



- *L'attrazione* è uno degli aspetti fondamentali delle *relazioni interpersonali* e rappresenta uno dei temi più studiati dalla letteratura scientifica nell'ambito della psicologia.
- Secondo Homas (1974) il modo in cui consideriamo i nostri sentimenti per gli altri dipende dal **profitto**, cioè dalla quantità di gratificazioni ricevute dalla relazione meno i costi sostenuti (+gratificazone costi +attrazione)
- Ricordiamo che le relazioni sono caratterizzate da bilanci instabili di fattori che possono favorire di volta in volta soluzioni tendenzialmente opposte



- L'attrazione per altre persone e viceversa può procurare all'individuo un appagamento più o meno grande a seconda del tipo di legame, positivo o negativo, che si viene a creare.
- L'attrazione può spingere le persone ad agire anche in *maniera insensata*: per esempio quando una ragazza si licenzia da un ottimo posto di lavoro a causa della disperazione di essere stata abbandonata dal suo fidanzato.

Gergen K.J., Gergen M.M., Psicologia sociale, Bologna, Il Mulino, p. 127.



- G. Mikula ha descritto l'evoluzione della ricerca scientifica sulle **relazioni interpersonali**, in particolare sul **fenomeno dell'attrazione** che ha attraversato varie fasi.
- Gli esponenti più rappresentativi del primo periodo sono stati J.L. Moreno, L. Festinger, H.H. Jennings e T.M. Newcomb.
- Questi autori si sono occupati dell'attrazione per il ruolo che riveste come fattore originario e iniziale di un legame fra persone.

G. Mikula, Personal relationships: Remarks on the curtrent state of research, "European Journal of Social Psychology", 14 (1984).

J.L. Moreno, Who shall survive? A new approach to the problem of human interrelations, Washington 1934 (tr.it. Principi di sociometria, Milano, Etas Compas, 1964);

L. Festinger, Informal social communication, "Psychological Review", 57 (1950);

H.H. Jennings, Leadership and isolation, new York, Longman, 1950;

T.M. Newcomb, The acquaintance process, New York, Holt, Rinehart & Winston, 1961.



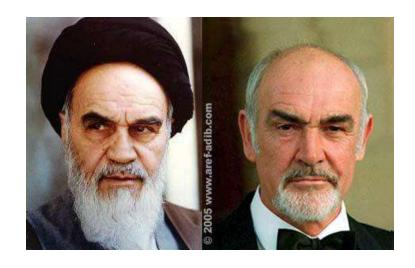
- A partire dagli anni Sessanta si ha un secondo momento, caratterizzato dalla tendenza di Byrne a verificare in termini sperimentali il rapporto già messo in luce dalle ricerche precedenti fra l'attrazione e somiglianza di atteggiamenti.
- Byrne sosteneva la necessità di una *teoria che dovesse guidare la ricerca sperimentale* e a questo proposito si rivolse dapprincipio alla teoria stimolo-risposta; in seguito però la ritenne inappropriata e andò orientandosi verso la teoria dell'equilibrio.

D.E. Byrne, The attraction paradigmm, New Yorlk, Acad. Press, 1961.



Molti studiosi hanno sollevato delle obiezioni all'impostazione di Byrne e alla sua eccessiva accentuazione del tema della somiglianza: infatti, come è stato rilevato l'attrazione viene stimolata dalla somiglianza solo a determinate condizioni, mentre in altre la somiglianza di per sé potrebbe essere addirittura un elemento sfavorevole (per esempio quando mette in pericolo la percezione che abbiamo di noi stessi come persone originali).

I. Ajzen, Effects of information on interpersonal attraction: Similarity versus affective value, "Journal of Personality and Social Psychology", 29 (1974); T.L. Huston - G. Levinger, Interpersonal attraction and relationship "Annual Review of Psychology", 29 (1978).



- La terza fase è caratterizzata da una ricchezza di materiale nel settore, e dall'istituzione di associazioni per lo studio delle relazioni, *International Network on Personal Relationships*, *International Society for the Study of Personal Relationships* e di un periodico specifico, *Journal of Social and Personal Relationship*.
- In questa fase l'attenzione degli studiosi è rivolta non solo a indagare i momenti iniziali della formazione di un legame a differenza delle fasi in precedenza ricordate bensì ne esamina anche i successivi, vale a dire quelli della conservazione e dell'esaurimento; inoltre vi è un frequente ricorso a metodi empirici allontanandosi dalla sperimentazione condotta solo in laboratorio.



R.A. Hinde, *Towards understanding relationship*, london, Academic Press, 1979 (tr.it. *Le relazioni interpersonali*, Bologna, Il Mulino, 1981.

Hinde (1979) da una definizione del concetto di relazione e ne descrive le diverse componenti strutturali. Esse sono:

- il contenuto,
- la varietà,
- la qualità,
- la frequenza relativa e le modalità ricorrenti delle interazioni,
- la simmetria o complementarità dei rapporti,
- l'intimità,
- la percezione reciproca e l'impegno che li caratterizzano.

I principali motivi di attrazione possono essere:

- 1. La vicinanza;
- 2. il possesso di caratteristiche socialmente desiderabili;
- 3. la somiglianza di atteggiamenti;
- 4. la complementarità di caratteristiche;
- 5. la **percezione di sé** da parte degli altri;
- 6. l'interessamento altrui;
- 7. la presenza di circostanze ansiogene;
- 8. la bellezza fisica.





1.La vicinanza

- La vicinanza può essere causa di attrazione interpersonale per la maggiore interazione che si stabilisce fra i soggetti vicini spazialmente.
- Può portare i soggetti a conoscersi, a piacersi e poi a costituire delle relazioni stabili nel tempo e socialmente riconosciute.
- Le ricerche che sostengono la tesi sono di Festinger, Schachter, Back, Gullahorn.
- Ad es. le persone che abitavano appartamenti vicini facevano amicizia più facilmente che non se abitassero in appartamenti distanti.

J. T. Gullahorn, Distance and friendship as factors in the gross interaction matrix, "Sociometry", 15 (1952).

L. Festinger - S. Schachter - K. Back, Social pressures in informal group: a study of human factors in housing, New York, Harper & Row, 1950.

1.La vicinanza

- La vicinanza inoltre accresce la familiarità e ciò è dimostrato dallo studio di Zaionc che ha presentato a degli individui foto di sconosciuti: lo sconosciuto che veniva presentato più volte risultava essere preferito.
- Kendall ha dimostrato come i soggetti più vicini in ordine alfabetico facevano più facilmente amicizia.



R.B. Zajonc - W.C. Swap - A.A. Harrison - P. Roberts, Limiting conditions of the exposure effects.
 Satiation and relativity "Journal of Personality and Social Psychology", 18 (1971),

 P. Kendall, Medical education as a social process, "American Sociological Association", agosto 1960.



2.Il possesso di caratteristiche socialmente desiderabili

- Il possesso di caratteristiche socialmente desiderabili provoca attrazione. Lo sostiene Newcomb nella ricerca condotta presso un *college femminile* dove è risultato che le ragazze che condividevano i valori ideologici dominanti dell'Istituto possedevano un alto livello di preferenza.
- Un altro ricercatore, Bonney, ha messo in luce come lo *status socioeconomico* costituisca una componente rilevante nella formazione dell'amicizia.

