casi, non in tutti, non vogliamo generalizzare e dire che c’è questa conseguenza diretta punto e basta, però c’è la possibilità che vada a disturbare la crescita e la formazione della propria persona, di sicuro quella è l’età dove forse si può andare a sensibilizzare piuttosto che prevenire”
- “[...] l’adolescenza credo che sia l’era del possibile [...] c’è la separazione dal vecchio nucleo familiare, per diventare un individuo [...] per capire cosa sono mi devo prima distinguere da quello che non sono [...] devo identificarmi con qualcuno che voglio o con qualcosa che vorrei diventare [...] contatto con i pari che credo sia l’ambiente più difficile per un adolescente perché il giudizio, il paragone, il confronto, l’invidia, la gelosia, sono tutte emozioni che vengono fuori in questa età [...] l’ingresso

nel mondo dei pari, forse è veramente la nascita dell'adolescente"

- *"[...] idealizzare un personaggio e farlo diventare un mito, si vuole diventare un mito come lui"*
- *"[...] io credo che il confronto all'inizio sia interiore, questo bene e male, giusto o sbagliato, bello o brutto è una lacerazione interna [...] poi io lo metto fuori perché non ce la faccio più a tenerlo dentro di me"*
- *"[...] viene portata dal confronto che c'è sui social ad essere ancora più insicura di sé stessa"*
- *"[...] io non voglio chiedere perché magari faccio una domanda stupida, perché magari la risposta non la capisco, perché magari quello mi giudica, e quindi torniamo alla vostra tematica sempre e comunque, solo che non scavalcate il discorso social [...] non chiedo neanche aiuto agli altri, non chiedo aiuto a chi sta conducendo l'attività, non mi fido dei miei compagni; quindi, mi isolo e prendo il cellulare"*
- *"É sempre il confronto, quindi c'è sempre qualcuno da dover diventare o non dover diventare; quindi, non c'è l'accettazione di piacersi così come si è"*
- *"[...] tu non diventi quello che vuoi diventare, ma quello che pensi dovresti diventare perché vedi degli esempi"*
- *"[...] se a un certo punto sono il migliore a prevedere che prendo la martellata nella mano, io continuo a metterci la mano, perché in qualcosa sarò il migliore; quindi, comunque cambiare idea su sé stessi non è facile, tanto meno rendersene conto [...] nel malessere mi dava comunque la possibilità di stare in equilibrio [...] se quella roba ti fa stare comunque in equilibrio, vuol dire che la devi togliere piano piano quando ti senti che vorrai toglierla, ma se no ci dovrai fare i conti"*

Solitudine: un tema rilevante emerso dall'intervista è stato quello della solitudine tra gli adolescenti. Il Dott. Savarino ha approfondito le cause e gli effetti di questo

sentimento, analizzando come la solitudine possa influenzare il benessere psicologico e le relazioni interpersonali dei giovani. La discussione ha portato a una comprensione più approfondita delle sfide che gli adolescenti possono affrontare nel gestire la solitudine e nella costruzione di connessioni significative. Di seguito alcuni estratti.

- *"Penso che sia la solitudine, o la paura della solitudine, un problema. Io non posso dire di non prendere il cellulare, posso chiedere perché prendi il cellulare"*
- *"[...] credo che negli anni se ne siano trovati diversi di strumenti per sopprimere la solitudine o la paura della solitudine, o restare da soli, ci sono gli Hikikomori che non escono di casa, se questi non avessero i social o i giochi morirebbero probabilmente a livello emotivo"*
- *"[...] mi sento solo, la differenza tra mi sento e sono avviene in età molto più adulta quando inizi ad essere consapevole di quali sono le tue emozioni e di quanto invece le tue emozioni siano scisse dalla realtà"*
- *"[...] la solitudine spesso nasce dal fatto che penso di non essere all'altezza di poter stare con gli altri [...] ognuno reagisce in maniera personale alla propria solitudine e al proprio dolore e sceglie lo strumento che più gli viene bene"*

Consapevolezza: il Dott. Savarino ha enfatizzato l'importanza della consapevolezza nella vita degli adolescenti. Ha esplorato come la consapevolezza di sé e degli altri sia fondamentale per affrontare le sfide dell'adolescenza, contribuendo al processo di crescita e sviluppo personale. Di seguito alcune delle parole dette.

- *"[...] quando uno non si piace, fisicamente o emotivamente traspare [...] il fatto di non piacersi non viene mai detto direttamente "non mi piaccio", perché spesso è un'emozione legata ad un pensiero, un pensiero legato ad un'emozione, difficile da digerire, accettare che io non mi piaccio a quell'età dove è possibile tutto,*

non è per nulla facile"

- *"[...] stiamo parlando di inconscio, se voi pensate che chi viene qua abbia chiaro perché sta male è inutile che viene qua"*
- *"[...] non c'è nulla di consapevole in quello che vi dico, avviene nel tempo è un apprendimento che ha a che fare con le mie capacità"*
- *"[...] primo bisogna esserne consapevoli, due si deve accettare questa consapevolezza che si confronta con delle figurine digitali, tre lo deve dire"*

Social: l'analisi del rapporto degli adolescenti con i social media è stata un elemento chiave dell'intervista. Il Dott. Savarino ha esaminato come l'uso dei social possa influenzare la salute mentale e l'autostima degli adolescenti, oltre a fornire insights su come gestire i potenziali problemi legati a questa interazione digitale. La discussione ha affrontato tematiche come il confronto sociale online, la costruzione dell'identità digitale e gli impatti psicologici dei social media. Ecco alcuni estratti.

- *"Credo che sia uno strumento"*
- *"[...] preferisco avere un confronto con uno strumento terzo con altre persone; quindi, uso il cellulare per vedere cosa fa quello, cosa fa quella o per sentirmi invidioso o per dire brutte parole, gli haters"*
- *"[...] non mi sento di demonizzare i social non perché li uso o perché non li uso, mi sento di demonizzare l'alternativa, cosa fa un ragazzo se non ha un cellulare [...] non mi sento di demonizzare uno strumento perché è diventato così, non è nato così [...] più stai sul cellulare meno persone vedi, meno giochi, meno senti l'aria sulla pelle, però non mi sembra un momento storico dove questo possa succedere"*
- *"[...] quello che manca secondo me nei social è proprio il contatto"*
- *"[...] se io scarico un social il desiderio*

nasce da me e quindi sono io che cerco uno spazio protetto [...] c'è un dilatere del tempo tra un messaggio e l'altro e tra una visualizzazione e l'altra che mi mette al sicuro, mette distanza tra me e l'altra persona, comunque mi racconta che forse ho difficoltà a confrontarmi personalmente, che nasca dai social non sono certo, che i social possano amplificare o scoprire questo iceberg di cui si vedeva solo la punta o manco quella sì, [...] comunque c'è questa possibilità del social che è fittizia, nel senso è digitale, non è umana, non è emotiva, non è tangibile, se non con il pollice che va su e giù"

- *"[...] la responsabilità di questa bruttezza che vedono in loro stessi la attribuiscono ai social. È data dal confronto che vivono attraverso i social"*

Metodi di ricerca (workshop, attività varie): in un'ottica di approfondimento delle tematiche trattate, il Dott. Savarino ha condiviso l'approccio metodologico utilizzato nella sua pratica professionale. Ha discusso l'efficacia di workshop e attività varie come strumenti di ricerca e intervento psicologico. Questo argomento ha offerto una prospettiva pratica su come le metodologie di ricerca possano essere integrate per ottenere una comprensione più completa delle sfide affrontate dagli adolescenti. Di seguito alcuni dei consigli ottenuti.

- *"[...] in maniera anonima [...] di persona può funzionare con persone che voi conoscete"*
- *"Il workshop può funzionare se utilizzate degli strumenti terzi, nel senso la domanda diretta "ti piaci o non ti piaci" o quanto influenzi la bellezza è troppo diretta e quindi può produrre delle false risposte o accentuare altri tipi di risposte"*
- *"[...] quando io faccio i test non sono mai a risposta aperta o con delle opzioni, sono dei test proiettivi dove uno ci mette dentro quello che non sa di metterci dentro e poi c'è la riservatezza, c'è tutto. Se volete fare un workshop credo che sia molto interessante che si trovi in mezzo al vostro lavoro o*

quasi alla fine, come a voler confermare o disconfermare la vostra teoria"

• "La prima metodologia è l'osservazione [...] prima dovete definire quali sono i comportamenti che secondo voi sono osservabili e vi dicono qualcosa, quante volte un ragazzo prende un cellulare, dovreste pensare che il desiderio non è sempre così consapevole, a volte la noia ci spinge [...] coinvolgere chi con i ragazzi ci lavora, non lo so ci sono delle scuole dove i ragazzi possono usare il cellulare, quindi chiedere, meglio ad un adulto che ad un ragazzo, perché a volte può essere viziato da come vede i propri compagni, di segnarsi le cose, visto che mi parli di metodo a me viene in mente che bisogna operationalizzare, quindi prendere un comportamento che voi ritenete problematico/focus da osservare e definire come avviene, cioè se lo guardo solamente il cellulare anche quello è disinteresse, noia verso la lezione, incapacità di gestire il silenzio, la solitudine"

• "[...] l'unica cosa che si può fare senza dare pesantezza dal mio punto di vista è giocare [...] L'attività deve avere un obiettivo"

• "[...] se il problema è l'estetica, la rappresentazione di sé e degli altri allora bisogna togliere i problemi di estetica [...] evitare che la ricerca sia inficiata dal fatto che io sto capendo che voi lavoriate sulla bellezza o sulla bruttezza o su quanto i miei canoni di bellezza [...] l'unico modo che avete per scavalcarlo è fare un'attività che mi distraiga dal perché faccio l'attività ma che poi mi faccia raccogliere quello che è emerso"

• "[...] bisogna avere comunque un obiettivo [...] l'attività può essere veramente anche legata alla bellezza, non è un problema, però rischia di diventare un'arma a doppio taglio, perché se voi fate un'attività legata alla bellezza e io faccio un collage con delle riviste chiunque può decidere se è bello o brutto; quindi, sono esposto un'altra volta al giudizio altrui"

• "[...] workshop a tappe, primo momento gioco dove io vengo bombardato per immagini [...] Poi attività dove devo costruire qualcosa, quindi devo mettermi, devo truccarmi, piuttosto che devo vestirmi; quindi, magari vedere il prima e il dopo con l'attività [...] Far vedere quanto in realtà siamo condizionati dall'idea che abbiamo di bellezza o di bruttezza [...] un prima e un dopo con un in mezzo dove io vengo sottoposto a stimoli di bellezza"

Le conclusioni

In contesti come questo, l'utilizzo di una **metodologia appropriata** si configura come un **elemento cruciale** per il corretto funzionamento e il successo complessivo del progetto. L'analisi approfondita fornita dal Dott. Savarino ha delineato chiaramente il **percorso più adeguato** da intraprendere al fine di **garantire il benessere del target** e minimizzare eventuali disagi o situazioni scomode.

Il suo parere professionale ha svolto un **ruolo fondamentale nel plasmare la metodologia dello studio**, evidenziando l'importanza di un approccio olistico e sensibile alle dinamiche psicologiche dei partecipanti. La sua consulenza ha contribuito a creare un ambiente di ricerca che rispetta la salute mentale e il benessere degli individui coinvolti, assicurando al contempo la **validità e la coerenza dei dati raccolti**.

Inoltre, è emersa la **rilevanza di definire obiettivi precisi per le attività svolte**. La chiara definizione di questi è stata identificata come una componente chiave per il successo delle iniziative proposte. Ciò contribuisce a garantire la **focalizzazione del target**, consentendo loro di partecipare in modo più significativo.

Una delle indicazioni emerse è stata l'integrazione di meccanismi di **gamification** nelle attività proposte. Questa strategia non solo rende le **attività più coinvolgenti**, ma contribuisce anche a **mantenere l'attenzione del target** senza far percepire loro un peso o una fatica nell'essere coinvolti nel progetto. L'**approccio ludico** non solo rende l'**esperienza più piacevole**, ma può anche influire **positivamente sulla qualità delle risposte** e sulla partecipazione attiva dei soggetti coinvolti.

L'analisi fotografica dei canoni estetici

La ricerca delle figure influenti

Come strumento di analisi ulteriore, per indagare le abitudini del target, è stata effettuata una **ricerca fotografica**. Questa ha avuto l'obiettivo di **individuare** a che livello gli adolescenti siano **condizionati dalle immagini che vedono sui social** e soprattutto dalle persone, per la maggior parte della loro età, ma non solo, che ritengono **Influencer**, ovvero coloro che condividono costantemente la loro vita, le loro abitudini, le loro ricchezze, online.

Gli adolescenti sono a diretto contatto con questi personaggi sui social, addirittura capita loro di conoscerli di persona. Questo li porta a **vederli quasi come delle "divinità"**, dei modelli di vita. Il nostro studio mette in luce soprattutto le **caratteristiche estetiche** che vengono

inseguiti dagli adolescenti, ma essi sono molto condizionati anche dagli sfarzi che gli Influencer mostrano: questo porta il target a sostenere di **non avere mai abbastanza**, provocando **sentimenti di inferiorità costanti**.

L'analisi è partita dall'individuazione delle **persone ritenute più influenti al giorno d'oggi** (Nast 2019b; 2019a; Sirianni 2023); successivamente, nella piattaforma **Pinterest**, sono state **cercate foto di queste persone**.

