



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

**FONDO DI ATENEО PER LA RICERCA ANNO 2016**  
**PROGETTO DI RICERCA DI DIPARTIMENTO**

**1. Titolo del Progetto di Ricerca**

**“Cibo da maschi” e “cibo da femmine”: lo sviluppo degli stereotipi di genere legati al cibo nell'infanzia.**

**2. MacroSettore ERC del progetto**

SH - Social Sciences and Humanities

**Sottosettori ERC di riferimento**

SH4\_4 Cognitive and experimental psychology: perception, action and higher cognitive processes.

SH4\_2 Human life-span development.

SH4\_3 Neuropsychology and clinical psychology.

SH2\_3 Kinship, cultural dimensions of classification and cognition, identity, gender.

**3. Parole Chiave (MASSIMO 5)**

1. Stereotipi di Genere

2. Comportamenti Alimentari

3. Identità

4. Influenza Sociale

5. Norme Sociali

**4. Responsabile Progetto (P.I.) (ricercatore a tempo indeterminato e ricercatore a tempo determinato ex art. 24 L.240/2010, lettera a) e lettera b), professore associato o professore ordinario)**

**COGNOME:** Graziani

**NOME:** Anna Rita

**Data di nascita:** 16/06/1973

**Qualifica:** Ricercatore a tempo indeterminato

**Dipartimento:** Dipartimento di Comunicazione ed Economia



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

**(telefono):** 0522- 523208

**(E-mail):** annarita.graziani@unimore.it

**5.Sottosettore ERC del PI**

SH4\_4 Cognitive and experimental psychology: perception, action and higher cognitive processes.

**6.Elenco dei docenti e dei ricercatori (strutturati e non strutturati) partecipanti, appartenenti esclusivamente all'Università di Modena e Reggio Emilia**

NOME	COGNOME	DIPARTIMENTO	RUOLO/ Tipologia di rapporto
Anna Rita	Graziani	Dipartimento di Comunicazione ed Economia	Ricercatore Confermato

**7. Principali pubblicazioni del P.I. e dei componenti il gruppo di ricerca negli ultimi 5 anni 2012-2016 (max 10), con eventuali indici bibliometrici:**

Guidetti M., Cavazza N., Graziani A. R. (2016). Perceived Disagreement and Heterogeneity in Social Networks: Distinct Effects on Political Participation. *Journal of Social Psychology*, 156(2), 222-242. ISSN: 0022-4545, doi: 10.1080/00224545.2015.1095707. Impact factor: 1.203.

Guidetti M., Cavazza N., Graziani A.R. (2014). Healthy at home, unhealthy outside: Food groups associated with family and friends and the potential impact on attitude and consumption. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33, 343-364. ISSN: 0736-7236, doi: 10.1521/jscp.2014.33.4.343. Impact factor: 1.903.

Graziani A. R. & Palmonari A. (2014). *Adolescenti e Morale*. Bologna: Il Mulino, ISBN: 9788815252821.

**8.Curriculum scientifico del P.I. (Max 3000 caratteri, spazi inclusi)**

**CURRENT POSITION**

Assistant professor in Social Psychology, SSD M-PSI/05, University of Modena and Reggio Emilia.

**EDUCATION**

Post-hoc research fellow at the University of Bologna, 2004-2006.

University of Bologna, Ph.D. in Social, Developmental and Organizational Psychology, 2004.

University of Bologna, M.A., Psychology, 1999, 110/110 cum laude .

**GRANTS**

"Young Researcher Grant", University of Bologna, Department of Education (2001).

University of Bologna grant for post-lauream specialization abroad (University of Kent at Canterbury, U.K.



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

(January-February 2000).

Socrates–Erasmus scholarship at the University of Kent of Canterbury , U.K. (September 1996-June 1997).

#### SUMMER SCHOOLS AND METHODOLOGICAL SCHOOLS

2002 Summer School of the Italian Association of Psychology (A.I.P.) on “Structural equation models with LISREL”.

2001 European Association for Research on Adolescence (EARA) summer school. Chexbres (CH).

#### TEACHING

Since 2015: Lecturer in Social Psychology, in the degree course of Psychological Sciences and Techniques, University of Modena and Reggio Emilia and University of Parma.