T.M. Newcomb, personality and social change: attitude, formation in a student comunity, New York, Holt, Rinehart & Winston, 1943.

M. E. Bonney, Relationships between social success, family size, socio-economic home background and intelligence among school children in grades III to V, "Sociometry", 7 (1944).



3.La somiglianza di atteggiamenti

- Similarità di atteggiamenti, gusti, opinioni, valori tra le persone genera attrazione. Lo dimostrano Byrne e Griffitt nel loro esperimento svolto su un gruppo di studenti universitari che preferivano unirsi a coloro che avevano i loro medesimi interessi. La somiglianza genera sicurezza nell'individuo, che si sente compreso e sostenuto nelle sue idee. Gratifica e aumenta l'autostima.
- Anche nel lavoro di Newcomb la somiglianza di posizioni ideologiche favorisce l'instaurarsi di positive relazioni fra le persone.

D. Byrne - W. Griffitt, Interpersonal attraction, "Annual Review of Psychology", 24 (1973); cfr. anche D. Byrne - J. Lamberth, Reinforcement theories and cognitive theories as complementary approaches to the study of attraction, in: B.I. Murstein, (a cura di), Theories of love and attraction, New York, Springer, 1971.



4.La complementarità di caratteristiche (teoria desueta)

- Sebbene la teoria prevalente indica che la somiglianza nei modi di essere e comportarsi provoca attrazione, alcuni credono nella complementarità come fonte di attrazione, nel senso che le persone tendono ad avvicinarsi e ad apprezzarsi se in qualche modo possono completarsi l'un l'altro, ad esempio sotto il profilo del carattere.
- La somiglianza non genera sempre attrazione, soprattutto se mette in discussione la percezione che abbiamo di noi stessi come individui singolari e irripetibili o presenta aspetti negativi (es. malattie mentali).
- La complementarità implica un'integrazione reciproca fra le due persone per quanto riguarda le proprie e altrui necessità: per esempio a un uomo tendenzialmente malinconico può piacere una donna di temperamento vivace.





5. La percezione di sé da parte degli altri

- Se i sentimenti di identità personale vengono creati dalla scelta delle definizioni sociali allora il concetto che un individuo ha di se può dipendere dalla situazione sociale.
- Tre processi sociali
- Il sé autoriflettente la società ci offre uno specchio per la nostra immagine, il concetto si sé o autostima
- Effetti del confronto sociale cioè confronto con gli altri
- Differenze sociali: in cosa mi distinguo? Il modo in cui noi ci definiamo dipende dalle risposte e dalla presenza degli altri



6.L'interessamento altrui

- Quando ci troviamo in difficoltà il calore umano ci è di grande conforto; la compagnia di un amico, un gesto affettuoso, una buona parola, ci rendono sensibili all'attrazione verso quanti hanno simili attenzioni nei nostri confronti.
- La ricerca di C.R. Rogers ha confermato che i sentimenti umani sono di grande aiuto per il nostro benessere interiore e per il nostro senso di autostima: in realtà sentiamo la necessità di essere tenuti in considerazione e di godere il più possibile dell'apprezzamento altrui.
- Rogers sottolinea come fin da piccolo l'essere umano abbia bisogna dell'affetto dei genitori per poter guadagnare sicurezza e fiducia in sé stesso.

C.R, Rogers, On becoming a person, Boston, Houghton Mifflin, 1961.



6.L'interessamento altrui

Al riguardo si può anche ricordare un importante test eseguito da E. Walster: una serie di ragazze convinte di aver ottenuto un risultato negativo nell'esecuzione dell'esperimento manifestavano poi evidente attrazione nei confronti di un giovane collaboratore che cercava di confortarle.

E. Walster, The effect of self-esteem on romantic liking, "Journal of experimental social psychology", 1 (1965).



7.La presenza di circostanze ansiogene

- Schachter ha elaborato il concetto di "affiliazione" (affiliation) in un esperimento in cui risultava che un gruppo di persone convinte di trovarsi in una situazione di pericolo tendevano a preferire la reciproca compagnia, mentre ciò non accadeva con un altro gruppo non esposto all'ansia: l'aggregazione fra persone che si sentono in pericolo diminuisce lo stato di paura.
- La tesi di Schachter si adatta ad altre situazioni: per es. quando durante una discussione un soggetto è messo in difficoltà e si sente insicuro delle proprie opinioni, manifesta una tendenza al conformismo e ad allinearsi su posizioni accettate da altri per ottenere il loro consenso

S. Schachter, The psychology of affiliation, Stanford, Univ. Press, 1959.



7.La presenza di circostanze ansiogene

- Poiché una situazione ansiogena può venire alleviata grazie allo scambio di informazioni fra le persone che ne sono coinvolte, e che pertanto tendono ad "affiliarsi", anche lo stesso scambio di informazioni diventa un motivo di attrazione interpersonale.
- Così si spiega perché vengono generalmente apprezzate le persone che ci forniscono un'informazione attendibile e disinteressata, benché anche critica, su una situazione negativa nella quale ci troviamo.
- Bisogna tuttavia considerare che in certi casi che comportano estrema sofferenza sarebbe frustrante apprendere in maniera cruda e impietosa come stanno realmente le cose.
- Di fronte ad insuccessi particolarmente dolorosi è più facile che il soggetto sia attratto da qualcuno che gli dà modo di aggrapparsi a illusioni.





- L'esperimento di Milgram fu un esperimento di psicologia sociale condotto nel 1961 dallo psicologo statunitense Stanley Milgram il cui obiettivo era lo studio del comportamento di soggetti ai quali un'autorità, nel caso specifico uno scienziato, ordinava di eseguire delle azioni in conflitto con i valori etici e morali dei soggetti stessi.
- L'esperimento della prigione dell'Università di Stanford fu un esperimento psicologico volto a indagare il comportamento umano in una società in cui gli individui sono definiti soltanto dal gruppo di appartenenza. L'esperimento prevedeva l'assegnazione, ai volontari che vi parteciparono, dei ruoli di guardie e prigionieri all'interno di un carcere simulato. Fu condotto nel 1971 dal professor Philip Zimbardo.



8.La bellezza fisica

All'interno del fenomeno generale dell'attrazione assume una particolare importanza quello più specifico dell'attrattiva fisica, o come comunemente chiamata, la "bellezza fisica", cioè quell'insieme di componenti percettive somatiche e dinamiche che, insieme ad altre o talvolta principalmente, possono rendere una persona attraente agli occhi di un'altra.



- La ricerca in questo settore ha cercato soprattutto di indagare se e in che misura l'attrattiva della bellezza fisica determini a favore di chi ne è dotato una facilitazione dei rapporti sociali a vari livelli.
- Ne è derivata una discussione sul cosiddetto stereotipo "bello = buono" (the beautiful is good stereotype).



Cioè il pregiudizio profondamente radicato nella civiltà secondo cui la persona connotata come "bella" (in base ai parametri presupposti da un determinato contesto culturale) sarebbe anche caratterizzata da tratti della personalità, valori morali e attitudini positive, tali da renderla socialmente più accettabile, mentre il contrario accadrebbe con una persona percepita come "brutta".

Tale impostazione ha trovato sostegno nei fondamentali studi di Sigall e Landy (1973), Landy e Sigall (1974), Durham e Grossnickle (1974) e Kaplan (1978).