100 personaggi influenti 2023:

- Bella Hadid
- Doja Cat
- Drew Barrimore
- Austin Buttler
- Kaia Gerber
- Lea Michele
- Zendaya
- Kim Kardashian
- Giulia De Lellis
- Johnny Depp
- Shakira
- Angelina Jolie
- Jennifer Aniston
- Influencer del target:
- Elisa Maino
- Luciano Spinelli
- Marta Losito
- Jenny De Nucci
- Lisa Luchetta
- Valentina Cabassi
- Marco Cellucci
- Ludovica Bizzaglia
- Ludovica Olgiati
- Valeria Vedovatti
- Matteo Markus Bok
- Matteo Robert

Le **categorie** individuate contengono prevalentemente **elementi estetici**, ma in generale le caratteristiche di una foto. Di seguito l'elenco di queste.

Categorie Influencer:

- Capelli
- Trucco
- Forma faccia
- Selfie
- Pose faccia
- Trend vestiti
- Pose
- Naso
- Labbra
- Accessori
- Nudo
- Pose mani
- Ambientazione
- Illuminazione
- Forma fisica

In seguito alla **clusterizzazione**, sono state sottoposte alla ricerca Pinterest parte delle stesse categorie individuate **aggiungendo però alla fine del prompt le parole "adolescenti", "adolescenti 2023" oppure "perfetto/a"**, come mostrato in seguito.

Categorie adolescenti:

- "Trend capelli adolescenti"
- "Trend trucco adolescenti"
- "Pose faccia adolescenti"
- "Selfie belli adolescenti 2023"
- "Pose facciali belle 2023"
- "Trend moda adolescenti 2023"
- "Pose Instagram"
- "Viso perfetto"
- "Forma perfetta naso"

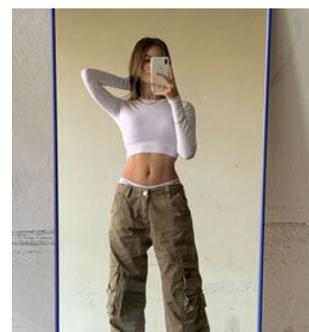
I confronti di Pinterest

<https://www.pinterest.it/valemsocial/analisi-fotografica/>

Questa analisi ha permesso di evidenziare la **somiglianza** tra le foto degli adolescenti e quelle degli Influencer. Ciò dimostra come il **condizionamento** sia **elevato**, i ragazzi non puntino più ad avere una propria personalità, ma nella maggior parte dei casi ad **assomigliare ad un ideale perfetto** che si creano nella loro mente a causa dei social.

Di seguito la **comparazione visiva** tra categorie influencer (prima e terza colonna) e categorie adolescenti (seconda e quarta colonna).

Trend vestiti - "Trend moda adolescenti 2023"



Forma faccia - "Viso perfetto"



Pose - "Pose Instagram"



Capelli - "Trend capelli adolescenti"



Naso - "Forma perfetta naso"



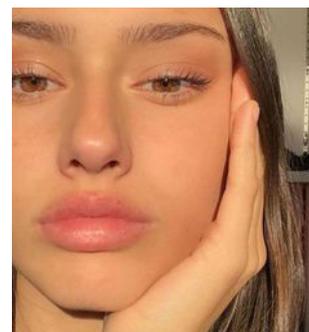
Pose faccia - "Pose faccia adolescenti/Pose facciali belle 2023"



Selfie - "Selfie belli adolescenti 2023"



Trucco - "Trend trucco adolescenti"



I profili personas

Nel contesto della presente ricerca, è stato adottato un **approccio focalizzato sull'utente** attraverso la creazione di **profili personas** al fine di comprendere a fondo le **esigenze e le aspettative del target di riferimento**, ossia gli adolescenti.

Le personas, **rappresentazioni semi-fittizie** di utenti ideali, sono state sviluppate **a partire dai dati statistici raccolti tramite il questionario** dedicato all'indagine del target. Per le categorie con maggior numero di risposte e più vicine alla tematica trattata è stato **indagato** il numero di risposte **in base al genere sessuale** segnalato dai ragazzi e di queste quanti avessero risposto **"Sì"** alla domanda 4.1 "Se ti guardi allo specchio ti piaci" e quanti **"No"** (considerando i "Più sì che no" nella categoria "Sì" e i "Più no che sì" in quella dei "No").

Social

"Distanza sociale"

- **46 femmine:** 20 no, **26 sì**
- 29 maschi: 9 no, *20 sì*
- 2 "no binary": 2 no
- 1 "bella domanda": 1 no

"Maschera sociale"

- **14 femmine:** **8 no**, 6 sì
- 7 maschi: 3 no, *4 sì*
- 1 "no binary": 1 no
- 1 "punk": 1 no

"Accorciamento distanza per interazione"

- 34 femmine: *18 no*, 16 sì
- **37 maschi:** 8 no, **29 sì**
- 1 genderfluid: 1 no
- 2 "no binary": 2 no
- 1 "punk": 1 no

"Sicurezza nei social"

- **13 femmine:** 6 no, **7 sì**
- 3 maschi: 1 no, *2 sì*

- 1 bisex: 1 no

"Influenza dei social"

- **15 femmine:** 5 no, **10 sì**
- 12 maschi: 2 no, **10 sì**

Specchio

"Mostrare imperfezioni"

- **7 femmine:** **6 no**, 1 sì

"Senso di inferiorità"

- **11 femmine:** **8 no**, 3 sì
- 4 maschi: *4 no*

"Alienazione dalla realtà"

- **3 femmine:** 2 no, 1 sì

"Disagio per confronto"

- **20 femmine:** **15 no**, 5 sì
- 5 maschi: *5 no*

"Poca autostima"

- **25 femmine:** **17 no**, 8 sì
- 5 maschi: *4 no*, 1 sì
- 1 "no binary": 1 no

"Rispetto per il proprio corpo"

- **41 femmine:** **41 sì**
- 28 maschi: *28 sì*

"Disagio per il proprio corpo"

- **39 femmine:** **33 no**, 6 sì
- 23 maschi: *16 no*, 7 sì
- 3 "no binary": 3 no
- 1 genderfluid: 1 no

Si noti che i dati evidenziati mostrano la **maggioranza** di ogni categoria in termini di genere e pensiero di questo. Tali dati ci hanno consentito di definire **tre distinte personas**, ciascuna delle quali **rappresenta le peculiarità demografiche, comportamentali e motivazionali riscontrate**.

Per rendere queste figure più tangibili e accessibili, sono stati creati **collage visivi** che catturano non solo le **caratteristiche fisiche**, ma anche gli **elementi distintivi della personalità** di ciascuna personas. Questo approccio non solo fornisce un contesto visivo per la comprensione delle personas, ma amplifica anche l'**empatia** nei confronti degli utenti rappresentati. Tale pratica mira a fornire un substrato umano alla

progettazione, sottolineando l'importanza di connettersi in modo autentico con il pubblico bersaglio durante il processo creativo.

La creazione delle personas ci ha permesso di avere sempre ben in mente il target di riferimento e le sue caratteristiche molto specifiche. Grazie a ciò è stato creato un **workshop su misura per loro**, il quale **tocca i punti deboli** degli adolescenti **senza intaccarli in modo traumatico**, ma al contrario lavorando in modo **costruttivo** su essi e facendo capire loro che non tutte le cose che credono essere fondamentali nella vita in realtà lo sono.

Sofia (17 anni - Studentessa - Asti)

Biografia

Sofia è una **ragazza alla moda** con capelli castani, occhi verdi e gioielli unici. **Accetta le sue imperfezioni e valorizza le sue caratteristiche uniche**, è sicura e aperta, dedica tempo a Instagram e progetti creativi online. È consapevole degli effetti negativi dei social media, **critica la distanza sociale e gli standard di bellezza idealizzati** presenti su questi, ma crede che se usati correttamente possano connettere e ispirare. Promuove un corpo positivo e la genuinità online, riconoscendo **l'importanza di un uso sano dei social media**.

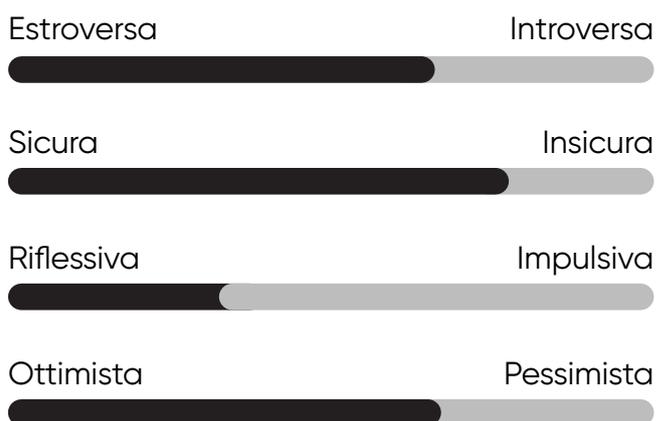
Obiettivi

Vuole **esplorare nuove espressioni di stile** per ampliare la sua espressione creativa attraverso l'immagine personale. Le piacerebbe **espandere la partecipazione a progetti creativi online**. Desidera attivarsi per **connettersi offline con amici e familiari**, promuovendo interazioni faccia a faccia per bilanciare la distanza sociale generata dall'uso dei social media.

Frustrazioni

A Sofia capita di sentirsi **oppressa dalle aspettative irrealistiche di bellezza promosse dai social media**. A Sofia **dispiace** che le persone preferiscano **comunicare attraverso schermi** piuttosto che instaurare connessioni più autentiche e dirette. La consapevolezza degli **effetti negativi dell'uso eccessivo dei social media** genera in Sofia una dualità interna.

Personalità



Caratteristiche



Capelli sempre perfetti
Estroversa e perfezionista

Sguardo seducente e trucco perfetto
Sicura di sé

Collana particolare
Personalità unica con l'intento di distinguersi

Fisico allenato
Genuina e focalizzata a condurre uno stile di vita sano

Borsa particolare
Personalità unica con l'intento di distinguersi

Scarpe tenute a nuovo
Sempre aggiornata sulle nuove tendenze di moda



Alessia

(15 anni - Studentessa - Asti)

Biografia

Alessia, bassa e **insicura del suo corpo**, si nasconde dietro abiti larghi e trascorre tempo isolata. Timida e riservata, trova **conforto nei social media**, dove però **prima di pubblicare foto le ritocca** sempre. Segue influencer idealizzati, contribuendo alla sua insicurezza. I social media sono un rifugio, ma è consapevole che **la sua immagine online non riflette chi è**. Fortemente influenzata dalle dinamiche sociali, **lotta con standard di bellezza irrealistici**, compromettendo la sua autostima e ottenendo una **percezione distorta del corpo**.

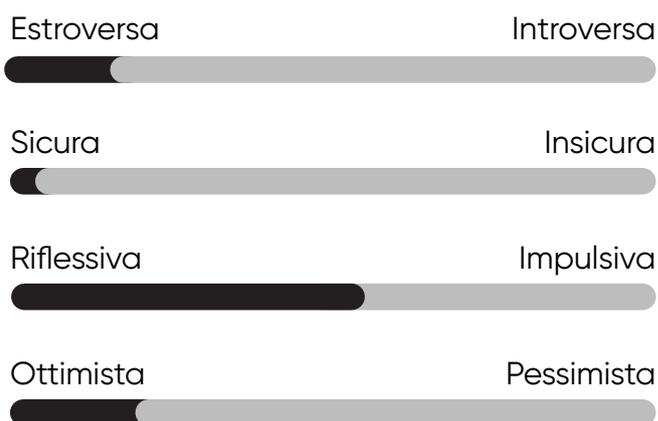
Obiettivi

Lavorare su una **prospettiva più positiva del proprio corpo** e della propria immagine. Gradualmente, cercare di **partecipare a situazioni sociali** in cui Alessia possa sentirsi più a suo agio, abbassando le barriere sociali. Alessia vuole provare a dedicarsi a passioni e **attività che vanno al di là del mondo online**.

Frustrazioni

Alessia è frustrata dall'**incapacità di accettare il suo corpo e la sua immagine**. Alessia sperimenta una frustrazione interna poiché è consapevole che **l'immagine che proietta online non riflette chi è**. Alessia si sente **inferiore rispetto alle immagini idealizzate** che vede sui social media.

Personalità



Caratteristiche





Telefono davanti alla faccia
Timida che trova conforto nei social media



Postura chiusa
Insicura

Felpa larga
Insicura per il proprio corpo



Pantaloni larghi
Insicura per il proprio corpo



Marco

(16 anni - Studente - Asti)

Biografia

Marco è un ragazzo di media statura, con capelli castani sempre spettinati, è **atletico** e ha la passione per il fitness e lo sport, indossa spesso abbigliamento sportivo che evidenzia il suo fisico. Dedica tempo all'allenamento e gioca a calcio. Condivide sui social media i suoi progressi fisici, mantenendo un **atteggiamento ambizioso ma realistico** verso il suo aspetto fisico. Consapevole degli standard irrealistici online, utilizza i social media come **fonte di ispirazione** per connettersi positivamente con gli altri e **ridurre le distanze sociali**.

Obiettivi

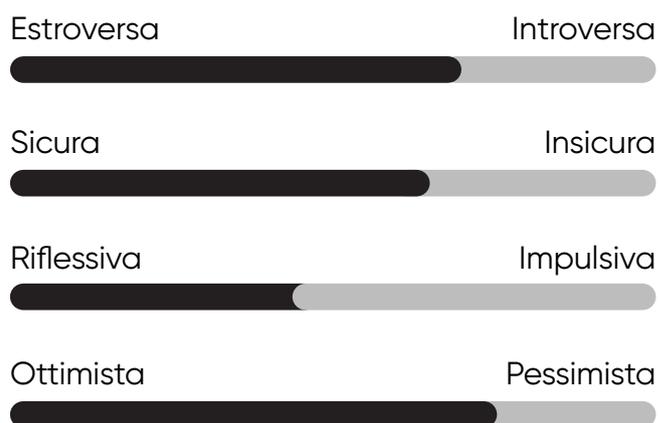
Marco vuole definire obiettivi specifici per **aumentare ulteriormente la sua forza**. Marco vorrebbe cercare **nuovi sport o attività fisiche** al di fuori del fitness e del calcio. Marco vuole impegnarsi a condividere sui social media **messaggi positivi sulla percezione del corpo** e l'autenticità.