Since 2005: Lecturer in Social Psychology in the degree courses of Communication Sciences and Marketing and Communication, University of Modena and Reggio Emilia.

#### NATIONAL FOUNDED PROJECTS:

She has taken part as member of a research unit (responsible of the research unit: Prof. Nicoletta Cavazza) in several projects funded by the MIUR:

PRIN 2010-2011 “The changing political representation in Italy: The vote decision in the election cycle 2013-2015” (PI: Prof. Segatti Paolo)

PRIN 2008 “Finding your way in the election campaign : the role of epistemic authority in the decision to vote” (PI: Prof. Rossi Maurizio)

#### OTHER ACTIVITIES

Ad hoc referee for the following scientific journals: European Journal of Social Psychology, Psicologia Sociale.

Full member of the Italian Association of Social Psychology, section of Social Psychology and member of the European Association of Social Psychology.

Participation in a research project on “The existential psychological effects of work flexibility”, Fondazione Zancan, Padova.

#### RESEARCH INTERESTS

Her research interests mainly regard the development of personal and social identity in adolescence. In specific, she is interested in the role of peer groups (formal and informal) in helping their members to redefine their own identity. Her interests also concern the development of morality in adolescent and the psycho-social factors at the basis of intergroup discrimination and intragroup cooperation.

More recently, she is working on the cognitive and motivational aspects underlying the political orientation and the voting choice and on the social aspects of eating.

Her research activity is documented by scientific publications and by participation in national and



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

international conferences hold by important association, such as European Association of Research on Adolescence (EARA), European Association of Social Psychology (EASP), Associazione Italiana di Psicologia (Italian Association of Psychology).

### **9. Abstract del progetto di ricerca (max 2000 caratteri, spazi inclusi)**

La presente ricerca si propone di approfondire lo sviluppo degli stereotipi di genere legati al cibo durante l'infanzia. Un crescente corpus di studi empirici mostra che il cibo rappresenta uno strumento privilegiato di presentazione del sé: in base alla quantità e alla qualità del cibo che decidiamo di consumare, specialmente in occasioni pubbliche, possiamo influenzare l'impressione che gli altri commensali si formano di noi. In particolar modo, possiamo gestire la nostra immagine pubblica di femminilità o mascolinità.

Tuttavia, la maggior parte degli studi effettuati relativi alla relazione tra stereotipi di genere, consumo di cibo e gestione delle impressioni è stata studiata in età adulta, ossia quando tali stereotipi sono già stati interiorizzati. Scarsa attenzione è stata posta a come tali stereotipi vengono acquisiti e al ruolo che le agenzie di socializzazione svolgono in tale acquisizione. Lo scopo della ricerca qui proposta è proprio quello di individuare quando durante l'infanzia, gli individui cominciano a interiorizzare gli stereotipi di genere in ambito alimentare e cominciano a utilizzarli al fine di valutare gli altri e di presentare se stessi in pubblico. In particolare, attraverso due studi, a cui parteciperanno bambine/i con un'età compresa tra i 4 e i 10 anni, sarà analizzato lo sviluppo della connotazione stereotipica degli alimenti e degli stereotipi di genere legati al tipo e alla quantità di cibo. Inoltre, sarà considerato anche il ruolo dell'influenza familiare, soprattutto materna, e dei mass media nella acquisizione di tali stereotipi.

### **10. Stato dell'arte (max 3000 caratteri, spazi inclusi)**

La ricerca sul consumo alimentare ha ampiamente dimostrato che la scelta di cosa mangiare (o non mangiare) non è semplicemente guidata da meccanismi fisiologici interni, ma risulta fortemente influenzata anche dal desiderio di suscitare negli altri un'impressione positiva. Dal tipo di cibo che scegliamo nei diversi contesti sociali, per esempio durante una cena romantica, tra amici o di lavoro, i nostri commensali sono in grado di formarsi un'opinione di che tipo di persona siamo. Questo è particolarmente vero quando la femminilità o la mascolinità sono in gioco. Secondo diversi autori (Vartanian, Herman e Polivy, 2007) gli stereotipi di genere legati al consumo di cibo derivano da due aspetti principali: la quantità e il tipo di cibo.



