



SPEED PROJECT

Sport & Prevention of Emerging Eating Disorders

AREA TEMATICA 2

Esempi e riflessioni su modelli di immagine corporea proposti dai media

I media e i social propongono modelli estetici spesso irrealistici e omologati. Queste schede offrono spunti di riflessione per riconoscere come tali immagini vengono costruite e perché il confronto continuo con esse possa incidere negativamente sull'autostima, soprattutto tra i più giovani.

IN QUESTA AREA:

- Scheda 1** Le immagini proposte dai media
- Scheda 2** Omologazione all'immagine proposta
- Scheda 3** Confronti con i modelli proposti



Funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



SPEED PROJECT

Sport & Prevention of Emerging Eating Disorders

AREA 2 • MODELLI PROPOSTI DAI MEDIA — SCHEDA 1

Le immagini proposte dai media

I media propongono modelli di forma corporea con parametri e caratteristiche ben precise.

La magrezza è presentata come una qualità fondamentale per definire la bellezza di una persona, soprattutto per le donne.

Gli standard proposti non si adattano alla struttura corporea di tutte le persone e, per raggiungerli, si possono mettere in atto comportamenti dannosi come una dieta eccessiva o la quasi totale privazione del cibo.

Spesso i modelli proposti non corrispondono alla forma corporea di un atleta, perché per le donne sono caratterizzati da fisici esili e poco muscolosi. I modelli maschili, al contrario, sono spesso caratterizzati da un'eccessiva massa muscolare e ugualmente non si adattano alla struttura corporea di tutti gli uomini.

Può capitare che soprattutto i più giovani siano fortemente influenzati dai modelli proposti dai media e dai social e che si pongano come obiettivo di assomigliare il più possibile a questi modelli, impiegando molte energie, mettendo in atto comportamenti non salutari e spesso restando frustrati per il mancato raggiungimento dell'obiettivo.



Funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



SPEED PROJECT

Sport & Prevention of Emerging Eating Disorders

AREA 2 • MODELLI PROPOSTI DAI MEDIA — SCHEDA 2

Omologazione all'immagine proposta

Le immagini proposte dai media e dai social sono omologate: non tengono in considerazione le differenze individuali nella struttura corporea, nell'età, nell'attività sportiva svolta.

Ci sono parametri precisi per ogni parte del corpo, considerandone solo la parte estetica e non la sua funzione.

Le immagini di influencer presenti sui social sono proposte come rappresentazione della vita quotidiana, scatti spontanei e semplici, ma in realtà sono costruite con luci, trucco e inquadrature studiate che creano l'illusione dell'autenticità.

Il messaggio trasmesso è che, per essere belli, sia necessario essere conformi ai canoni proposti, spesso irraggiungibili perché non tengono conto dell'unicità delle persone e delle loro differenti caratteristiche.

L'omologazione è molto pericolosa perché toglie valore all'unicità di ciascuna persona e impone standard estetici spesso irraggiungibili, che creano la base per l'insoddisfazione nei confronti del proprio corpo.



Funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



SPEED PROJECT

Sport & Prevention of Emerging Eating Disorders

AREA 2 • MODELLI PROPOSTI DAI MEDIA — SCHEDA 3

Confronti con i modelli proposti

I modelli estetici diffusi sui social determinano una forte esposizione, soprattutto dei più giovani, a determinate caratteristiche corporee.

Il confronto è un meccanismo che entra in azione molto frequentemente, soprattutto nell'età in cui non si ha ancora un'autostima solida e ben sviluppata e in cui è fondamentale l'accettazione da parte degli altri.

Il confronto è pericoloso perché porta a utilizzare come termine di paragone qualcuno che si giudica sempre migliore rispetto ai parametri sui quali ci si sta confrontando.

La conseguenza è che nella maggior parte dei casi si esce perdenti dal confronto, e questo è negativo per l'autostima e può spingere a mettere in atto comportamenti non salutari per provare ad assomigliare di più al modello con il quale ci si paragona.

Bisognerebbe evitare di confrontarsi con gli altri e non sostenere questo comportamento all'interno della famiglia, perché può portare a insoddisfazione e alla percezione di non valere abbastanza, sia dal punto di vista estetico sia sotto altri aspetti.



Funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.