Frustrazioni

Nonostante il suo impegno in palestra, Marco a volte è deluso poiché percepisce che **non riesce ad essere la versione migliore di sé**.

A Marco capita di sentirsi colpito dalla **pressione implicita** degli standard di bellezza irrealistici presenti sui social media.

Personalità

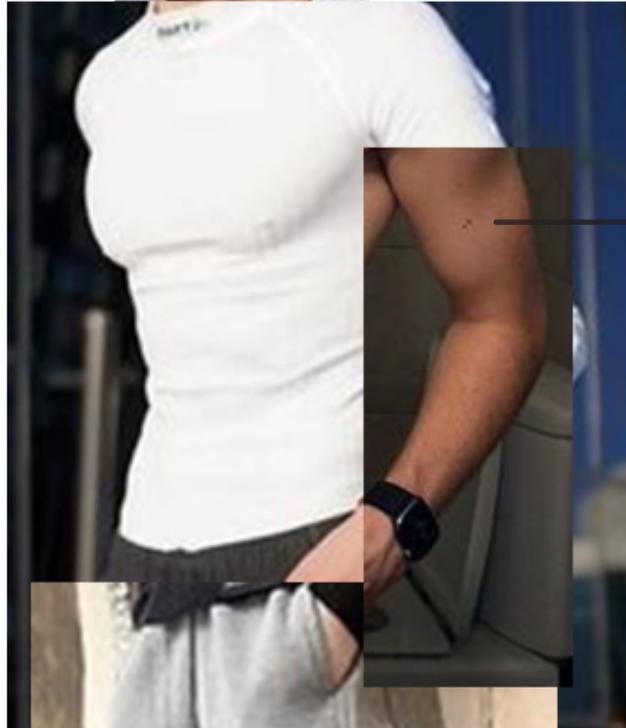


Caratteristiche





Capelli spettinati
Spensierato



Fisico palestrato
*Sicuro di sè e
ambizioso*



Abbigliamento sportivo
*Stile atletico e
determinato*



Il concept del progetto



<https://www.bing.com/images/create>

Si vogliono coinvolgere gli **studenti del Liceo Statale Scientifico F. Vercelli** della città di **Asti** in un workshop che parta dalla **decostruzione del concetto di bello** e porti alla luce la **futilità dei canoni estetici**, presentati sui social, che molte volte assecondano la creazione di una versione della persona slegata dalla realtà.

Si vuole partire dall'**analisi in gruppo** di

un pacchetto di **foto** caricate dai ragazzi che secondo loro rappresentano diverse **tipologie di Bello**.

Successivamente, attraverso un'**attività fotografica a coppie**, si vuole mettere in luce il confronto tra il **Bello estetico** che ognuno pensa di avere e la **Bellezza interiore** che le altre persone vedono in noi grazie alle nostre caratteristiche uniche.

IL WORKSHOP

Il messaggio
da trasmettere

Si lavora sulla **decostruzione del concetto di Bello** in relazione alle persone e quindi sulla capacità di **usare l'immagine per raccontare gli altri e sé stessi in maniera non banale**.

Il workshop proposto mira a esplorare in profondità la nozione di Bello, **spingendosi oltre gli stereotipi convenzionali** e le rappresentazioni superficiali. Invece di accettare senza giudizio le norme sociali predefinite dei canoni estetici, è necessario **impegnarsi attivamente nella decostruzione di tali ideali**, analizzando come le percezioni del bello siano influenzate da fattori culturali, sociali e individuali.

Attraverso l'utilizzo dell'immagine come veicolo espressivo, il workshop incoraggia i partecipanti a **esplorare la propria identità** e a raccontare la propria storia in modi autentici e non convenzionali. Mettendo in discussione le convenzioni estetiche, il focus è la **scoperta di nuovi modi per comunicare la bellezza**, basati sulla diversità, sull'autenticità e sull'inclusività.

Durante le attività proposte, i partecipanti saranno guidati nel **superare gli stereotipi** visivi comuni e ad abbracciare la

ricchezza delle differenze individuali. Sarà un'opportunità per esplorare le molteplici **sfaccettature della Bellezza**, riconoscendo che essa può manifestarsi in modi unici e personali. L'obiettivo non è solo quello di sfidare i canoni tradizionali di estetica, ma anche di **promuovere una riflessione critica sulla percezione di sé e degli altri** attraverso l'immagine.

Il workshop si propone di aprire uno **spazio di dialogo e di condivisione**, in cui ciascun partecipante può esprimere la **propria visione della Bellezza** senza timori o giudizi. L'esperienza mira a coltivare una consapevolezza più profonda della diversità umana e a celebrare la bellezza in tutte le sue forme autentiche e non convenzionali.

L'identità visiva

L'identità visiva del nostro progetto si delinea come un **intricato dialogo tra il Bello estetico e la Bellezza interiore**. La scelta dei **caratteri tipografici** svolge un ruolo chiave in questa rappresentazione, con il font "**Rosela**" che emerge come un **inno alla bellezza interiore**, varia e **non sempre uniforme**, mentre il font "**Gilroy**" assume il ruolo di elegante messaggero del **Bello estetico**, presentando **testi chiari** e leggibili.

La nostra **palette cromatica**, concepita con uno stile minimal, si ispira direttamente agli elementi salienti del progetto. Tra i colori selezionati, spicca il vibrante "**Marrs Green**", acclamato come il **colore considerato più bello al mondo** (Printered, 2017). Questa scelta non è casuale; il Marrs Green non è solo uno splendido richiamo visivo, ma incarna anche l'essenza stessa della Bellezza che si manifesta attraverso l'armonia e l'equilibrio.

Il **tone of voice** del progetto è intriso di **leggerezza e giocosità**, creato su misura **per coinvolgere il pubblico**: gli adolescenti. In considerazione del tema impegnativo che viene affrontato, è stato scelto un **approccio informale e colloquiale**.

Attraverso il linguaggio giocoso, si cerca di smorzare la serietà dell'argomento, rendendo **più accessibile e accattivante l'interazione con i contenuti**.

In questo contesto, il tone of voice diventa un alleato per instaurare un **dialogo aperto e inclusivo** con gli adolescenti. Le espressioni colloquiali, l'umorismo e l'autenticità sono gli strumenti che vengono utilizzati per rendere il tema più comprensibile senza perderne la profondità.

Unendo l'identità visiva che celebra la dualità tra estetica e interiorità con questo tone of voice, il **progetto** si presenta come un **equilibrio armonico**. Questa fusione di elementi visivi e verbali crea un **ambiente coinvolgente e stimolante** che si rivolge direttamente al cuore e alla mente del target, trasformando un tema complesso in un'esperienza avvincente e formativa.



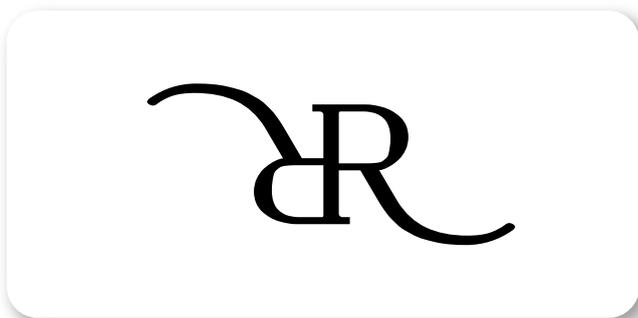
Logo primario



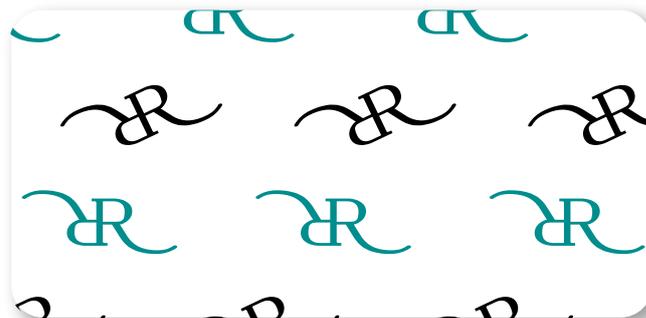
Logo secondario 1



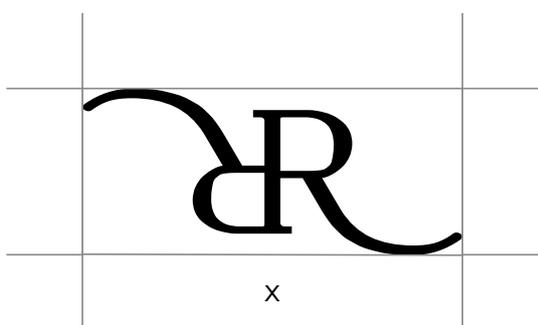
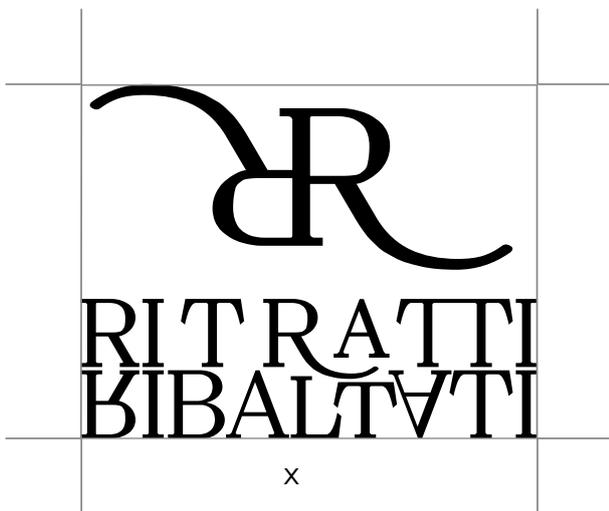
Logo secondario 2



Pittogramma



Pattern



Partendo dall'obiettivo del progetto, secondo il quale bisognerebbe **decostruire il concetto di Bello** per ottenere quello della Bellezza attraverso una attività fotografica con dei ritratti di persone, nella costruzione dell'identità visiva come anche del **nome del progetto** si è voluto **sottolineare questa trasformazione**, questo **ribaltamento del Bello**.

Da qui nasce "Ritratti Ribaltati" che a livello visivo gioca sulla **ripetizione della lettera R** e sul fatto di **specchiare** questa.

Nel pittogramma infatti sono presenti due lettere **R unite a formare il simbolo**, ripetuto poi nel patter.

Marss Green

R 0 G 140 B 140

C 100 M 0 Y 0 K 45

HEX #008C8C

Bianco

R 255 G 255 B 255

C 0 M 0 Y 0 K 0

HEX #FFFFFF

Nero

R 0 G 0 B 0

C 100 M 100 Y 100 K 100

HEX #000000

Titolo
Titolo capitolo
Titolo paragrafo

Testo

Gli obiettivi individuati

Il workshop è concepito con l'obiettivo primario di **stimolare la formazione di un pensiero critico** e consapevole riguardo alle dinamiche connesse ai canoni estetici. Al centro di questo obiettivo vi è la volontà di sviluppare la capacità degli studenti di **analizzare in modo riflessivo le convenzioni culturali** legate al Bello, incoraggiando una comprensione approfondita delle influenze sociali e culturali. Questo processo mira a favorire la costruzione di una prospettiva personale informata, fornendo agli studenti gli **strumenti necessari per discernere tra norme predefinite e preferenze individuali** nell'apprezzamento estetico.

In parallelo si prevede di sviluppare la capacità di **rappresentare autenticamente una persona attraverso un ritratto fotografico**, andando oltre l'apparenza esteriore. L'obiettivo è **catturare la vera essenza dell'individuo**, evidenziando la sua personalità, emozioni e autenticità. Questo aspetto del workshop mira a spingere gli studenti a esplorare le profondità della propria identità e a comunicare in modo genuino attraverso l'arte fotografica.

Un altro importante obiettivo è **l'avvicinamento a una maggiore sensibilità verso i pregi e i difetti di ciascun individuo**, con l'esplicito intento di **valorizzare entrambi**. Si mira a promuovere un apprezzamento autentico delle peculiarità di ogni persona, incoraggiando un'approfondita comprensione e accettazione delle sfaccettature uniche che contribuiscono alla ricchezza e diversità dell'esperienza umana. In questo modo, il workshop si propone di fungere da **catalizzatore per una maggiore consapevolezza e accettazione delle diversità individuali**, contribuendo così a costruire una comunità più inclusiva e rispettosa delle differenze.

Le fasi del workshop

Queste fasi sono progettate per guidare i partecipanti in un **percorso di esplorazione personale e collettiva**, sottolineando la ricchezza della diversità e il concetto più profondo di bellezza.

Icebreaker

10 minuti

Cominciamo il nostro workshop con una fase di **icebreak**, un'opportunità per rompere le barriere e **instaurare un'atmosfera accogliente**. La domanda iniziale posta ai partecipanti è intrigante: **"Vi siete mai fatti un selfie?"**.

La loro risposta non solo dà il via ma diventa la chiave per la successiva attività. Segue la richiesta immediata di **farsi un selfie sul momento**.

Dopo questo primo momento, anche creato per consentire ai ragazzi di staccare dalla routine scolastica, l'intenzione è di **presentare il progetto e noi stesse**.

Formazione delle Coppie

5 minuti

Viene chiesto ai ragazzi di **pescare ciascuno un bigliettino** con un numero da 1 a 13 da una ciotola. Si formano **coppie** con chi ha pescato lo stesso numero.