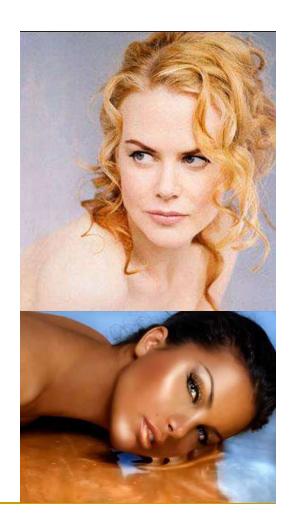
- La bellezza fisica rappresenta un potente mezzo di attrazione e seduzione;
- non si può nascondere il fascino rappresentato dagli occhi espressivi, da un vestito provocante, da un portamento elegante.
- Quotidianamente ci capita di sentire frasi del tipo: "non è bello ciò che è bello ma è bello ciò che piace", "la bellezza è soggettiva", e cose del genere.
- L'idea di bellezza appare legata a criteri di gusto estetico e sembra variare a seconda dei contesti culturali
- In realtà dobbiamo differenziare la bellezza biologica da quella culturale

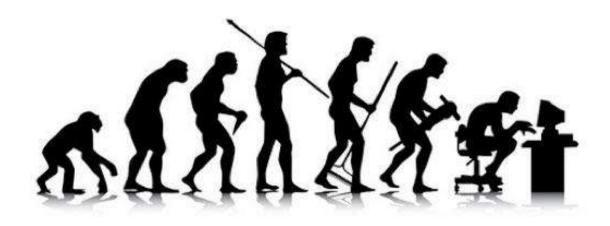




- Ad esempio in una parte delle culture extraeuropee vengono apprezzate le rotondità del corpo femminile, mentre la magrezza appare essere solo un segno di indigenza;
- Nella cultura occidentale, al contrario, la donna magra assume un aspetto più fine ed elegante (pensiamo al mondo della moda), che viene ricercato in maniera ossessiva, soprattutto dalle adolescenti, tanto da provocare gravi disturbi dell'alimentazione (bulimia e anoressia).

- Nell'antichità nessuna donna di ceto elevato sarebbe stata disposta a perdere un colorito latteo perché l'avrebbero scambiata per una contadina che lavorando nei campi e restava esposta ai raggi del sole (nei vasi greci le donne sono di norma raffigurate in bianco, gli uomini in rosso o nero).
- Oggi le donne si sottopongono a lunghe e pericolose abbronzature certe di aumentare la propria attrattiva fisica.
- Ciò che avviene per le civiltà vale anche per i singoli, per questo le preferenze estetiche mutano soggettivamente.
- Il fatto che un uomo prediliga certi particolari del corpo femminile non è casuale, ma si lega al suo carattere, alla sua formazione, alla sua esperienza di vita.





- Darwin (1871) ha osservato che "l'uomo è largamente, anche se non esclusivamente influenzato dall'esteriorità, nella scelta della propria compagna".
- Gli psicologi sociali hanno confermato le osservazioni di Darwin sull'importanza della bellezza fisica nei comportamenti sociali.
- Si è osservato come la bellezza influenzi molti aspetti della vita, come la felicità dei matrimoni, la propria posizione economica, i comportamenti e le reazioni tra gli individui

(Berscheid e Walster, 1974; Cash, 1981; Hatfield e Sprecher, 1986).



- Ricordiamo che l'aspetto esteriore è utilizzato dagli animali come principale mezzo di comunicazione
- Esistono diversità culturali per **l'abbellimento (artificiale) del corpo**, ma rimangono validi gli stessi principi e caratteristiche generali (mode e simboli concordati sono variabili)

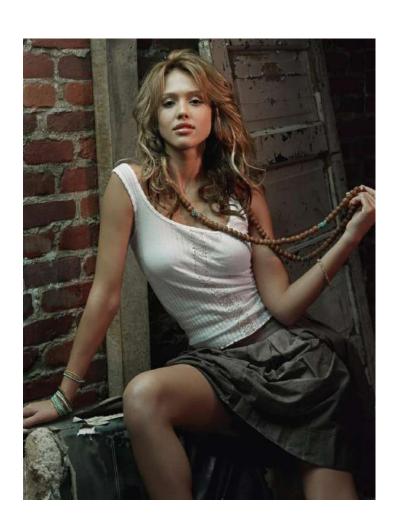
La bellezza è composta da:

Fattori intrinseci

Elementi universali, indipendenti dalla cultura

Fattori estrinseci

contingenti, legati al contesto storicoculturale



Jessica Alba



I fattori intrinseci sono:

la statura, la conformazione dei denti, la grandezza della pupilla, il colore dell'iride, la presenza di occhiali, l'assenza o presenza di barba, la lunghezza ed il colore dei capelli, la grandezza e rotondità di occhi e labbra, le proporzioni del volto, la colorazione della pelle, la forma e grandezza del naso, il peso, la conformazione muscolare, il rapporto fra larghezza dei fianchi e della vita, la conformazione delle gambe, la presenza di difetti dermatologici come nei, lentiggini

I fattori estrinseci sono rappresentati dal trucco tra babyshness e maturità sessuale:

- Ombreggiare gli occhi per farli più grandi
- Collirio per dilatare le pupille
- Colorare le guance per zigomi più alti
- Fondo tinta per una pelle più perfetta e luminosa
- Rossetto per labbra più grandi e carnose
- Chirurgia per ridurre il naso



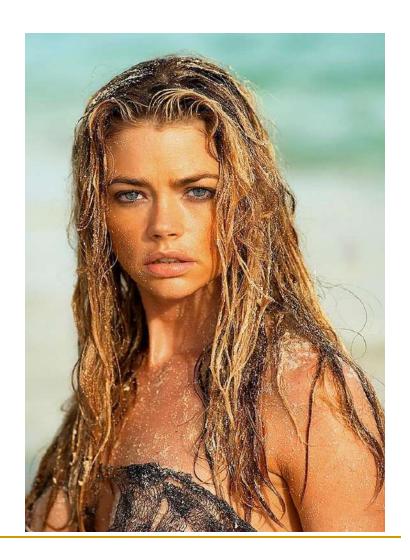


La bellezza fisica ha un ruolo estremamente importante nella vita sociale. Le persone attraenti sono favorite perché vengono loro attribuiti i tratti di personalità "socialmente desiderabili"

Halle Berry

Le persone attraenti sono percepite come più socievoli, brillanti, intelligenti, con maggior competenza sociale, maggior equilibrio mentale

Vengono corteggiate di più, sono maggiormente accettate dai coetanei, valutate meglio dagli insegnanti, ricevono più atti di altruismo, hanno matrimoni migliori, ricevono sanzioni più lievi, risultano favorite nel lavoro e nelle interviste



Denise Richards



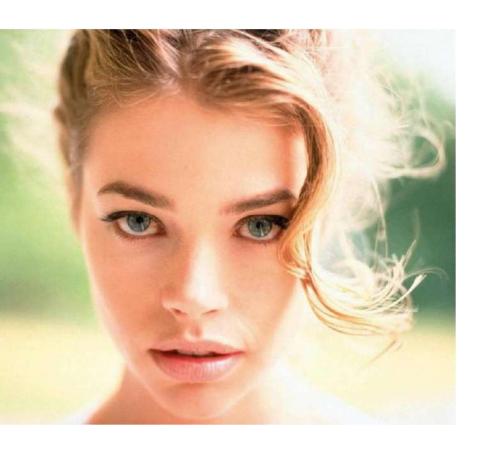
Darwin (1871) già riteneva che la bellezza fosse più importante nelle donne ed avesse la funzione di attrarre sessualmente