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

Per quanto riguarda la quantità, numerosi studi hanno indagato l'impressione che un target femminile o maschile suscitano sulla base di quanto mangiano. I risultati evidenziano che le donne traggono maggiori vantaggi sociali se limitano l'assunzione di cibo in pubblico: quando infatti sono descritte mangiare poco sono percepite come più femminili e attraenti di quando mangiano molto (Vartanian, et al., 2007). La valutazione di un uomo invece non è influenzata dalla quantità di cibo consumata. Questi risultati hanno portato diversi autori a verificare anche al di fuori del laboratorio se le donne si comportano secondo quella che viene definita la "*eating lightly hypothesis*". Effettivamente i dati mostrano che le donne limitano l'ingestione di cibo in pubblico, per esempio quando mangiano con un partner maschile sconosciuto, specialmente se questo è attraente e se ritengono che questo le consideri poco femminili. Indagando le cause che portano alla restrizione di cibo emerge che tale comportamento deriva dal desiderio di fare una buona impressione e di apparire più femminili agli occhi dei commensali.

Per ciò che concerne il secondo aspetto, la letteratura mostra che anche il tipo di cibo ha una forte connotazione di genere e che tali stereotipi sono ampiamente condivisi non solo nel mondo occidentale. La carne, soprattutto la carne rossa, è ritenuta una pietanza tipicamente maschile, mentre la verdura, la frutta, il pesce e i latticini sono ritenuti tipicamente femminili (Vartanian, 2015; Cavazza, Guidetti, Butera, 2015). Allo stesso modo i cibi sani e leggeri sono ritenuti più adatti al palato femminile, mentre il *junk food* a quello maschile. Anche in questo caso gli studi mostrano che quando un target femminile è descritto mangiare cibi tipicamente femminili viene ritenuto più femminile, più attraente, più magro, più piacevole e più morale di quando mangia una pietanza tipicamente maschile (Vartanian et al., 2007). L'idea che le donne dovrebbero limitare l'ingestione di calorie è inoltre incoraggiata nelle società occidentali dove le donne in sovrappeso sperimentano un maggiore stigma sociale rispetto agli uomini (O'Doherty Jensen, 2003). Tale rappresentazione è anche perpetuata dalle norme culturali che, esaltando forme longilinee, equiparano la bellezza femminile con la magrezza (Polivy, Garner e Garfinkel, 1986). Di conseguenza, le pratiche di restrizione alimentare (come un mezzo per raggiungere tale forma fisica) sono diventate sempre più diffuse nel mondo femminile, così come l'insoddisfazione verso il proprio corpo (Smolak, 2006; Tiggemann, 2003).

### **11. Ipotesi, obiettivi, metodologia e risultati attesi (max 8000 caratteri, spazi inclusi)**

Attraverso la socializzazione, gli individui imparano quale è lo stile alimentare tipicamente maschile o femminile e, in particolare le donne, comprendono i benefici che derivano dal comportarsi in modo congruente con queste aspettative sociali. Pertanto, come gli studi evidenziano, soprattutto in situazioni pubbliche, gli individui tendono a preferire comportamenti che si allineino con le aspettative di genere in modo da gestire al meglio l'impressione che suscitano negli altri.



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

Tuttavia, da una analisi della letteratura emerge che la relazione tra stereotipi di genere, consumo di cibo e gestione delle impressioni è stata studiata soprattutto in età adulta. Invece, non ci sono gli studi che mostrano quando, a partire dall'infanzia, tale legame si sviluppa e quando diventa saliente che il cibo rappresenta un veicolo utile per comunicare ed enfatizzare la propria identità di genere.

In altre parole quando la bistecca diventa "un cibo da maschi" e l'insalata "un cibo da femmine"?

Allo stesso modo quando un'abbondante porzione diventa "un piatto per bambini che devono crescere" e una porzione misurata "un piatto per bambine che non devono ingrassare"?