La lavagna del Bello

30 minuti

I partecipanti vengono indirizzati a una **lavagna Canva** tramite QR code. Devono caricare **due foto a testa** che rappresentino **qualcuno o qualcosa di bello** secondo loro.

Segue una **discussione guidata** per riflettere sulle scelte, individuare tratti comuni e comprendere le motivazioni dietro le immagini.

Gioco Fotografico a Coppie

30 minuti

Viene chiesto ai ragazzi di scattarsi **due foto per persona**, dividendosi nelle **coppie** formate in precedenza, secondo la logica riportata di seguito.

Nel momento 1 il soggetto **A** è **fotografato** e il soggetto **B** è il **fotografo**. Per la **foto 1** il soggetto **A decide** come farsi fotografare dal soggetto B, dovendo risultare la **versione migliore e più bella di sé stesso**; per la **foto 2** il soggetto **B decide** come impostare la foto, in modo tale da rappresentare il soggetto A attraverso una **sua caratteristica unica o una particolarità del suo carattere**.

Nel momento 2 il soggetto **A** diventa il **fotografo** e il soggetto **B** è **fotografato**. Il **meccanismo** per scattare le nuove foto 1 e 2 rimane però **uguale ma a ruoli invertiti**.

Alla fine del tempo lasciato a disposizione viene chiesto ai ragazzi di **caricare** il proprio selfie iniziale, la propria foto 1 e la propria foto 2 su una **nuova lavagna Canva**, impostata con un riquadro per coppia all'interno del quale è presente il tritico di foto per ogni componente della coppia.

La lavagna dei tritici

25 minuti

Inizia una fase di **discussione più approfondita**, dove i partecipanti analizzano le **motivazioni** dietro le foto appena caricate. Emergono **tratti comuni e differenze**, permettendo di riflettere sui canoni estetici eventualmente seguiti.

Si arriva così a delineare la **differenza tra "Bello" e "Bellezza"**, comprendendo che il "Bello" è legato all'estetica visiva, mentre la "Bellezza" abbraccia una percezione multisensoriale, evidenziando le caratteristiche uniche di ciascun individuo.

L'attuazione del workshop pilota

I dettagli tecnici dell'attuazione

Il workshop pilota che abbiamo condotto presso il Liceo Scientifico Statale F. Vercelli di Asti è stato il risultato di un **processo di pianificazione e coordinamento** attento e mirato. Un mese prima dell'attuazione, abbiamo contattato la **professoressa Donatella Giordano**, vicepresidente della scuola, per presentare l'idea del workshop, il suo messaggio principale e gli obiettivi che intendevamo perseguire. La professoressa ha accolto con entusiasmo la nostra proposta e ha **ottenuto l'approvazione della dirigente scolastica**.

Inizialmente avevamo programmato di svolgere il workshop durante i giorni di autogestione, ma, in accordo con la professoressa, abbiamo deciso di integrarlo nell'orario scolastico durante le **ore di orientamento obbligatorie per gli studenti del triennio**. La decisione di coinvolgere la **classe 3SA**, composta da 26 alunni e iscritta all'**indirizzo Scientifico Scienze Applicate Cambridge**, è stata concordata con la dirigente scolastica.

Prima dell'attuazione, sia il liceo che l'università hanno consigliato di ottenere il **consenso dei genitori degli studenti per il trattamento delle immagini, audio e video**. Di conseguenza, abbiamo fatto compilare e firmare una liberatoria ai genitori dei ragazzi della classe coinvolta, **garantendo la riservatezza dei materiali**.

Il giorno precedente al workshop abbiamo ricevuto la comunicazione che avremmo svolto l'attività nell'aula di lezione. Questo si è svolto il **1° febbraio**, durante le ultime due ore della mattinata, **dalle 12:00 alle 13:40**.

Per prepararci al meglio, abbiamo **organizzato materiali e strategie**. Abbiamo creato **13 coppie di bigliettini numerati**, due **lavagne Canva** per le attività principali e una **presentazione completa** per guidare l'intero workshop. Particolare attenzione è stata dedicata all'introduzione e alla conclusione, due momenti cruciali per coinvolgere gli studenti e trarre conclusioni significative dall'esperienza condivisa.

Durante il workshop abbiamo registrato noi stesse con una **GoPro**. Inoltre, abbiamo posizionato uno strumento di registrazione audio in mezzo alla classe per catturare l'audio in modo completo e chiaro, garantendo un'esperienza di alta qualità per tutti i partecipanti.

Le nostre aspettative

L'approccio al workshop pilota è stato caratterizzato da una **serie di aspettative e considerazioni** che hanno contribuito a plasmare le nostre prospettive e sentimenti prima dell'attuazione.

La discussione preliminare con la professoressa Giordano ci ha fornito una **visione ottimistica della classe coinvolta**. Le sue rassicurazioni sul coinvolgimento attivo degli studenti ci hanno infuso fiducia nell'esito positivo dell'evento.

Tuttavia, le nostre aspettative erano accompagnate da interrogativi e timori su alcuni prerequisiti chiave. Prevedevamo che **gli studenti avessero un legame significativo con i social media**. Inoltre, ci aspettavamo che **alcuni potessero essere riluttanti a fotografarsi o a farsi fotografare**, e che **altri potessero manifestare disinteresse o poco rispetto** verso l'attività proposta.

Prima dell'esecuzione del workshop, abbiamo vissuto una gamma di emozioni contrastanti.

Da un lato, abbiamo sperimentato **ansia nel confrontarci con il ruolo di "professori"**, consapevoli della responsabilità e della necessità di creare un ambiente accogliente e stimolante. Dall'altro lato, abbiamo apprezzato il **senso di controllo e autorità nel guidare l'esperienza formativa**. Avevamo anche delle preoccupazioni legate alla gestione dei momenti di stasi e alla chiarezza nella comunicazione del messaggio principale del progetto.

In definitiva, le nostre aspettative erano accompagnate da una combinazione di fiducia nel coinvolgimento degli studenti e preoccupazioni legate alla gestione pratica e comunicativa dell'evento.

Il primo feedback dei ragazzi

Il primo feedback dei ragazzi all'inizio del workshop ha rivelato una serie di aspetti interessanti riguardanti le loro aspettative e percezioni rispetto all'esperienza che stavamo per condurre.

Inizialmente, gli studenti **si aspettavano un'esperienza più formale**, probabilmente

influenzati dalla consueta struttura delle lezioni e degli incontri scolastici. Inoltre, la presenza iniziale della professoressa per assistere alla presentazione ha contribuito a consolidare questa prima impressione.

Una volta che la professoressa ha lasciato la classe, abbiamo notato un cambiamento

significativo nell'atmosfera. L'uscita della figura di autorità ha creato uno **spazio più informale e rilassato**, consentendo agli studenti di **sentirsi più a loro agio e aperti alla partecipazione**. L'invito a **sgomberare i banchi dal materiale scolastico** ha aggiunto un elemento di giocosità e libertà, incoraggiando una mentalità più aperta e collaborativa da parte loro.

Questo primo feedback ha evidenziato la **necessità di creare un ambiente accogliente e informale per favorire l'interazione e l'engagement degli studenti**. L'esperienza ha dimostrato l'importanza di adattare il nostro approccio per rispondere alle aspettative e alle dinamiche specifiche della classe, garantendo così un'esperienza più significativa e coinvolgente per tutti.

La fase di icebreaker (Durata 10 minuti)

La **fase di icebreaker** ha rappresentato un momento chiave per creare un ambiente confortevole e partecipativo per gli studenti.

Inizialmente, abbiamo notato che i ragazzi si erano vestiti eleganti quel giorno per la foto di classe. Approfittando di questa circostanza, abbiamo immediatamente chiesto conferma a loro, cercando di instaurare un rapporto informale fin dall'inizio.

Tuttavia, la nostra intenzione di avviare l'icebreaker con la domanda retorica **"Vi siete mai fatti un selfie?"** è stata **compromessa** dalla professoressa, che ha insistito affinché ci **presentassimo prima e parlassimo della nostra facoltà universitaria** e del workshop che avremmo condotto, mentre era presente.

Una volta che la professoressa è uscita e i ragazzi sono stati invitati a sgombrare i banchi, abbiamo finalmente posto la **domanda retorica sul selfie**. Questo ha portato i ragazzi a **farsene uno seduti ai loro banchi**, mostrando **reazioni attive e variegata**: alcuni hanno fatto un solo scatto, altri si sono sistemati prima, mentre altri hanno fatto più foto per scegliere la migliore. Questa attività ci ha permesso di **comprendere meglio le dinamiche della classe**, individuando le persone più carismatiche, quelle più timide e coloro che potevamo prendere come punti di riferimento per il coordinamento del gruppo. Abbiamo chiesto loro di **conservare il selfie** per un'attività successiva.

In seguito, abbiamo chiesto se fossero stati coinvolti nel questionario da noi diffuso mesi prima riguardante le abitudini del target studiato e cosa pensassero dei social media. Questo ci ha permesso di **introdurre il progetto e il workshop** che avremmo condotto, spiegando loro che erano stati sviluppati a partire dalle risposte che avevano fornito tempo addietro.

Infine, abbiamo invitato gli studenti a **pescare dei bigliettini** numerati da una

ciotola **per formare delle coppie**. A causa dell'assenza di due studenti e di una persona che non aveva fornito il consenso per partecipare, siamo riuscite a formare **10 coppie e un trio**.

La lavagna del Bello (Durata 15 minuti)

Una panoramica sull'attività

I ragazzi sono stati invitati ad avvicinarsi alla lavagna dove abbiamo proiettato il qr code che li avrebbe collegati alla **lavagna Canva apposita**. Sono stati poi invitati in 5 minuti a caricare **due foto a testa** che rappresentassero **qualcuno o qualcosa che loro ritenevano Bello**.

Alcuni ragazzi hanno chiesto chiarimenti su come si dovesse fare per procedere al caricamento. Per agevolare la discussione, una di noi ha **organizzato le foto per macroargomenti**, mentre l'altra ha guidato il momento di analisi e discussione. Durante questo processo, abbiamo **esaminato le foto** caricate per comprendere il loro concetto di Bello.

Il feedback dei ragazzi

Come prima cosa, si è evidenziato che molti avessero caricato foto di gattini, tutti o quasi non appartenenti agli studenti; le foto sono state quindi **scelte per una questione di bello estetico** individuato in **qualcosa di esterno**, che non appartiene loro. **Solo una ragazza** ha caricato i propri gatti arrivando così a ragionare che la propria scelta è stata **guidata anche da un sentimento**, da un legame che aveva con loro; *"Sembrano innamorati"*, ha detto.

È stata poi analizzata una **foto di una ragazza**, caricata da uno studente. Ha motivato la scelta dicendo: *"Perchè trovo che abbia dei bei lineamenti, si veste bene e mi piacciono i suoi colori, i capelli, gli*

occhi". Si è capito, quindi, che lui avesse scelto secondo un **criterio estetico**.

Oltre a foto di persone sono stati caricati **panorami, edifici e luoghi**. Tra queste ha spiccato la foto di una **aurora boreale**, oggettivamente bella, caricata da un ragazzo; *"No non l'ho mai vista, [...] (l'ho caricata per) penso il desiderio di vederla dal vivo perchè è uno spettacolo"* ha detto.

In contrasto con la direzione presa dalla maggior parte, solo un ragazzo ha caricato la **foto della sorella**, persona con cui ha un **legame**.

Come ultima osservazione è ironizzato su oggetti sempre però legati al Bello estetico.

Le nostre riflessioni

Questo momento di condivisione è stato preso **più alla leggera e ironicamente rispetto a quanto ci aspettavamo**.

Nonostante questo, ha permesso ai ragazzi di **aprirsi e sciogliersi** creando un dialogo più sincero con noi. Per questo motivo si può riconoscere di **più in questa attività il momento di rompighiaccio rispetto allo stesso precedentemente analizzato**.

Abbiamo notato, anche discutendone con i ragazzi stessi, che nella maggior parte dei casi sono state caricate delle foto che rappresentano il **bello estetico soprattutto non presente nella loro quotidianità**, con cui loro non hanno un rapporto.

Nessuno dei ragazzi in più ha inserito elementi o persone **per cui provano invidia, solo ammirazione**. Per esempio un ragazzo

ha caricato un tiktokker dicendo: *"Se trovo un tiktokker che faccia qualcosa di interessante, magari mi organizzo per replicarlo"*.

Solo il ragazzo che ha caricato la foto della sorella e la ragazza della foto dei gatti hanno pensato di coinvolgere anche i sentimenti nella scelta di qualcosa o qualcuno che ritenevano bello.



Il gioco fotografico

(Durata 45 minuti)

Dopo aver discusso il concetto del bello sulla prima lavagna, abbiamo introdotto in una **quindicina di minuti** il gioco fotografico a coppie spiegando ai ragazzi i **passaggi necessari** per portarlo a termine con successo. Per rendere l'attività più comprensibile, abbiamo fornito loro un **esempio pratico** utilizzando noi stesse come modello. Questo approccio ha consentito loro di **visualizzare con chiarezza ciò che ci si aspettava**, facilitando l'esecuzione dell'attività.

Abbiamo **illustrato il processo** in due fasi: nel momento 1, il soggetto A viene fotografato mentre il soggetto B agisce da fotografo. Per la Foto 1, il soggetto A guiderà l'inquadratura per presentarsi nella sua miglior luce, mentre per la Foto 2, il soggetto B cercherà di catturare una caratteristica unica o particolare del soggetto A. Nel momento 2, i ruoli si invertono, consentendo al soggetto B di essere fotografato e al soggetto A di scattare le foto con lo stesso criterio di prima.