Bellezza e giovinezza in una donna garantiscono successo riproduttivo: indica che la donna possiede geni privi di deformità, periodo lungo di fertilità, è struttura fisica per sopportare la gravidanza (fra 50 e 80 mila calorie per dare alla luce un bambino sano, da 500 a 1000 al giorno per l'allattamento)

Relativamente al **volto** risulta efficace il cosiddetto **"baby schema"**

- Già Konrad Lorenz (1943) dimostrò standard universali di bellezza del volto cross-specie
- Caratterizzano il neonato o il cucciolo: occhi grandi, fronte ampia, naso piccolo e tondo, guance paffute, bocca e mento piccoli, pelle soffice e colorazione diversa dall'adulto
- Questi elementi sono in grado di stimolare risposte istintive di protezione e cura





Nella donna la bellezza è determinata da alcuni componenti del "baby schema" insieme a indicatori di "maturità sessuale"

Ai **tratti infantili** appartengono: occhi più grandi, naso e mento piccoli e tondi, bocca piccola e pelle soffice

Ai **tratti maturi** appartengono: zigomi più alti, guance incavate, labbra carnose, fronte meno spaziosa, sopracciglia più alte, sorriso più largo, pupille dilatate

Denise Richards





Immagine della modella Kate Moss e di una bambina di quattro anni che ha partecipato all'esperimento ipotesi di "infanzia". Il viso di Kate Moss mostra chiaramente caratteristiche di "babyschema", ma allo stesso tempo include anche le caratteristiche femminili mature come gli zigomi alti e prominenti e le guance concave che vengono accentuate uniformemente usando il make-up. Cunningham (1986) afferma che la presenza di entrambe le caratteristiche caratterizzano i volti molto attraenti.

http://www.uni-regensburg.de/Fakultaeten/phil_Fak_II/Psychologie/Psy_II/beautycheck/english/kindchenschema/kindchenschema.htm



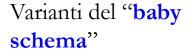
Face 1 50% child 50% adult woman



Face 2 40% child 60% adult woman



Face 3 30% child 70% adult woman





Face 4
20% child
80% adult woman



Face 5 10% child 90% adult woman



Face 6 0% child 100% adult woman



Volto femminile prototipico di alta attrattiva ("faccia sexy")



Prototipo del volto femminile di scarsa attrattiva ("faccia non-sexy")

Caratteri tipici del "volto sexy" femminile rispetto al "volto non-sexy"

- 1. Pelle abbronzata
- 2. Forma del viso ovale
- 3. Meno grasso
- 4. Labbra più piene
- 5. Distanza fra gli occhi leggermente maggiore
- 6. Sopracciglia più scure e strette
- 7. Ciglia più lunghe e più scure
- 8. Zigomi più alti
- 9. Naso più stretto
- 10. Nessun "cerchio" attorno agli occhi
- 11. Palpebre più sottili





- Questa donna è stata trovata come la più attraente dai soggetti sperimentali. Anche il personale dell'agenzia di modelle l'ha selezionata come adatta per una carriera di modella.
- Ma questa persona non esiste nella realtà è stata calcolata mescolando insieme gli otto volti femminili originali più attraenti. La pelle è assolutamente perfetta e in realtà sembra piuttosto artificiale. Ma è questo tipo di perfezione che attrae soggetti campione.





http://www.uni-regensburg.de

Immagine di un volto medio (composto da 16 facce femminili) che è stato creato usando la "tecnica di sovrapposizione", come è stata ampiamente utilizzata negli studi precedenti sull'attrattiva del volto umano (da Grammer, 1995, "Signale der Liebe", Verlag, Germania). È stato creato nel 1990 con una tecnologia all'avanguardia di quel tempo. Oggi, con processori più potenti e programmi software migliorati, è possibile eseguire ricerche con immagini molto più realistiche, come quella mostrata a destra, che è stata calcolata usando la tecnica di "morphing" da 16 facce originali, allo stesso modo.

Claudia Schiffer sembra perfetta. In realtà il suo volto è stato rifinito elettronicamente. La pelle ottiene la sua perfezione utilizzando diversi filtri, perciò i brufoli, i grandi pori e le piccole rughe scompaiono. Le irregolarità e le rughe più grosse della pelle (ad esempio sotto l'occhio) vengono ritoccate manualmente. Tutti i colori possono essere cambiati, ad esempio: i denti hanno questo colore bianco brillante, il colore della pelle può essere reso più bruno e l'azzurro degli occhi si intensifica. Gli occhi sono lavorati con filtri di design nitidi e quindi sembrano più vivaci e interessanti. La manipolazione della parte bianca degli occhi è particolarmente evidente. È fortemente luminosa (vedi l'occhio destro che si trova leggermente all'ombra e dovrebbe normalmente sembrare grigio-chiaro). Così gli occhi sembrano essere più grandi, più giovani e più belli.



Relativamente al fisico la fertilità viene percepita con un rapporto WHR *vita/fianchi* = 0,7

Nella ricerca di **Devendra Singh** sulle Miss America dal 1923 al 1990 corrisponde a **88-60-90** di seno, vita, fianchi

Nella ricerca di **Baccara e Kermol** i risultati sono stati:

Campione: 315 modelle

Età media 24,4 anni

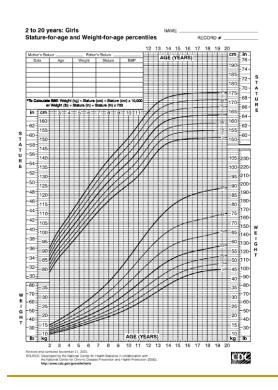
Seno: **87,9** cm

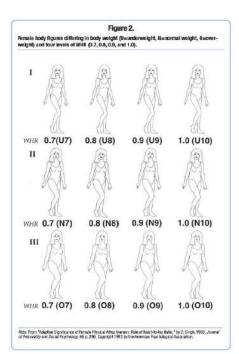
Vita: **61,8** cm

Fianchi: **90,1** cm



Percentili di età, peso e altezza









- A partire dai 3 ai 6 mesi di vita i bambini **preferiscono**, sulla base del grado di attenzione prestato, **volti giudicati** precedentemente **attraenti** da campioni di individui adulti.
- Langlois e Roggman (1990)
 ipotizzano la presenza di
 dimensioni di giudizio universali
 e sovraculturali sulle caratteristiche
 che definiscono l'attrattività dei volti,
 condivisi da neonati, bambini ed
 adulti.



Neonati fra 14 e 151 ore (Slater, 1998)

Belle: 61,5%; brutte: 38,5%



(Kermol, Giacopello, 2000)

Belle: 66,5%; brutte: 33,5%

- L'immagine conta molto ai fini di un primo contatto: una presenza curata influisce in maniera positiva sull'idea che gli altri hanno di noi e sugli atteggiamenti e intenzioni da loro in seguito assunti.
- All'inizio *l'aspetto esteriore* è ciò che più conta in un rapporto interpersonale.