Tale questione non è di poco conto, considerando l'impatto che gli stereotipi di genere e l'importanza che la gestione delle impressioni assumono nel passaggio dalla infanzia all'età adolescenziale. A questo proposito le adolescenti risultano più vulnerabili alle aspettative sociali: l'insoddisfazione che deriva dalla discrepanza tra il proprio corpo e l'ideale femminile trasmesso dai media e dai social network e il ricorso a diete pericolose volte alla riduzione del peso tendono a presentarsi in età sempre più precoce, spesso con conseguenze negative per il benessere psico-fisico delle ragazze coinvolte.

In particolare vogliamo approfondire:

- 1) lo studio della "*eating lightly hypothesis*" nell'infanzia: ossia quando diventa saliente negli individui lo stereotipo secondo cui le porzioni abbondanti sono tipicamente maschili, mentre le porzioni ridotte sono tipicamente femminili.
- 2) quando le diverse pietanze cominciano ad avere una connotazione di genere per cui certi cibi sono considerati tipicamente maschili e altri tipicamente femminili.
- 3) il ruolo del contesto sociale nello sviluppo di tali stereotipi di genere. Infatti, dato che l'acquisizione degli stereotipi è il risultato del processo di socializzazione, vogliamo indagare quanto tali stereotipi siano presenti e radicati nelle madri e verificare l'impatto dei mass media, in funzione del tempo e dei programmi televisivi a cui sono giornalmente esposti i bambini e le bambine.

Le attività di ricerca saranno strutturate come segue.

#### *Fase 1: Elaborazione degli strumenti di misura.*

La prima fase di ricerca sarà dedicata alla analisi della letteratura di riferimento e alla elaborazione degli strumenti idonei al raggiungimento degli obiettivi. Dato che la ricerca riguarda bambini e bambine con un'età compresa tra i 4 e i 10 anni, dovranno essere predisposti e testati strumenti ad hoc, che tengano conto delle abilità e dello sviluppo cognitivo dei partecipanti. Per fare ciò verranno creati degli stimoli visivi, seguendo paradigmi di ricerca ormai consolidati come il Sally and Anne Test, che risultano più semplici e di maggiore comprensione per bambini e bambine di questa età.



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

Per quanto riguarda il primo obiettivo, ossia verificare quando la quantità di cibo comincia ad essere associata al genere, ad ogni singolo partecipante verrà raccontata una storia riguardante un bambino di nome Luca e una bambina di nome Anna. Successivamente verranno mostrate rappresentazioni grafiche di diverse porzioni di uno stesso cibo e verrà chiesto ai partecipanti di attribuire al protagonista maschile e alla protagonista femminile la porzione ritenuta più adatta.

Una metodologia molto simile verrà impiegata per indagare il secondo obiettivo, ossia quando il cibo comincia a essere percepito come tipicamente maschile o femminile. Anche in questo caso, a ogni partecipante, dopo aver raccontato la storia di Anna e Luca, verranno mostrati i disegni di diversi tipi di alimenti e verrà chiesto ai partecipanti di attribuire al protagonista maschile e alla protagonista femminile il tipo di cibo ritenuto più adatto.

Verrà elaborato e testato un questionario da distribuire alle madri volto a misurare i loro atteggiamenti verso il cibo e la forza degli stereotipi di genere. Inoltre, dato che gli studi sugli adolescenti mostrano il ruolo dei media nella trasmissione degli stereotipi di genere, nel questionario rivolto alle madri rileveremo il tempo di esposizione e il tipo di programmi a cui le bambine e i bambini sono giornalmente esposti.

### *Fase 2: Raccolta dei dati*

Una volta che il materiale sarà predisposto e pretestato verranno contattate le scuole dell'infanzia e le scuole primarie al fine di ottenere la partecipazione dei bambini allo studio. Successivamente verrà effettuata la raccolta dei dati.