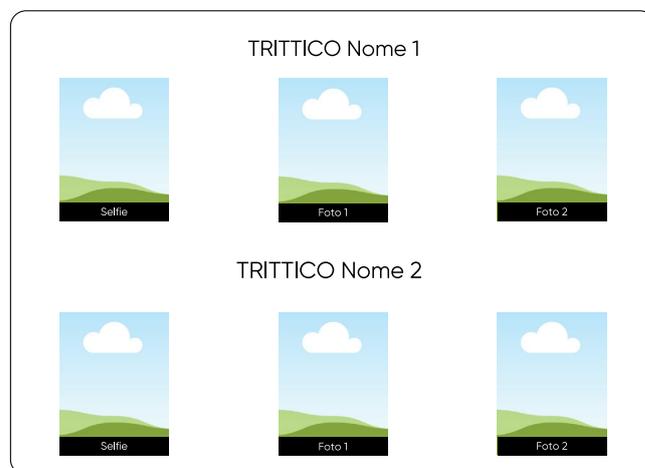
I ragazzi sono stati poi **istruiti su come caricare le foto** appena scattate sugli schemi predisposti di una **nuova lavagna Canva**. Ogni partecipante doveva inserire le proprie tre foto (selfie, foto 1 e foto 2) su un trittico dedicato, seguendo le istruzioni fornite.

Per raggiungere questa nuova lavagna abbiamo fornito loro un **QR code da scannerizzare**; le foto dovevano essere **caricate entro la mezz'ora lasciata per l'attività**. Questa scadenza è stata stabilita anche per garantire la fluidità delle attività e prevenire eventuali tempi morti.

Prima di avviare il timer, abbiamo ribadito l'importanza di un **comportamento adeguato nei corridoi** della scuola e imposto il limite di **non uscire dalla struttura** per raggiungere il giardino della stessa, come richiesto dalla Professoressa Giordano.

Una volta divisi nelle coppie create all'inizio del workshop, abbiamo dato il via all'attività. Abbiamo notato che tutti i ragazzi si sono **impegnati nel compito assegnato**, evitando distrazioni e mantenendo un **atteggiamento propositivo e fiducioso** verso il percorso proposto. Alcuni ragazzi sono tornati in classe prima, consentendoci di avviare conversazioni e riflessioni sul loro lavoro.

COPPIA 1: Nome 1 e Nome 2



La lavagna dei tritici (Durata 20 minuti)

Una panoramica sull'attività

Dopo che i ragazzi sono tornati in classe, si sono ritrovati di fronte alla nuova lavagna Canva, ricca delle foto caricate da loro stessi durante l'attività fotografica a coppie.

Abbiamo avviato la **discussione** guidando i ragazzi attraverso un'**esplorazione delle similitudini e delle differenze** presenti tra le loro foto. Questo processo è stato **strutturato in modo logico** per facilitare una riflessione condivisa. Iniziando dalle foto che si concentravano principalmente sul concetto di bello estetico, ci siamo spostate verso le foto che andavano oltre l'apparenza, includendo elementi della personalità e dell'unicità dei soggetti ritratti.

La **discussione** è stata condotta **in modo interattivo**, incoraggiando gli studenti a **condividere le proprie osservazioni** e opinioni sulle foto esposte. Questo approccio ha favorito un **dialogo aperto e inclusivo**, consentendo loro di **esplorare concetti** complessi **come la bellezza** che rende unici e la diversità delle prospettive individuali.

Il feedback dei ragazzi

Durante la discussione sulla seconda lavagna Canva, i ragazzi hanno condiviso i loro feedback sull'attività e sulle sfide incontrate durante il gioco fotografico.

Molti hanno espresso un **feedback** positivo, dichiarando di **essersi trovati bene nel complesso**. Tuttavia, hanno incontrato alcune **difficoltà nel portare a termine il compito**, soprattutto quando i compagni

di coppia non collaboravano o quando era complicato **trovare la location** più adeguata per scattare le foto. Queste sfide hanno portato i ragazzi a **scoprire angoli** della struttura **che prima non conoscevano**, rivelando nuove prospettive suggestive.

La **coppia 3** ha aperto la discussione, evidenziando la semplicità con cui hanno eseguito i selfie iniziali senza una motivazione specifica. Tuttavia, durante il gioco fotografico, hanno **utilizzato l'ambientazione per rappresentare sé stessi** e le situazioni che li coinvolgono in quel contesto, sia per motivi estetici che legati alle interazioni tra di loro.

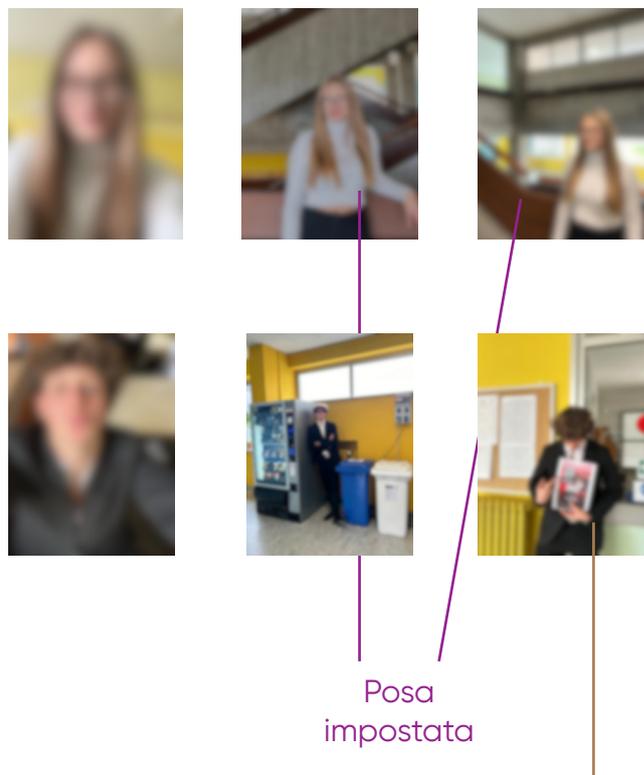
La **coppia 2**, selezionata da noi, ha focalizzato le proprie foto principalmente sugli aspetti estetici, discostandosi dal concetto più ampio di bellezza. Uno dei due, per il selfie, ha motivato la scelta di togliere gli occhiali dicendo *"perchè sto meglio"*. Hanno discusso poi della logica dietro le loro scelte, riconoscendo di aver **privilegiato tratti estetici anche nella Foto 2**, ma comprendendo successivamente che altri elementi avrebbero potuto caratterizzarli di più.

Interessante è stato poi passare ad analizzare le foto e conversare con la **coppia 7**. Le due ragazze hanno, senza pensarci, **incluso il concetto di bellezza anche nella Foto 1**, giustificando le **scelte con motivazioni personali**. *"Perchè mi piace essere misteriosa"* ha detto la prima ragazza a proposito della sua foto 1 in cui si è fatta riprendere in penombra; *"Gli occhi sono una parte che mi piace molto nelle persone, [...] i colori erano molto*

COPPIA 1

vivaci e io sono una persona molto vivace" ha spiegato la seconda a proposito del quadro davanti a cui si è fatta riprendere. Per quanto riguarda la **Foto 2**, hanno entrambe **lavorato su un tratto del carattere dell'altra**, la prima volendo rappresentare la vivacità della seconda e al contrario volendo ritrarre la timidezza della prima. Si sono accorte solo una volta viste sulla lavagna che si avevano scelto lo stesso tratto per farsi rappresentare e rappresentare l'altra.

Infine, un momento ironico ha portato alla luce alcune foto buffe scattate dai ragazzi, contribuendo a distendere l'atmosfera prima di trarre le conclusioni dalla discussione.



Posa impostata

Attività quotidiane

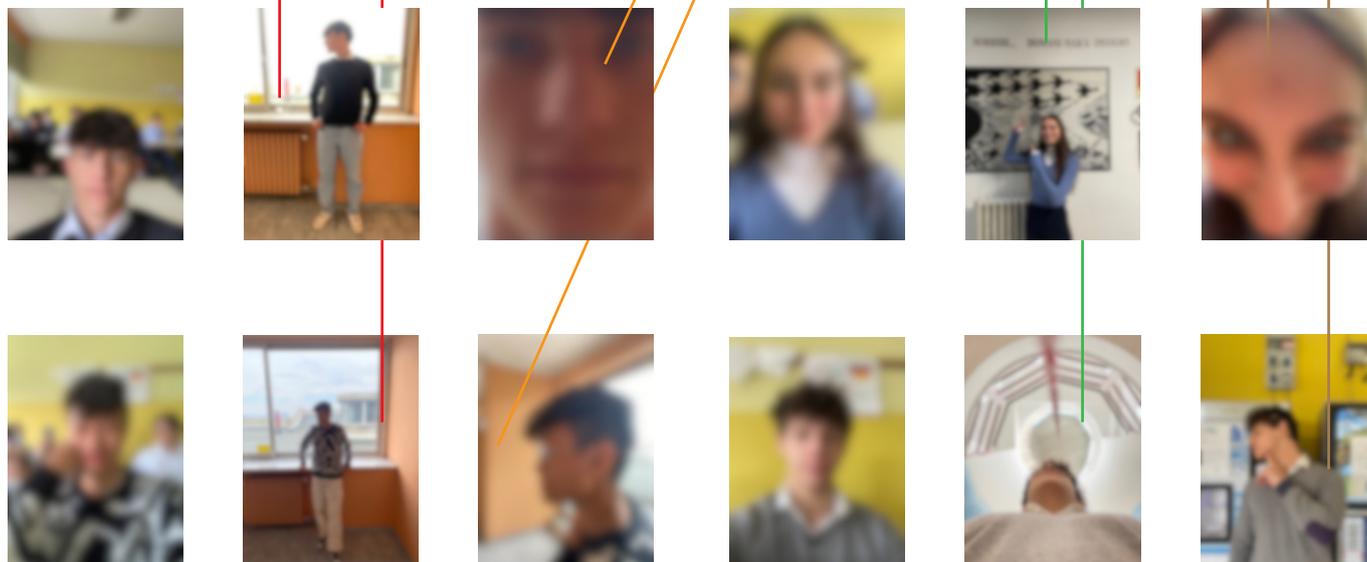
Luce e posa impostata

Dettagli fisici

Ambientazione per descrivere

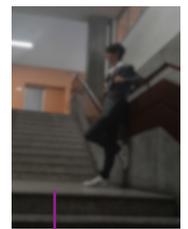
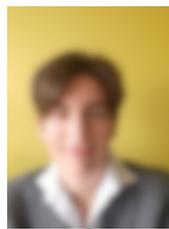
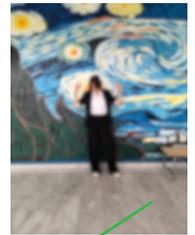
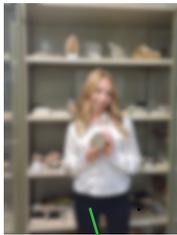
COPPIA 2

COPPIA 3



COPPIA 4

COPPIA 5



Ambientazione per descrivere

Posa imposta

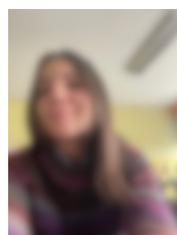
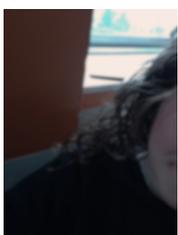
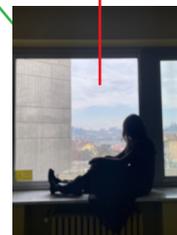
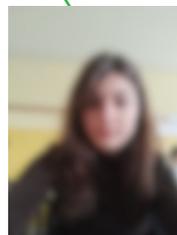
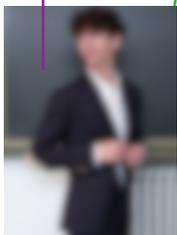
Posa imposta

Luce e posa imposta

Gesto per descrivere

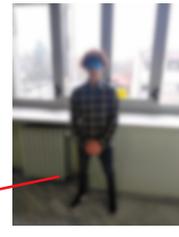
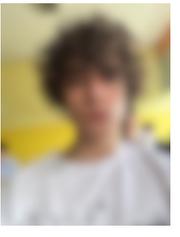
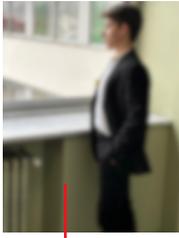
COPPIA 6

COPPIA 7



COPPIA 8

TRIO 9



Luce e posa
impostata

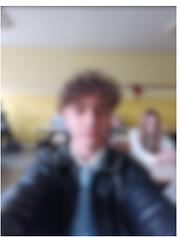
Gesto per
descrivere

Scatto come
strumento

Ambientazione
per descrivere

COPPIA 10

COPPIA 11



Le conclusioni trasmesse (Durata 10 minuti)

"Dove vogliamo arrivare?" è stata la frase con cui siamo passate alla fase di conclusioni da trasmettere.

Molti dei ragazzi che sono intervenuti hanno proposto **opinioni e punti di vista** non troppo differenti tra loro ma che comunque hanno arricchito la discussione con **spunti diversi**.

"Secondo me si può fare un ragionamento partendo da che contesto e in che posizione mi vedo io bello in contrasto con il contesto e la posizione in cui mi vede bello l'altro. A meno che non mi conosca profondamente, veramente tanto, non coincidono; ciò non significa che io non sono bello quando mi vedo io o quando mi vedono gli altri ma che non posso definirmi bello in una sola foto ma posso esserlo in diverse foto. [...] Non possiamo dare una definizione universale." Ha proposto per esempio una ragazza.

Chi più e chi meno si sono **avvicinati tutti a vedere il bello e la bellezza come due concetti distinti**, senza però giustamente definirli con la terminologia corretta dato che la differenza tra i termini è numerose volte fraintesa.