- Ciò è stato dimostrato in vari esperimenti di Walster.
- *L'attrattiva fisica* è risultata essere un fattore più importante di *intelligenza* e *personalità*.
- In esso si facevano incontrare delle coppie per un ballo, con l'obiettivo di capire che cosa piaceva di più dell'eventuale partner: l'intelligenza, la personalità oppure l'aspetto fisico.
- Risultò che l'attrattiva fisica costituiva per i maschi (meno per le ragazze) il fattore principale di attrazione.

Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. Journal of Personality and Social Psychology, 4(5), 508-516.



- Esiste un meccanismo psichico, denominato della comparabilità, in base al quale un uomo rinuncia al tentativo di sedurre una donna avente un elevato grado di bellezza esteriore se convinto di essere poco affascinante o scarsamente dotato sotto altri aspetti.
- Kiesler e Baral lo dimostrano in un esperimento condotto in due fasi: nella prima inducevano nei soggetti livelli più o meno elevati di autostima, nella seconda li esponevano a un incontro apparentemente casuale con una ragazza, la quale a sua volta doveva apparire ad alcuni in atteggiamento più attraente, ad altri meno.

S. Kiesler - R. Baral, The search for a romantic partner. The effect of self-esteem and physical attractiveness on romantic behavior, in K. J. Gergen - D. Marlowe (a cura di), Personality and social behavior, Reading, Addison-Wesley, 1970.



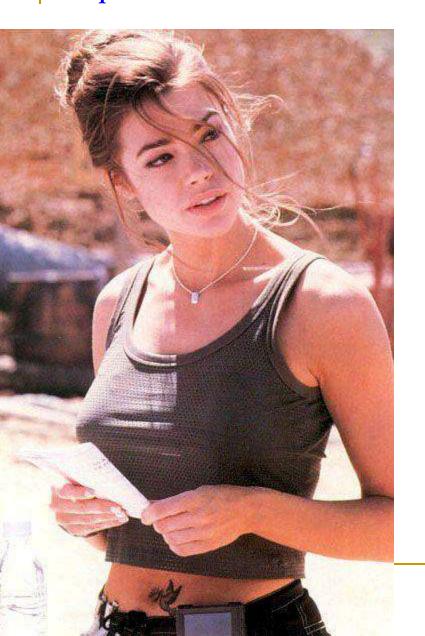
- Si notò che i soggetti con scarsa autostima evitavano ogni tentativo di conquista della ragazza in aspetto attraente, non contando su alcuna possibilità di successo, mentre erano disposti a farlo quando la ragazza si presentava in aspetto più dimesso.
- Agivano in tal modo nel timore di incorrere in situazioni imbarazzanti e brutte figure, avendo puntato su un obiettivo al di sopra delle loro possibilità.
- Emerse anche che i medesimi soggetti erano disposti a cogliere l'occasione favorevole nel caso in cui la ragazza avesse mostrato segni di interessamento.

S. Kiesler - R. Baral, The search for a romantic partner. The effect of self-esteem and physical attractiveness on romantic behavior, in K. J. Gergen - D. Marlowe (a cura di), Personality and social behavior, Reading, Addison-Wesley, 1970.

- Bisogna distinguere fra il punto di vista maschile e femminile nei confronti della bellezza.
- Gli uomini tendono ad essere più sensibili all'aspetto fisico di una donna
- Le donne prendono in considerazione altri elementi, quali la capacità economica, la comunanza di interessi, l'affinità di gusti e abitudini, e sono maggiormente influenzate da un comportamento affettuoso e romantico da parte del compagno.
- Mentre un uomo acquista potere agli occhi degli altri se ha vicino a sé una donna bella, la donna non acquisisce nessun particolare valore accompagnandosi a un uomo bello.



S.B. Hamida - S.Mineka - J.M. Bailey, Sex differences in perceived controllability of mate value: An evolutionary perspective, "Journal of Personality and Social Psychology", 75 (1998).



- La bellezza può indurre a fare illazioni circa il carattere, la personalità e gli interessi di una persona.
- Landy e Sigall hanno messo in luce come ci fosse una stretta relazione tra le prime impressioni che ci facciamo guardando una foto e la valutazione del soggetto raffigurato in essa.
- Hanno lavorato con studenti universitari sottoponendoli a un test che prevedeva che valutassero dei temi scritti di alcune studentesse.
- Ad ogni tema era allegata una foto dell'autrice.

D. Landy - H. Sigall, Beauty is talent? Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness, "Journal of Personality and Social Research", 29 (1974).

- Apparentemente gli studenti valutavano i temi in modo equo, in realtà venivano influenzati dall'attrattiva della ragazza, specialmente quando il compito non era stato ben svolto dalla stessa e risultavano di conseguenza più indulgenti verso una bella ragazza.
- Altri autori hanno fatto rilevare che spesso a una persona fisicamente attraente tendono a venire attribuite anche circostanze favorevoli nella vita sociale e professionale.

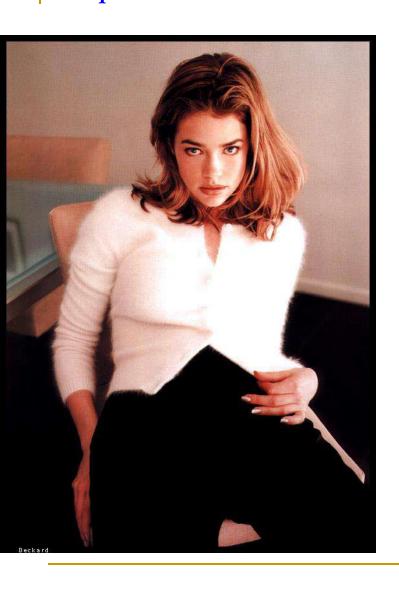


 E. Berscheid - E. Walster, A little bit about love, in T.L. Huston (a cura di), Foundations of interpersonal attraction, Londra - New York, Academic Press, 1974.



- E' stato osservato che in presenza di una valutazione positiva della personalità di una ragazza, accompagnata dalla sua foto, anche il giudizio sulla sua bellezza fisica da parte di soggetti maschi poteva migliorare.
- Bisogna tener presente tuttavia che il giudizio sulla bellezza femminile può essere sottoposto a variazioni dovute all'effetto di "trascinamento".

A. E. Gross - C. Crofston, What is good is beautiful, "Sociometry", 40 (1977).



Scopo dell'esperimento è quello di verificare l'effetto di contrasto, presentando due foto dell'attrice Denise Richards, ancora sconosciuta in Italia, assieme alle foto di altre ragazze. Abbiamo scelto questa attrice per meglio "mimetizzarla" tra le studentesse facendo credere che lo fosse anche lei. Inoltre si voleva analizzare se gli studenti sottoposti a test riconoscevano le stesse ragazze che comparivano in entrambi gli album di foto.



- Queste le ipotesi di partenza:
- Stabilire quanto il fattore "bellezza" influenzasse il giudizio sulle categorie di personalità.
- Stabilire se la presenza di una ragazza considerata come "bella" potesse abbassare il giudizio sulle altre ragazze.
- L'influenza dell'abbigliamento sul quadro generale della personalità.
- Verificare se i 120 soggetti sottoposti a test riconoscessero le ragazze nelle due serie di album.