In particolare sono previsti due studi:

- Il primo studio coinvolgerà circa 100 bambini/e e le loro mamme (4-10 anni) reclutati nella scuola dell'infanzia e nella scuola primaria e verterà la relazione tra quantità di cibo e stereotipi di genere.
- Il secondo studio coinvolgerà circa 100 bambini/e e le loro mamme (4-10 anni) reclutati nella scuola dell'infanzia e nella scuola primaria e verterà la relazione tra tipi di alimenti e stereotipi di genere.

Questa parte sarà quella più impegnativa e di maggior durata del progetto.

Per quanto riguarda gli aspetti etici, gli studi si svolgeranno in ambiente scolastico in conformità con le norme vigenti e le autorizzazioni necessarie (consenso dei genitori e delle scuole partecipanti).

### *Fase 3: Analisi dei dati e restituzione*

Nella terza fase i dati raccolti saranno sottoposti ad analisi statistiche. Oltre a essere oggetto di pubblicazioni scientifiche su riviste specializzate, i risultati della ricerca saranno comunicati in conferenze scientifiche



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

nazionali (AIP - Associazione Italiana di Psicologia) e internazionali (ad esempio EASP - European Association of Social Psychology).

I risultati, inoltre, saranno "restituiti" alle scuole che hanno partecipato alla ricerca e in altre occasioni di divulgazione pubblica.

**12.Eventuali potenzialità applicative e impatto scientifico e/o tecnologico e/o socio-economico (max 3000 caratteri spazi inclusi)**

La comprensione di come gli stereotipi di genere legati al cibo possono essere acquisiti durante l'infanzia e del ruolo delle diverse agenzie di socializzazione in tale acquisizione rappresentano attualmente un tema di grande rilevanza sociale.

Il cibo, infatti, svolge una importante funzione di presentazione del sé in ambito sociale: il tipo e la quantità di cibo possono essere usate per enfatizzare l'immagine femminile o maschile che gli individui vogliono mostrare ai loro interlocutori al fine di presentarsi loro sotto una luce favorevole.

Il bisogno di adattare il proprio comportamento a tali stereotipi comincia a divenire importante in adolescenza quando gli individui avvertono maggiormente la necessità di adeguarsi agli standard sociali. Tuttavia, come la letteratura dimostra, aumenta in maniera sempre più preoccupante la vulnerabilità delle giovani adolescenti all'ideale di femminilità e bellezza trasmessi dai media e dalla cultura di riferimento: già a partire gli 11 anni di età le ragazze percepiscono una discrepanza tra ciò che sono e ciò che "dovrebbero essere" con una conseguente diminuzione di autostima e un aumento di insoddisfazione corporea. Tale insoddisfazione corporea può costituire un fattore di rischio per lo sviluppo di disturbi alimentari (Barker e Bornstein, 2010).

A livello teorico la presente ricerca si propone di ampliare la conoscenza di un ambito ancora poco esplorato: ossia capire quando nell'infanzia gli individui cominciano a considerare il cibo non solo come mezzo per soddisfare un bisogno fisiologico, ma come strumento privilegiato per comunicare la propria identità di genere e per giudicare quella altrui.

A livello più applicativo, i risultati ottenuti possono avere implicazioni sia sul piano della educazione alimentare dei bambini e delle loro famiglie, sia sul piano della educazione alimentare in ambito scolastico, dato che una percentuale di bambini sempre più ampia consuma il pasto nelle mense scolastiche.





**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

**13. Costo complessivo del progetto articolato per voci di costo:**

	Costo	Descrizione Max. 2.000 caratteri spazi inclusi
Eventuale cofinanziamento (certificato dal dipartimento)		
Costo dei contratti del personale da reclutare	2000	Contratto per raccolta ed elaborazione dati
Attrezzature, strumentazioni e prodotti software	1000	Acquisto PC
Servizi di consulenza e simili		
Altri costi di esercizio (missioni, partecipazioni a convegni, attività di disseminazione dei risultati, pubblicazioni, organizzazione convegni, seminari, materiale di consumo, ecc)	750	Partecipazione a convegni scientifici e Missioni.
<b>Totale</b>		

Data, 11/11/2016

*Anna Rita Graziani*  
Anna Rita Graziani

Firma del Responsabile scientifico