Siamo arrivate quindi a **presentare il nostro pensiero e il messaggio** che ci avrebbe fatto piacere trasmettere.

Il nostro obiettivo era far **ragionare sui due concetti partendo dal bello estetico** tramite il selfie che si sono fatti, la Foto 1, in cui sceglievano loro come farsi fotografare, e soprattutto attraverso le due foto che hanno caricato all'inizio sulla lavagna del Bello.

Il punto fondamentale era arrivare a **proporre una delle tante vie per distruggere il concetto di bello e arrivare alla bellezza**. Ogni persona non è solo bella, non è un figurino con capelli, viso, vestiti e accessori sempre perfetti e alla moda, ma dentro di sé ha una determinata bellezza che la caratterizza di più rispetto all'aspetto fisico.

Non c'è nulla di sbagliato; nessun comportamento sano viene condannato. È nella natura umana osservare gli altri e creare pregiudizi. Tuttavia, una volta che ci si rende conto di giudicare eccessivamente dalla superficie, ossia basandosi solo sull'aspetto esteriore, sarebbe interessante **apprezzare anche la bellezza presente nelle persone** con cui interagiamo: i loro interessi, la loro personalità. Il concetto di bellezza non si limita all'aspetto esteriore; si estende anche alle **qualità interiori**, poiché il bello e la bellezza viaggiano parallelamente.

Determinati complimenti, considerazioni o commenti, se espressi con tatto e rispetto, possono aiutare una persona a prendere coscienza del fatto che spesso **ci si auto-giudica in maniera troppo severa**, costruendo un'immagine di noi stessi che non è né reale né corrispondente a come gli altri ci percepiscono.

Le riflessioni finali a caldo

Le **riflessioni post-workshop** ci hanno fornito un'opportunità preziosa per analizzare il coinvolgimento e le reazioni dei ragazzi durante le attività svolte come anche il nostro operato.

Abbiamo notato un **distacco crescente dei ragazzi dal mondo dei social** e dai canoni estetici predefiniti. Parallelamente, la profonda interazione con i ragazzi ci ha permesso di condurre discussioni più approfondite e significative, rivelando una **forte apertura da parte loro nel condividere idee e riflessioni**.

Il grado di familiarità tra i ragazzi ha influenzato il lavoro di coppia, portandoli a concentrarsi principalmente sulle attività quotidiane condivise piuttosto che sulle singole personalità.

Siamo rimaste piacevolmente **sorprese** dal fatto che alcuni ragazzi abbiano **incluso nella prima lavagna**, pensata per rappresentare solo l'aspetto estetico, non solo oggetti ma soprattutto **persone con cui hanno un legame significativo**, dimostrando di apprezzarne l'unicità oltre all'aspetto esteriore.

Nella **seconda lavagna**, l'attenzione dei ragazzi verso le **caratteristiche fisiche** è risultata **sorprendentemente bassa**, indicando una comprensione più ampia e profonda del concetto di bellezza. Inoltre, è stato molto presente un **forte senso di sostegno e consapevolezza tra i ragazzi**, evidenziato dalla volontà di aiutarsi reciprocamente a presentarsi al meglio, nonostante le insicurezze personali.

Particolarmente interessante è stato osservare come alcuni abbiano considerato lo **scatto fotografico** non solo come un ritratto esteriore, ma come uno **strumento di espressione e comunicazione**. La mancanza di filtri e l'approccio spontaneo alla fotografia sono indicativi di una genuinità e di un'autenticità nel processo creativo.

Per quanto riguarda le riflessioni su noi stesse e sul progetto in sé, abbiamo compreso l'**importanza di comunicare chi siamo e il nostro obiettivo sin dall'inizio** del workshop, anziché iniziare con una domanda retorica. Nonostante la nostra scaletta sia stata modificata dalla presenza della professoressa durante l'introduzione, la **vera fase rompighiaccio** è stata la **lavagna del Bello**.

Siamo **soddisfatte del rapporto positivo** che si è **instaurato** con gli studenti. Siamo riuscite a mantenere un **tono gioviale e amichevole**, pur rimanendo chiare nelle spiegazioni e facendoci rispettare. Abbiamo **condotto con successo gli imprevisti** e le difficoltà incontrate durante il workshop, dimostrando capacità di adattamento.

È emerso anche il caso di un **ragazzo con una personalità vivace**, spesso incline a fare battute ironiche. Nonostante le possibili interferenze, siamo riuscite a **gestire la situazione in modo positivo**, trovando un equilibrio tra risposte amichevoli alle sue battute e il mantenimento del controllo della classe. Questo ci ha permesso di stabilire un **rapporto di fiducia più forte** con la stessa.

E CONCLUSIONI

In questa tesi ci siamo preposte, in quanto **designer della comunicazione**, di andare ad **analizzare il bisogno inconsapevole degli adolescenti di avvicinarsi al tema della Bellezza**, che caratterizza l'unicità e la personalità di ogni persona, attraverso la **decostruzione del concetto di Bello**, più legato all'aspetto estetico e all'apparenza, che i canoni estetici trasmessi sui social media presentano tutt'oggi.

È stata condotta un'**analisi sia teorica che pratica sugli adolescenti e sul concetto di Bello**, arrivando a studiare il rapporto tra queste due tematiche, in sintesi, **i canoni estetici che sono presenti nella GenZ**.

Sulla base delle considerazioni ottenute attraverso il **questionario iniziale** di indagine e l'**intervista allo psicologo**, è possibile affermare la **presenza effettiva della problematica** nei giovani della città di Asti arrivando così a definire l'importanza dell'avvio di un **progetto di sensibilizzazione**, qual è stato "Ritratti Ribaltati".

Parlando dei risultati di questa tesi, possiamo affermare che ci ha consentito di **approfondire la nostra conoscenza del tema e del target** aprendoci alle diverse

possibilità e ai diversi punti di vista. Alla luce dei vari passaggi da noi affrontati, siamo arrivate a trarre i seguenti ragionamenti.

L'**uso della fotografia** in una attività interattiva può **facilitare la comprensione della differenza tra il concetto di Bello e il tema della Bellezza**.

Attraverso il **workshop pilota** è stata evidenziata una **maggiore eterogeneità** della considerazione che ogni singolo ragazzo ha dei canoni estetici e dell'attaccamento ad essi rispetto a quanto emerso nella precedente fase di studio e di ricerca.

La **GenZ**, proprio in quanto generazione potenzialmente più colpita dai canoni estetici trasmessi sui social, è anche la più **idonea a far evolvere questo meccanismo** arrivando a concepirli razionalmente e a sfruttarli solo come **strumento di ispirazione** e non di invidia.

Un **punto di forza** di questo progetto e di questa tesi risiede nella **capacità di trasformare un'analisi teorica quantitativa** in uno **strumento pratico qualitativo** qual è stato il workshop pilota. Attraverso questo è stato possibile sperimentare l'efficacia dello

stesso andando **oltre al livello progettuale**. Siamo arrivate così a condurre un'**attività di riflessione a diretto contatto con il nostro target** consentendoci di attivare nei ragazzi un processo di sensibilizzazione e di maggior considerazione della tematica, auspicando l'avvio, anche minimo, di un **cambiamento di pensiero**.

Riconosciamo comunque il **peso e l'importanza del tema trattato**: proprio attraverso la definizione del workshop, ma soprattutto con l'attuazione dello stesso nella versione pilota, è emerso come il **limite di tempo e di risorse** ci abbia permesso solo l'**analisi parziale**. L'**analisi e i risultati** ottenuti sono una **piccola parte di un sistema complesso**, esattamente come i **ragazzi da noi presi in esame** sono una **piccola parte del target ipotizzato**.

Proprio a partire da questo, il nostro lavoro potrebbe **aprire le porte a un'indagine più ramificata e complessa**, che sfrutti il workshop progettato per **studiare specificatamente ogni fascia del target** da noi individuato. Si potrebbe ottenere così un **quadro dettagliato e completo** che descrive il pensiero degli adolescenti e di

come questi, **nelle diverse età, reagiscono alla differenza tra Bello e Bellezza** in base al contesto e agli stimoli da loro vissuti.

Da questo potrebbe avere origine un **seminario parallelo** che abbia l'obiettivo di **sensibilizzare non solo più gli adolescenti ma anche coloro con cui si relazionano**.

I RIGRAZIAMENTI

Vorremmo aprire i ringraziamenti citando per primi i nostri relatori: un grazie sincero alla professoressa Denise Aimar, punto di riferimento e un aiuto prezioso, e Nicolò Di Prima, figura da noi cercata in quanto per la sua notevole competenza nel settore di ricerca sul campo.

Grazie al Dott. Francesco Savarino per tutto l'aiuto fornito nell'avvicinarci al target da noi studiato e per la prolungata disponibilità al confronto. Alla Dott.ssa Alessia Valnegri Valentini, psicoterapeuta, per la revisione del questionario iniziale che ci ha permesso di non risultare invadenti nei confronti del target.

Grazie alla professoressa Donatella Giordano e alla dirigente scolastica Cristina Trotta per l'immediata fiducia ed entusiasmo riposti in noi e nel nostro progetto. Grazie ai ragazzi della 3SA del Liceo Scientifico Statale F. Vercelli, con il vostro impegno e interesse per l'argomento siamo riuscite ad ampliare e comprendere meglio la nostra ricerca. Senza di voi questa tesi non sarebbe stata così approfondita.

Ma passiamo più nel personale.

Innanzitutto, io, Giorgia, voglio ringraziare Vale, la mia compagna di viaggio, ci siamo ritrovate entrambe disperate e unendo le forze siamo riuscite a portare a termine l'obiettivo.

Grazie a mamma e papà che mi hanno permesso di essere la persona che sono e di arrivare a questo grande obiettivo non facendomi mai mancare nulla, al caloroso affetto di tutta la mia famiglia, i miei zii, grazie

ai quali ho passato un'infanzia stupenda e su cui tutt'ora posso contare ogni giorno, i miei cugini e cugine, con i quali ho condiviso tutto fin da piccoli e sono cresciuta assieme, la piccola Gaia, che pur essendo un po' una peste è stato il regalo più bello che i miei zii potessero farmi. Un ringraziamento più che speciale va ai miei nonni: nonna Ninetta che senza neanche saperlo mi è stata vicina in un momento davvero difficile ed è stata fondamentale per me, nonno Pippo da cui posso sempre andare per perdere una bella partita a carte, nonno Carmelo e nonna Silvy che, anche se non presenti fisicamente, sono certa mi abbiano protetto in questo percorso.

Grazie alle mie coinquiline Bea, Vitto, Viola, Anna e alle mie compagne di università Sonia, Sofi, Deste e Chiara, con cui ho condiviso la quotidianità in una nuova città sentendomi come a casa.

Le mie baddies, fondamentali nei momenti belli ma soprattutto in quelli brutti: Au anche se lontana riesci sempre a farci sorridere, Bebe sei una delle persone più generose che conosca, Fabi sei una ragazza straordinaria su cui si può sempre contare. E i miei soci: Metis ultimamente abbiamo passato tanto tempo assieme e sono fortunata ad essere stata tua collega di bisse, Mont la tua allegria è contagiosa, soprattutto nella Mr mont game room, Zari sei completamente matto e da quando sei partito non fai trovare sonno a nessuno. Gabri, il mio punto di riferimento per tante cose, grazie per tutto quello che hai fatto per me, per avermi sempre aiutata e sostenuta in tutto.

Marmi, l'unica che sa davvero tutto quello che ho passato, giorno dopo giorno mi sei stata accanto senza mai lasciarmi sola, senza di te non sarei sicuramente arrivata fino a qui, questa tesi è anche tua. Infine, Chicca che fin da subito mi ha trattato come una figlia e Trilly che mi ha salvata con la dog therapy standomi sempre accanto.

E ora tocca a me, Valentina, ringraziare Giorgia, la mia compagna un po' pazzarella. Sono molto molto fiera di aver condiviso questi mesi tra videochiamate, treni e molto impegno con te.

Grazie a mamma e papà che mi hanno sempre spronato a valorizzarmi, a tenermi sempre tutte le porte aperte e raggiungere tutti i miei obiettivi, a nonna Rita su cui posso contare per un saggio consiglio, a nonno Giorgio che tra pizza e tanto affetto mi ha aiutato a superare anche le giornate più impegnative. Grazie a nonna Anna che tra racconti del passato e il risotto al rosmarino mi ha costantemente trasmesso un'energia positiva, a nonno Attilio e bisnonna Irma che sono ancora esempi di forza e determinazione. Un ringraziamento va agli zii milanesi e ad Andre per la loro costante vicinanza nonostante i chilometri che ci separano, alle zie di Sessant per l'affetto che mi trasmettono da quando sono piccola e al mio cuginone londinese, anche lui da sempre nel nostro speciale pianeta dei creativi.

Grazie alla famiglia Danz'Asti. Illy, Cle Cle, Puri, Gianna, Pizzy e tutte voi che condividete questa passione in un posto così magico: siete speciali.

Alla mia Molly Mei che da subito ha creduto in me e fatto di tutto affinché potessi crescere e diventare la ballerina che sono oggi. Senza di te non sarei così felice.

A Ludo, Matte e Barbi che dai tempi del liceo condividono avventure e disavventure con me. Alla mia Betta, compagna di mille danzate, grazie di condividere questa folle passione per la grafica con me.

Un ringraziamento speciale va agli amici di Try Me: siete diventati una famiglia su cui posso sempre contare.

Alla mia pulcina Ele che tra risate, vino bianco e tanto amore è stata la mia roccia in questo anno pieno di novità.

E a te Nino, la sorpresa più dolce che potessi ricevere, che mi supporti in tutto e mi sproni a dare sempre il meglio.