 Un questionario da sottoporre ai soggetti secondo la tecnica del differenziale semantico che prevedeva una scala a intervalli:

ricca

simpatica

ingenua

responsabile

sincera

modesta

attraente

studiosa

altruista

mite

intelligente

divertente

generosa

povera

antipatica

maliziosa

irresponsabile

falsa

vanitosa

brutta

svogliata

egoista

aggressiva

ottusa

noiosa

avara

Ento 2 modalità 1



- Nella prima modalità la foto di Denise Richards appariva per prima in ognuno dei due album (n. 1 e 7).
- Nella seconda modalità la foto di Denise Richards compariva per ultima (n. 6 e 12).

Foto 1 modalità 2

	<u>Foto 2 moa</u>	aiita 1		Foto 1 modalita 2			
			medie: M =	maschi F = femmine	;		
•							
•	<u>ricca</u>	M 4,10	F 3,90		M	3,46	F 3,63
•	simpatica	M 4,00	F 3,63		M	3,93	F 3,83
•	<u>ingenua</u>	M 3,76	F 3,96		M	4,83	F 4,66
•	<u>responsabile</u>	<u>e</u> M 2,90	F 2,96		M	3,16	F 3,66
•	<u>sincera</u>	M 3,53	F 3,00		M	4,10	F 4,03
•	<u>modesta</u>	M 4,03	F 3,26		M	4,80	F 5,16
•	<u>attraente</u>	M 3,96	F 3,96		M	3,00	F 3,03
•	studiosa	M 3,13	F 2,33		M	3,16	F 3,50
•	<u>altruista</u>	M 3,53	F 3,30		M	4,50	F 4,13
•	<u>mite</u>	M 3,73	F 3,03		M	4,76	F 3,96
•	<u>intelligente</u>	M 3,20	F 2,66		M	2,96	F 3,16
	<u>divertente</u>	M 4,16	F 4,23		M	3,66	F 4,30
	generosa	M 3,23	F 3,50		M	4,13	F 4,26



	Attrice		Studentessa
	Ricca	3,16	4,00
	Ingenua	5,41	3,86
	Responsabile	4,25	2,93
•	Sincera	4,88	3,26
•	Modesta	5,83	3,65
•	Attraente	1,78	3,96
•	Studiosa	3,93	2,73
•	Altruista	4,95	3,41
•	Mite	5,03	3,38
	Generosa	4,08	3,36

Punto 1: il fattore bellezza influenza il giudizio sulle categorie di personalità.

- i dati dimostrano che l'attrice Denise Richards seppur apprezzata per la sua bellezza in misura costantemente maggiore rispetto alle altre modelle, non ottiene delle valutazioni altrettanto positive sui valori di personalità e ciò lascia ipotizzare che potrebbe non riscontrare alcuna facilitazione, ma al contrario una certa difficoltà nei rapporti umani.
- Soffermandoci con più attenzione nell'esame dei confronti dell'attrice con le modelle emerge un fenomeno interessante: l'attrice in ogni caso viene giudicata ricca (prima modalità, prima versione = 3,16; seconda versione = 2,51) e molto bella (prima modalità, prima versione = 1,78; seconda versione = 1,55), e talvolta la bellezza e il benessere economico si associano ad altri tratti, quali l'intelligenza e l'esser divertente. Ma il favore che riscontra a proposito di tali categorie, non l'avvantaggia nel giudizio circa valori interiori quali la responsabilità, la sincerità, la modestia, l'altruismo, la mitezza ed infine la generosità. L'attrice risulta inferiore rispetto alle altre ragazze in particolare per gli aggettivi "maliziosa", "falsa", "vanitosa", "aggressiva", "egoista".

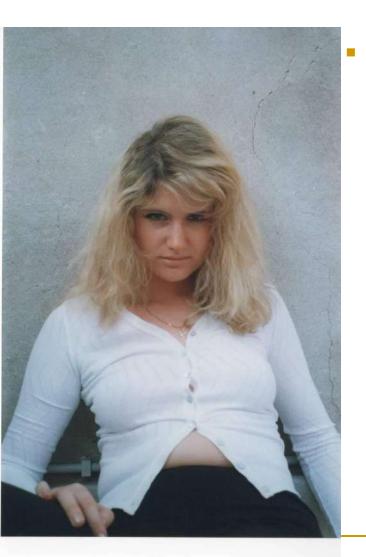


Entrambe queste considerazioni ci sembra che mettano in discussione la validità dello stereotipo "bello = buono" di cui già ampiamente si è parlato nelle precedenti sezioni, evidenziando a nostro parere i limiti di una connessione troppo automatica fra percezione della bellezza e tratti di personalità. Infatti, non solo l'attrice pur valutata per la sua bellezza non ottiene valutazioni elevate per la maggior parte degli altri qualificatori, ma anche le modelle delle altre foto, considerate di bellezza medio-bassa (come risulta dai grafici), vengono giudicate, al contrario, molto spesso positivamente in relazione alle altre qualità. In tal modo lo stereotipo risulta smentito, nel nostro esperimento, in tutti e due i suoi aspetti: che il bello sia necessariamente buono e che il brutto sia necessariamente cattivo.



Punto 2. la presenza di una ragazza considerata come "bella" può abbassare il giudizio sulle altre ragazze.

Riguardo la seconda questione abbiamo potuto concludere, sempre sulla base dell'analisi dei grafici, che effettivamente si è verificato l'"effetto di contrasto" nel modo che era stato illustrato nello studio di Kenrick e Gutierres (1980). A risentirne in misura maggiore rispetto alle altre è stata la modella in posizione immediatamente successiva all'attrice (la modella della foto 2 in prima modalità). Questo risultato particolarmente significativo è emerso dal confronto dell'attrattiva suscitata dalle ragazze nella prima modalità rispetto alla seconda, quando cioè vengono giudicate prima dell'attrice. Ora, osservando i grafici sull'attrattiva fisica si può notare come nella prima modalità, quando l'attrice viene vista per prima e ad essa seguono le altre modelle, i punteggi sulla bellezza delle ragazze si collocano tra 4 e 5, ottenendo quindi dei giudizi piuttosto mediocri; quando invece, nella seconda modalità, ad essere esaminate per prime sono le modelle, le valutazioni sono più flessibili in quanto i punteggi si collocano in fasce più ampie.



Ad esempio, la modella della foto n. 2 in prima modalità, corrispondente alla foto n. 1 in seconda modalità, risulta, in quest'ultimo caso, più attraente di 0,95 punti nella prima versione e di 0,35 punti nella seconda. Anche la modella della foto n. 3 della prima modalità (in modalità 2 corrispondente alla foto n. 2), vista prima dell'attrice guadagna qualche punto in attrattiva in entrambe le versioni. La modella della foto n.4 della prima modalità (che corrisponde alla foto n.3 della seconda modalità) nella seconda versione acquista un lieve vantaggio nel giudizio di bellezza. Le ultime due modelle: quella della foto n. 5 in prima modalità (corrispondente alla foto n.4 della seconda) ottiene un giudizio più favorevole vista prima dell'attrice, ma solo nella seconda versione (3,56 contro 4,03); quella della foto n. 6 in prima modalità (identica alla modella della foto n. 5 in seconda modalità) ottiene ugualmente dei punteggi migliori in entrambe le versioni (rispettivamente 0,24 e 0,25) se viene vista prima dell'attrice.