Dedichiamo questa tesi, che abbiamo affettuosamente nominato Ofelia, a tutti voi e a tutti coloro che ci sono stati accanto in questi tre, anzi ormai 4, lunghi anni.

LA BIBLIOGRAFIA E LA SITOGRAFIA

LA RICERCA

Gli adolescenti

Una fase di cambiamento

«Adolescenti: tra cambiamenti, emozioni e confini - Psicologia». s.d. State of Mind (blog). Consultato 30 dicembre 2023. <https://www.stateofmind.it/adolescenti/>.

Pietro, Mario Di, e Elena Bassi (2013). *L'intervento cognitivo-comportamentale per l'età evolutiva: Strumenti di valutazione e tecniche per il trattamento*. Edizioni Centro Studi Erickson.

Serena Pierantoni (2020). «Il cervello adolescente: tra fragilità e potenzialità». State of Mind (blog). 22 giugno 2020. <https://www.stateofmind.it/2020/06/adolescenti-cervello/>.

«Comunicare con gli adolescenti». s.d. psicologia-e-bambini. Consultato 30 dicembre 2023. <https://www.psicologiaebambini.com/comunicare-con-gli-adolescenti>.

Mauri, Alessandra, e Carla Tinti (2002). *Formare alla comunicazione: percorsi di gruppo per lo sviluppo di relazioni efficaci nelle professioni educative, sociali e sanitarie*. Edizioni Erickson.

Thomas Gordon. s.d. «Genitori efficaci». Consultato 30 dicembre 2023. <https://www.lameridiana.it/genitori-efficaci.html>.

Le nuove emozioni

«Adolescenti: tra cambiamenti, emozioni e confini - Psicologia». s.d. State of Mind (blog). Consultato 30 dicembre 2023. <https://www.stateofmind.it/adolescenti/>.

Linehan, Marsha (2014). *DBT? Skills Training Manual, Second Edition*. Guilford Publications.

Serena Pierantoni (2020). «Il cervello adolescente: tra fragilità e potenzialità». State of Mind (blog). 22 giugno 2020. <https://www.stateofmind.it/2020/06/adolescenti-cervello/>.

emiliano (2021). «Educare all'intelligenza emotiva: 4 strategie per la Scuola». Diario della Formazione (blog). 30 luglio 2021. <https://www.diariodellaformazione.it/news/educare-allintelligenza-emotiva-4-strategie-per-la-scuola/>.

Goleman, Daniel (1996). «Emotional Intelligence. Why It Can Matter More than IQ». *Learning* 24 (6): 49–50.

Salovey, Peter, e John D. Mayer. s.d. «Emotional Intelligence - Peter Salovey, John D. Mayer, 1990». Consultato 30 dicembre 2023. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>.

Il benessere psicosociale

Guarini et al. (2013). «Stili di vita online e offline degli adolescenti in Emilia-Romagna - Quaderno02-2013_stilidivita_versioneweb - -». febbraio 2013.

Birmaher, BORIS, NEAL D. Ryan, DOUGLAS E. Williamson, DAVID A. Brent, e JOAN Kaufman (1996). «Childhood and Adolescent Depression: A Review of the Past 10 Years. Part II». *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry* 35 (12): 1575–83. <https://doi.org/10.1097/00004583-199612000-00008>.

Hankin, Benjamin L., Lyn Y. Abramson, Terrie E. Moffitt, Phil A. Silva, Rob McGee, e Kathryn E. Angell (1998). «Development of depression from preadolescence to young adulthood: Emerging gender differences in a 10-year longitudinal study». *Journal of Abnormal Psychology* 107 (1): 128–40. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.107.1.128>.

«IL BENESSERE PSICOSOCIALE IN ADOLESCENZA. PROSPETTIVE MULTIDISCIPLINARI». s.d. Consultato 6 gennaio 2024. <https://www.research.unipd.it/handle/11577/2488409>.

Lo Coco, e Pace (2009). «L'autonomia emotiva in adolescenza». 2009. <https://iris.unipa.it/handle/10447/47111>.

Raja, Shyamala Nada, Rob McGee, e Warren R. Stanton (1992). «Perceived Attachments to Parents and Peers and Psychological Well-Being in Adolescence». *Journal of Youth and Adolescence* 21 (4): 471–85. <https://doi.org/10.1007/BF01537898>.

Sarason, Barbara R., Gregory R. Pierce, e Irwin G. Sarason (1990). «Social support: The sense of acceptance and the role of relationships». In *Social support: An interactional view*, 97–128. Wiley series on personality processes. Oxford, England: John Wiley & Sons.

La vita online e offline

«Social Network: quando la connessione diventa patologia» (2022). NEPSI (blog). 18 gennaio 2022. <https://nepsi.it/social-network-quando-la-connezione-diventa-patologia/>.

Guarini et al. (2013). «Stili di vita online e offline degli adolescenti in Emilia-Romagna - Quaderno02-2013_stilidivita_versioneweb - -». febbraio 2013.

Gli effetti psicosociali dell'uso dei social network

Bezze, Elisa (2023). «I social Network nelle nostre vite: Rischio di una dipendenza». Centro di Psicologia InTerapia (blog). 14 agosto 2023. <https://www.centrointerapia.it/rischio-dipendenza-socail-network/>.

Vannini, Dott Andrea (2022). «Social network: la salute mentale degli adolescenti è in pericolo?» IPSICO, Firenze (blog). 25 agosto 2022. <https://www.ipsico.it/news/social-network-la-salute-mentale-degli-adolescenti-e-in-pericolo/>.

I canoni estetici

Il bello

«Bellezza» (2024). In Wikipedia. <https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Bellezza&oldid=137200356>.

«bellézza - Treccani». s.d. Treccani. Consultato 11 gennaio 2024. <https://www.treccani.it/vocabolario/bellezza/>, <https://www.treccani.it/vocabolario/bellezza/>.

«Bello» (2023). In Wikipedia. <https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Bello&oldid=133489477>.

«bèllo - Treccani». s.d. Treccani. Consultato 11 gennaio 2024. <https://www.treccani.it/vocabolario/bello/>, <https://www.treccani.it/vocabolario/bello/>.

Bertossi, Dario (2019). «Spunti e riflessioni sul concetto di bellezza». Dario Bertossi. 26 aprile 2019. <https://www.dariobertossi.com/it/cras-quis-nulla-commodo-aliquam-lectus-sed-blandi/>.

Eco, Umberto. s.d. «Storia della Bellezza - Bompiani». Bompiani Editore. Consultato 30 gennaio 2024. <http://www.bompiani.it/catalogo/storia-della-bellezza-9788845298318>.

Il bello nella storia

Eco, Umberto (2004). «Storia della Bellezza - Bompiani». Bompiani Editore. 2004. <http://www.bompiani.it/catalogo/storia-della-bellezza-9788845298318>.

Il bello nel mondo

Forniz, Sara (2021). «Quali sono i canoni di bellezza delle nuove generazioni?» *Roba da Donne - Bellezza*. 21 luglio 2021. <https://bellezza.robadaonne.it/canoni-di-bellezza-delle-nuove-generazioni/>.

Superdrug. s.d. «Perceptions of Perfection Part II: Men». Superdrug Online Doctor. Consultato 13 gennaio 2024. <http://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection-part-ii-men/>.

Il bello in Italia

«Gli standard di bellezza maschili esistono. E fanno male agli uomini.» (2019). *THE VISION*. 25 febbraio 2019. <https://thevision.com/cultura/standard-bellezza-maschili/>.

«Marksimpson.Com - Here Come the Mirror Men: Why the Future Is Metrosexual». (2008). Marksimpson.Com. 7 maggio 2008. <https://www.marksimpson.com/here-come-the-mirror-men/>.

pino@admin. (2022). «Qual è lo Standard di Bellezza Italiano | Veronica Luzi |». ENDERMLOGIE (blog). 20 settembre 2022. <https://www.endermologieroma.it/qual-e-lo-standard-di-bellezza-italiano.html>.

I canoni estetici nella GenZ

Gli adolescenti allo specchio

Bullo, Denise (2020). «Adolescenti allo specchio: la ricerca della perfezione.» Koroo Magazine (blog). 9 ottobre 2020. <https://www.koroo.it/adolescenti-allo-specchio-la-ricerca-della-perfezione/>.

Esposito, Rita. s.d. «"Metà dei ragazzi utilizza profili falsi sui social network": lo studio di Kaspersky e Giffoni raccontato a Il Mattino dal direttore Gubitosi». Consultato 22 gennaio 2024. <https://www.giffonifilmfestival.it/news-giffoni-experience/item/8557-meta-dei-ragazzi-utilizza-profil-falsi-sui-social-network-lo-studio-di-kaspersky-e-giffoni-raccontato-a-il-mattino-dal-direttore-gubitosi.html>.

La bellezza sui social

Copani, Maria Francesca (2022). Soddisfazione corporea e sicurezza di sé nelle giovani utenti di tiktok: uno studio sperimentale [tesi di laurea magistrale in Psicologia clinico-dinamica]. Padova: Università degli studi di Padova.

Åberg, Erica, Aki Koivula, e Iida Kukkonen (2020). «A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites». *Telematics and Informatics* 46 (marzo): 101319. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319>.

Brown, Zoe, e Marika Tiggemann (2016). «Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image». *Body Image* 19 (dicembre): 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>.

Cash, Melnyk, e Hrabosky (2004). «The assessment of body image investment: An extensive revision of the appearance schemas inventory - Cash - International Journal of Eating Disorders - Wiley Online Library». Consultato 22 gennaio 2024. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/eat.10264?casa_token=YaummOKEe0AAAAA:iVRzTxpv6lC1c1_-DPnNx-1_pwZ9yUULWKepPWVmsiPIUZ4cl-l6YEFU3vw8aDvP6HGynREARPD.

Cohen, Rachel, Toby Newton-John, e Amy Slater (2017). «The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women». *Body Image* 23 (dicembre): 183–87. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>.

Cohen et al. (2021). «The Case for Body Positivity on Social Media: Perspectives on Current Advances and Future Directions». *Journal of Health Psychology* 26 (13): 2365–73. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>.

Engeln, Renee, Ryan Loach, Megan N. Imundo, e Anne Zola (2020). «Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women». *Body Image* 34 (settembre): 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>.

Frederick, David A., Elizabeth A. Daniels, Morgan E. Bates, e Tracy L. Tylka (2017). «Exposure to thin-ideal media affect most, but not all, women: Results from the Perceived Effects of Media Exposure Scale and open-ended responses». *Body Image* 23 (dicembre): 188–205. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.006>.

- Gioia, Griffiths, e Boursier (2020). «Adolescents' Body Shame and Social Networking Sites: The Mediating Effect of Body Image Control in Photos | Sex Roles». Consultato 22 gennaio 2024. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-020-01142-0>.
- Grabe, Shelly, L. Monique Ward, e Janet Shibley Hyde (2008). «The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies». *Psychological Bulletin* 134 (3): 460–76. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>.
- Grogan, Sarah (2021). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. Routledge.
- Holland, Grace, e Marika Tiggemann (2016). «A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes». *Body Image* 17 (giugno): 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>.
- «"I (Don't) Respect My Body": Investigating the Role of Mass Media Use and Self-Objectification on Adolescents' Positive Body Image in a Cross-National Study: Mass Communication and Society: Vol 24, No 1». s.d. Consultato 22 gennaio 2024. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2020.1827432>.
- Kross et al. (2013). «Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults». *PLoS One* 8 (8). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>.
- Levine, e Murnen (2009). «"Everybody Knows That Mass Media Are/Are Not [pick one] a Cause of Eating Disorders": A Critical Review of Evidence for a Causal Link Between Media, Negative Body Image, and Disordered Eating in Females | Journal of Social and Clinical Psychology». Consultato 22 gennaio 2024. <https://guilfordjournals.com/doi/abs/10.1521/jscp.2009.28.1.9>.
- Livingstone, Sonia, e David R Brake (2010). «On the Rapid Rise of Social Networking Sites: New Findings and Policy Implications». *Children & Society* 24 (1): 75–83. <https://doi.org/10.1111/j.1099-0860.2009.00243.x>.
- Manago, Ward, Lemm, Reed, e Seabrook (2005). «Facebook Involvement, Objectified Body Consciousness, Body Shame, and Sexual Assertiveness in College Women and Men | Sex Roles». Consultato 22 gennaio 2024. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-014-0441-1>.
- Meier, e Reinecke (2021). «Computer-Mediated Communication, Social Media, and Mental Health: A Conceptual and Empirical Meta-Review - Adrian Meier, Leonard Reinecke, 2021». Consultato 22 gennaio 2024. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650220958224>.
- O' Keeffe, e Clarke-Pearson (2011). «The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families | Pediatrics | American Academy of Pediatrics». Consultato 22 gennaio 2024. <https://publications.aap.org/pediatrics/article/127/4/800/65133/The-Impact-of-Social-Media-on-Children-Adolescents?autologincheck=redirected>.
- Rodgers, Rachel F., e Tiffany Melioli (2016). «The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part I: A Review of Empirical Support». *Adolescent Research Review* 1 (2): 95–119. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6>.
- Saiphoo, Alyssa N., e Zahra Vahedi (2019). «A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance». *Computers in Human Behavior* 101 (dicembre): 259–75. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>.

Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteraction. (2011). Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions. Washington, DC, US: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/12304-000>.

Sheldon, Pavica, e Katherine Bryant (2016). «Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age». *Computers in Human Behavior* 58 (maggio): 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>.

Szymanski, Marcela L., e Thomas F. Cash (1995). «Body-Image Disturbances and Self-Discrepancy Theory: Expansion of the Body-Image Ideals Questionnaire». *Journal of Social and Clinical Psychology* 14 (2): 134–46. <https://doi.org/10.1521/jscp.1995.14.2.134>.