Punto 3. Intorno alla problematica dell'abbigliamento

I nostro test può fornire qualche spunto di riflessione ma non ci ha portato a delle indicazioni rilevanti. E' vero che generalmente l'abito parla di noi, rappresenta agli occhi degli altri la nostra personalità; per esempio, come abbiamo già notato in un capitolo precedente, una individuo vestito completamente di nero ci apparirà come una persona cupa, un giovanotto con le borchie di ferro sul giubbotto sembrerà un tipo aggressivo, e analogamente una donna vestita in maniera molto provocante darà l'impressione di essere maliziosa, poco responsabile, vanitosa, falsa. Nel nostro caso però, il vestiario adottato dalle modelle non era tanto stimolante da influenzare in maniera sensibile le valutazioni e da consentire relazioni precise con determinate categorie di personalità.

- Possiamo dire che l'abbigliamento ha avuto un suo piccolo peso perché i giudizi di attrattiva, in particolare, sono generalmente più favorevoli nella seconda versione (quando le ragazze posano in piedi con la camicetta chiara) che non nella prima (quando posano sedute con il cardigan), come se il diverso vestiario impiegato le rendesse più o meno attraenti agli occhi degli altri. Questo si osserva per l'attrice sia per la prima modalità (prima versione: media = 1,78; seconda versione: media = 1,55) sia per la seconda modalità (prima versione: media = 1,83; seconda versione: media = 1,73).
- Il quadro generale della personalità dell'attrice non registra cambiamenti radicali, però vi sono delle oscillazioni che merita ricordare: nella seconda versione, quando è giudicata più attraente (ci limitiamo qui alla prima modalità quando apparendo per prima viene valutata in maniera indipendente), i punteggi sulle categorie che possono avere una qualche relazione con l'abbigliamento sono tutti più favorevoli: è più ricca, più simpatica, meno aggressiva, meno vanitosa; inoltre migliorano certe qualità morali: è meno egoista, meno falsa, più responsabile



Punto 4 Riconoscibilità

Per quanto riguarda l'attrice, benché i risultati nelle due versioni siano nei termini generali abbastanza omogenei, dai commenti espressi dai soggetti esaminati si capire che non sia stata riconosciuta; a differenza delle altre modelle, le due foto dell'attrice erano piuttosto diverse, perché fra le due versioni cambiava l'acconciatura e il colore dei capelli, l'espressione del volto e in apparenza anche la corporatura.

- In un esperimento di Kendrick e Gutierres una giuria maschile, dopo aver assistito alla proiezione di un filmato nel quale comparivano delle attrici bellissime, diede una valutazione della bellezza di una ragazza comune decisamente inferiore a quanto sarebbe avvenuto senza la visione del film.
- Lo stesso al femminile con *Baywatch* nello studio di Monica Turchetti e Enzo Kermol.

D.T. Kenrik - S. E. Gutierres, Contrast effects and judgements of physical attractiveness: when beauty becomes a social problem, "Journal of Personality and Social Psychology", 38 (1980).





L'ESPERIMENTO

Per eseguire quest'esperimento, ci si è basati su una ricerca composta da due studi effettuati nel 1999 da Bill Thornton e Jason K. Maurice, rispettivamente dell'Università del Suothern Maine e di Brandeis.

- Scopo dell'esperimento era quello di verificare l'influenza dei modelli di bellezza sociali (mass media) sulle donne. In particolare si è cercato di ricreare un effetto di contrasto nell'attrazione fisica e di verificare come l'autostima possa venire danneggiata o meno da un'esposizione alle attrattive altrui se rispondenti ai modelli di bellezza.
- La variabile che diversifica il gruppo sperimentale da quello di controllo, si basava sulla presenza o meno di uno specchio a parete che permetteva ai soggetti di ottenere un rimando visivo immediato della propria figura. In questo caso, la valutazione di sé indotta dalle immagini stimolo del filmato dovrebbe supportare l'ipotesi di una minore autostima, in quanto il confronto diretto è di maggiore impatto di quello con la percezione di sé non visiva.

Thornton B., Maurice J.K., "Physical Attractiveness Contrast Effect and the Moderating Influence of Self-Consciousness", Sex Roles (1999) 40: 379.

SOGGETTI E PROCEDURE

- I dati ottenuti sono stati raccolti su un campione di 60 ragazze universitarie, italiane, di età compresa tra i 18 e i 26 anni (m= 21) della zona del Friuli Venezia Giulia, in particolare nelle province di Udine e Trieste.
- Ai soggetti è stato richiesto di compilare due batterie di questionari separati, concernenti gli strumenti rilevanti al fine della ricerca. La prima parte è relativa alla determinazione degli standard culturali sulla bellezza.
 Subito dopo è stato proposto un compito che riguardava la manipolazione dell'effetto di contrasto, seguito dal secondo gruppo di questionari.
- Tale gruppo comprendeva una serie di scale atte a misurare la stima di sé, delle proprie attrattive fisiche e della propria autostima.
- La compilazione delle due batterie di questionari e la visione del filmato sono durate tra 50 minuti e 1 ora e ½ a seconda del soggetto.

MANIPOLAZIONE DELL'EFFETTO DI CONTRASTO

- La manipolazione dell'effetto di contrasto è stata realizzata mediante un compito eseguito tra le due batterie di test. Si trattava di guardare un video raffigurante una puntata di un serial televisivo e di valutare le protagoniste femminili. Tale valutazione richiedeva l'uso di una scala crescente, da 1 a 7, per misurare la bellezza, il fascino, la socievolezza e l'intelligenza delle figure proposte.
- Ai soggetti del gruppo sperimentale (30) tale esposizione al modello di bellezza veniva enfatizzata dagli specchi, posti a tutta parete di fronte a loro, che riproponevano l'immagine della loro esteriorità, costringendoli ad un confronto immediato tra la realtà del loro essere e la visione dell'ideale.
- I soggetti appartenenti al gruppo di controllo, invece, (30) non dovevano confrontarsi con l'immagine riflessa nello specchio, e potevano utilizzare solo la propria percezione di sé indiretta nell'esposizione ai canoni di bellezza del video.



IL VIDEO

- Tra un gruppo di test e l'altro, i soggetti hanno guardato un filmato della durata di 40 minuti, raffigurante una puntata del serial televisivo americano "Baywatch", opportunamente privata di interruzioni pubblicitarie.
- La funzione del video era quella di presentare due diversi modelli di bellezza. I soggetti dovevano valutare, secondo una scheda fornita dallo sperimentatore, le due protagoniste del serial.
- La finalità dell'esperimento era quello di mettere a confronto le ragazze con il modello mediatico della bellezza e con la propria concezione di sé e delle proprie attrattive fisiche.