«The Objectified Body Consciousness Scale: Development and Validation – Nita Mary McKinley, Janet Shibley Hyde, 1996». s.d. Consultato 22 gennaio 2024. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x>.

Tiggemann, Marika, e Isabella Barbato (2018). «“You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image». *Body Image* 27 (dicembre): 61–66. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009>.

Wilksch, Simon M., Anne O’Shea, Pheobe Ho, Sue Byrne, e Tracey D. Wade (2020). «The Relationship between Social Media Use and Disordered Eating in Young Adolescents». *International Journal of Eating Disorders* 53 (1): 96–106. <https://doi.org/10.1002/eat.23198>.

Il cambiamento nelle mani della GenZ

ANSA, Agenzia (2023). «La moda e i canoni di bellezza nell’era della body positivity – Moda - Ansa.it». Agenzia ANSA. 20 luglio 2023. https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/moda/2023/07/20/la-moda-e-

[i-canoni-di-bellezza-nellera-della-body-positivity_39da4ef6-626f-47bf-92e4-92a0a23a3405.html](https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/moda/2023/07/20/la-moda-e-i-canoni-di-bellezza-nellera-della-body-positivity_39da4ef6-626f-47bf-92e4-92a0a23a3405.html)

Forniz, Sara (2021). «Quali sono i canoni di bellezza delle nuove generazioni?» *Roba da Donne - Bellezza*. 21 luglio 2021. <https://bellezza.robadaonne.it/canoni-di-bellezza-delle-nuove-generazioni/>.

LO SCENARIO

Lo scenario del progetto

La città di Asti

«Asti» (2024). In Wikipedia. <https://it.wikipedia.org/w/index.php?title=Asti&oldid=137270161#Scuole>.

Gli studenti del Liceo F. Vercelli

«Eduscopio» (2023). Fondazione Agnelli (blog). Consultato 24 gennaio 2024. <https://www.fondazioneagnelli.it/progetti/eduscopio/>.

«Liceo Scientifico “F. Vercelli” – Asti (AT)». s.d. Consultato 24 gennaio 2024. <https://scientificoasti.edu.it/>.

Il questionario per indagare il target

Le domande proposte

«Raccontaci del tuo rapporto con i social». s.d. Google Docs. Consultato 24 gennaio 2024. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzcz3t01dVUnorssyif4gdvDkR1V_TPeh7PZwOzbgqKPrf5Q/viewform?usp=send_form&usp=embed_facebook.

L’analisi delle risposte ottenute

«Analisi questionario». s.d. Google Docs. Consultato 25 gennaio 2024. «Analisi questionario». s.d. Google Docs. Consultato 25 gennaio 2024. <https://docs.google.com/spreadsheets/d/19IfGSU0z1BW2rrlivfWumndgMeWVdaBoMYIE-hoh378/edit#gid=0>.

L'intervista allo psicologo Savafino

L'analisi dell'intervista

«Intervista psicologo 12 ottobre.docx». s.d. Consultato 26 gennaio 2024. https://politoit-my.sharepoint.com/:w:/r/personal/s280874_students_polito_it/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B9A57A0C3-AE11-4E10-B34D-518E6521DEAA%7D&file=Intervista%20psicologo%2012%20ottobre.docx&action=default&mobileredirect=true.

L'analisi fotografica dei canoni estetici

La ricerca delle figure influenti

«Canoni Estetici di Bellezza Femminile | Dott. Andrea Nunziata | Quali Sono». (2017). Andrea Nunziata. 4 dicembre 2017. <https://www.andreanunziata.it/blog/canoni-estetici-di-bellezza-femminile-quali-sono/>.

«I 25 teenager più influenti del pianeta secondo il Time - la Repubblica». s.d. Consultato 27 gennaio 2024. https://www.repubblica.it/esteri/2014/10/15/foto/i_25_teenager_pi_influenti_del_pianeta_secondo_il_time-98111492/1/.

Nast, Condé (2019a). «Micro influencer italiani, ecco chi sono i 12 più amati». GQ Italia. 17 giugno 2019. <https://www.gqitalia.it/news/gallery/micro-influencer-italiani-chi-sono-i-piu-amati-foto>.

Nast, Condé (2019b). «Instagram, i 10 influencer più amati dai teenager». Wired Italia. 6 dicembre 2019. <https://www.wired.it/internet/social-network/2019/12/06/instagram-influencer-teenager/>.

«Pinterest». s.d. Pinterest. Consultato 27 gennaio 2024. <https://www.pinterest.it/valemsocial/tesi/>.

Sirianni, Simona (2023). «Time 100, chi sono le persone più influenti del mondo nel 2023». iO Donna (blog). 28 aprile 2023. <https://www.iodonna.it/attualita/costume-e-societa/2023/04/28/time-100-le-donne-dominano-la-classifica-degli-influenti-da-zendaya-alla-cestista-candace-parker/>.

I profili personas

«Analisi statistiche questionario.xlsx». s.d. Consultato 26 gennaio 2024. https://politoit-my.sharepoint.com/:x:/r/personal/s280874_students_polito_it/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B2FBBB575-89BB-495D-B660-59CC8CAC655D%7D&file=Analisi%20statistiche%20questionario.xlsx&action=default&mobileredirect=true.

IL WORKSHOP

L'identità visiva

Printerred (2017). «Questione di colore: il più bello e il più brutto del mondo». Plog (blog). 24 luglio 2017. <https://www.printered.it/plog/questione-colore-piu-bello-piu-brutto-del-mondo/>.

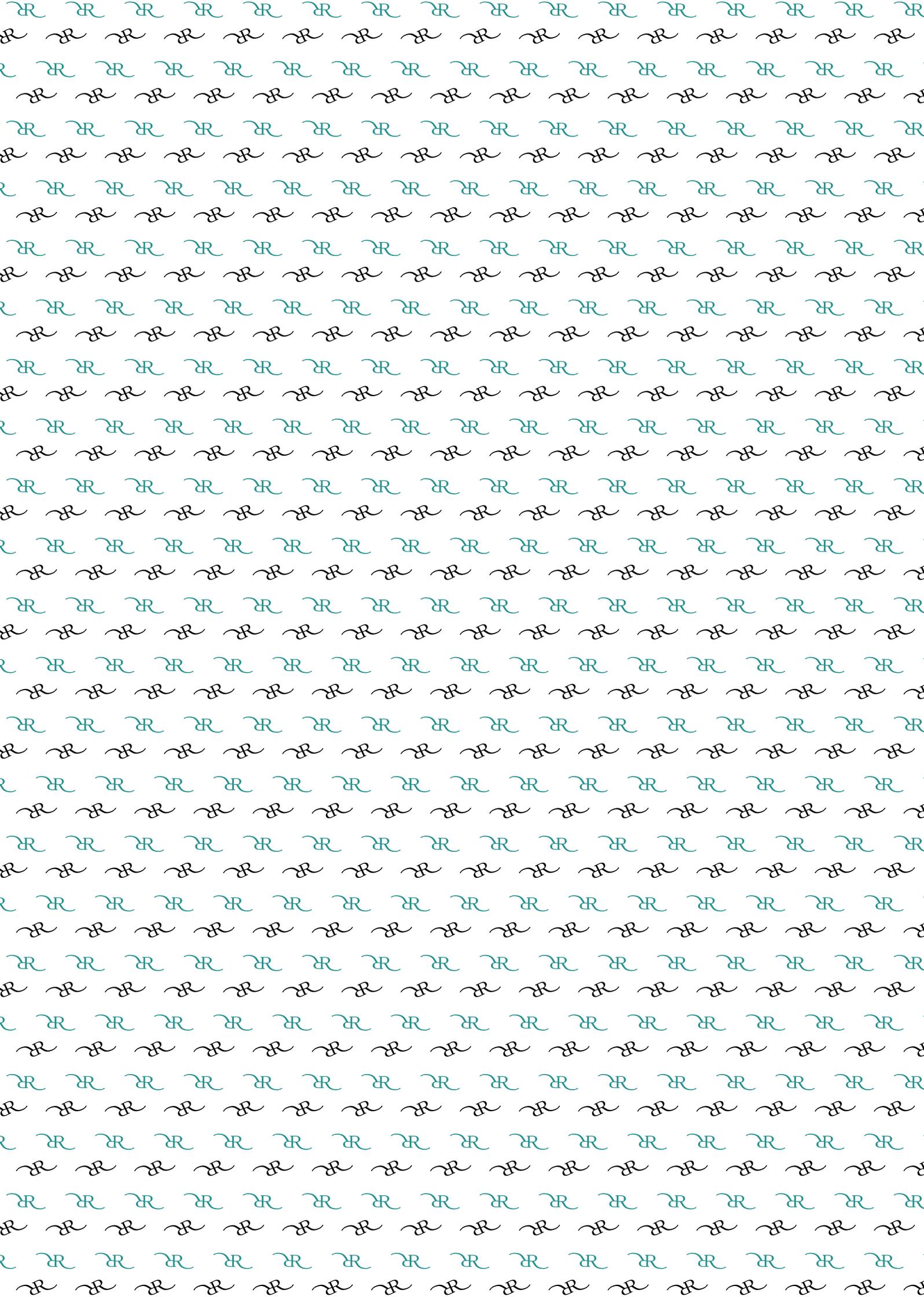
Le fasi del workshop

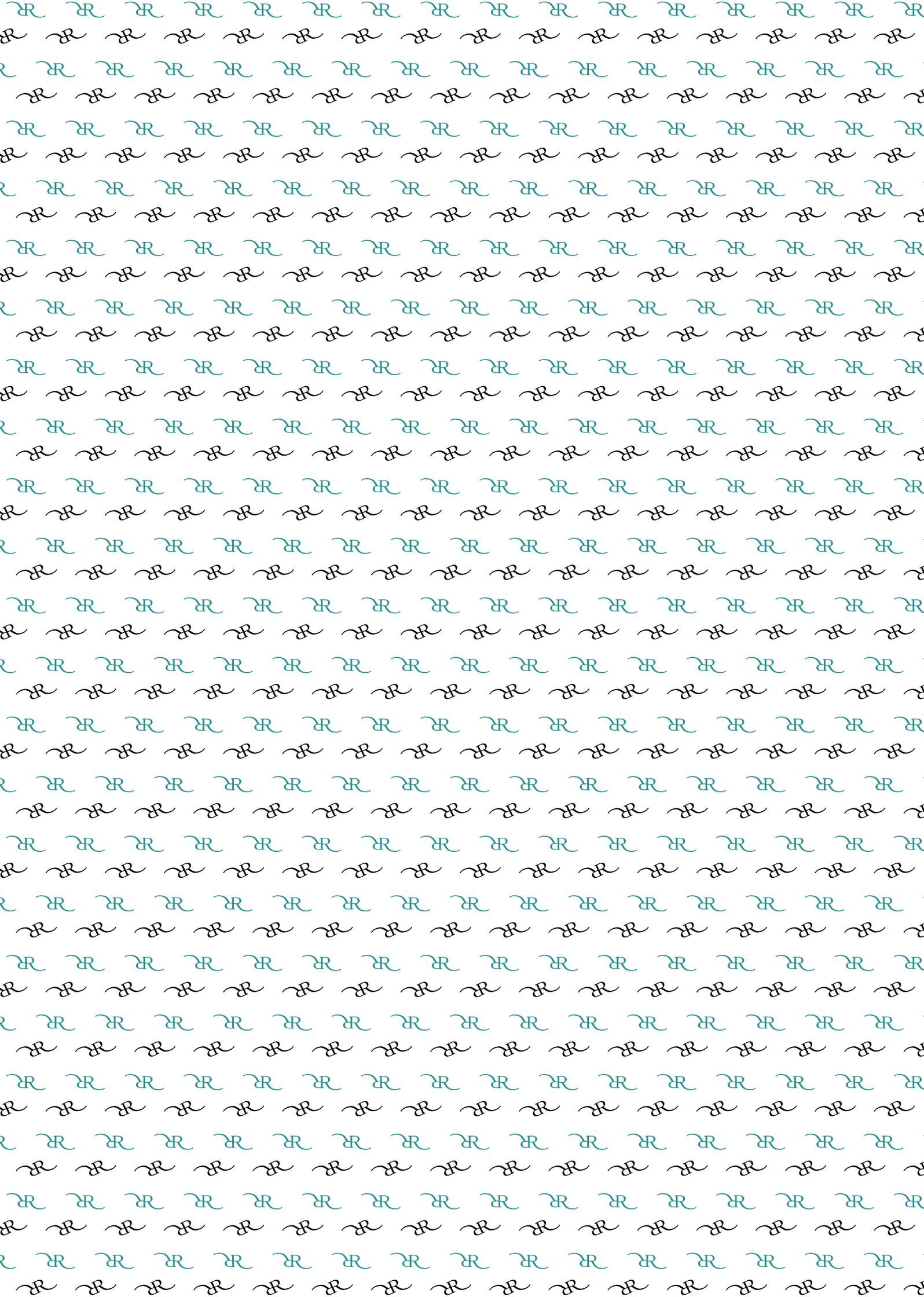
«Selfie Awareness - DFA/ASP - SUPSI». s.d. DFA/ASP. Consultato 28 gennaio 2024. <https://dfa.supsi.ch/selfie-awareness>.



RITRATTI
BIBALTTI

Una proposta di workshop fotografico
per adolescenti sulla dualità tra Bello e Bellezza





Dipartimento di Architettura e Design
Corso di Laurea in Design e Comunicazione
Politecnico di Torino

A.a. 2023/2024
Sessione di Laurea Febbraio 2024



**Politecnico
di Torino**