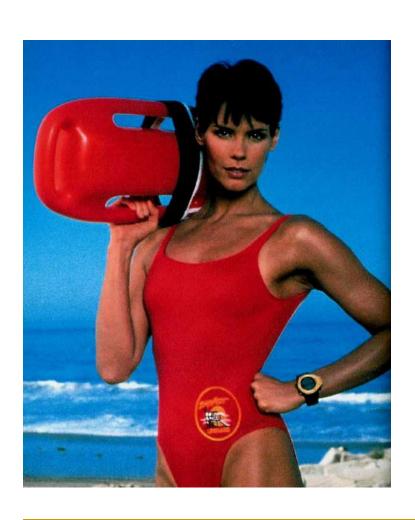
IL LUOGO

La stanza prescelta presentava le caratteristiche desiderate, essendo larga 9,5 metri e lunga 9 m, e avendo una delle pareti più lunga interamente ricoperta dallo specchio. I soggetti sono stati disposti, uno alla volta, davanti allo schermo televisivo, in modo da trovarsi esattamente di fronte al grande specchio, per dare loro l'esatta percezione del proprio aspetto fisico in un contrasto immediato con le immagini proposte dal mezzo televisivo.



STRUMENTI DI VALUTAZIONE

- Scala di auto consapevolezza: è composta dal primo gruppo di due questionari.
- Il primo, la scala degli atteggiamenti sociali, serve a stabilire quanto è importante, nella concezione di ogni persona, l'aspetto fisico nelle situazioni di ogni giorno, e pertanto a determinare la vulnerabilità di ogni soggetto alle influenze sociali sull'aspetto fisico. Le risposte alle 9 affermazioni sono strutturate su una scala a 5 livelli, corrispondenti a definizioni che vanno da "pienamente d'accordo" a "pienamente in disaccordo", riferendosi ad affermazioni del tipo: "Un uomo preferirebbe uscire sempre con una donna magra piuttosto che con una grassa", e "La persone attraenti conducono una vita più gratificante di quelle non attraenti". Un punteggio elevato rispecchia una grande vulnerabilità all'influenza sociale riguardante l'aspetto fisico.
- Il secondo, l'inventario di comportamento sociale, categorizza tramite 32 affermazioni il comportamento sociale dei soggetti, prendendo in considerazione soprattutto l'autostima e la sicurezza di sé degli stessi nell'ambito di situazioni strettamente sociali. Le domande si strutturano lungo una scala a 5 punti, da "Per niente caratteristica" a "Molto caratteristica". Il test si compone di domande del tipo: "Non parlo volentieri con le persone, finché loro non parlano a me" e "Mi trovo a mio agio di fronte ad un vasto uditorio".



Accertamento delle attrattive fisiche: per accertare le attrattive fisiche è stato utilizzato il questionario a 23 voci di Thornton e Moore (1993). Tale test comprendeva frasi del tipo: "sono una persona fisicamente attraente" e "non mi sono mai sentita esclusa a causa del mio aspetto", relazionando così l'aspetto fisico con la salute, lo stress e le situazioni sociali. Le risposte erano strutturate su di una scala a 5 punti, da "Completamente vera" a "Completamente falsa". Un punteggio elevato rappresentava grandi attrattive fisiche.

- Ansietà fisico- sociale: Per quanto riguarda l'ansia causata dal proprio fisico, specialmente in situazioni sociali, sono stati utilizzati quattro test.
- Il primo, la vergogna del corpo, mira a determinare, in sole quattro domande, quanta ansia dà il proprio corpo e se esso provochi soddisfazione o insoddisfazione.
- Il secondo, il test sulla nutrizione di sé, si occupa del rapporto con il proprio corpo, in situazioni particolari, come stress emotivo o momenti di gioia. Le 12 domande sono del tipo: "Mi piace festeggiare, quando mi succede qualcosa di meraviglioso" e "Mi piace concedermi tutto il conforto possibile". Le risposte sono strutturate su di una scala a 5 livelli da "Completamente vera" a "Completamente falsa", dove un punteggio più elevato corrisponde a un buon rapporto con sé.

- Il terzo test è rappresentato dalla scala dei disordini alimentari, che in 64 voci analizza il rapporto con il cibo, incentrandosi sulla determinazione di eventuali disordini alimentari, come ad esempio la bulimia o l'anoressia, o semplici disturbi meno gravi. Le frasi sono del tipo: "Quando sono agitato, mangio" o "Sono terrorizzato dal pensiero di acquistare peso". Le risposte sono strutturate su una scala continua a 5 punti, che codifica la frequenza con la quale un comportamento viene eseguito, o pensato, andando da "Sempre" a "Mai". Un punteggio elevato rifletterà un problema inesistente, o comunque scarso, di disordine alimentare.
- L'ultimo test, quello relativo all'ansietà socio fisica, mira a determinare effettivamente quanto il proprio corpo renda nervosi o preoccupati nelle situazioni sociali, attraverso 10 affermazioni del tipo: "Mi sento a mio agio con il mio aspetto fisico" e "Mi vergogno quando devo esporre il mio fisico agli altri". Le risposte sono strutturate su una scala a 4 livelli, da "Per niente caratteristica" a "Estremamente caratteristica", dove un punteggio più elevato corrisponde ad un'alta ansia legata al fisico nelle situazioni sociali.



Stima sociale di sé: Per determinare l'autostima, si è utilizzato un questionario, denominato Scala di insicurezza in pubblico, comprendente 23 frasi del tipo: "Cerco sempre di capire me stessa" e "Non trovo difficile parlare con gli estranei". Tali affermazioni corrispondevano a risposte codificate su 5 livelli, da "Estremamente atipica" a "Estremamente tipica", dove un punteggio elevato rifletteva una bassa stima di sé

CONCLUSION

- L'esperimento proponeva le seguenti ipotesi:
- 1. Se le ragazze partecipanti all'esperimento aderivano o meno a determinati modelli di bellezza e percepivano l'importanza dell'aspetto fisico nella società contemporanea.
- 2. Si è creata una situazione-stimolo per verificare un effetto di contrasto nell'attrazione fisica, mediante l'esposizione dei soggetti ad immagini di donne rispondenti ai modelli di bellezza diffusi dai mass media.
- 3. Alla situazione-stimolo si è aggiunta una variabile, consistente nella presenza di una parete di specchi, allo scopo di ottenere nel gruppo sperimentale una modificazione dei giudizi di sé dovuta al confronto tra l'immagine ideale e reale.
- 4. Utilizzando la valutazione delle protagoniste del serial come fornitore d'immagini–stimolo, si è cercato di ricreare una figura femminile corrispondente all'ideale di bellezza dei soggetti partecipanti all'esperimento.

Primo punto

- L'analisi dei questionari ha rivelato una forte aderenza ai modelli di bellezza, in particolare a quelli legati all'aspetto fisico. La maggior parte dei soggetti ha indicato una preferenza per i corpi magri e attraenti, giudicando tale figura la più avvantaggiata anche dal punto di vista di una facilitazione sociale. L'aderenza ad un ideale snello risulta dalle risposte come una prerogativa femminile.
- A questo proposito è interessante notare l'alto grado di accordo con l'affermazione "mi piace essere sempre pulita e in ordine", a ribadire il concetto che spetta alla bambina mantenersi sempre in ordine, mentre il mascho ha la possibilità di agire diversamente. L'enfasi posta sull'ideale di magrezza, risulta chiaro anche dai commenti sull'insicurezza in pubblico. La vergogna del proprio corpo si manifesta nel disagio nelle situazioni di possibile valutazione fisica, e perfino nella scelta degli abiti, accuratamente selezionati perché facciano apparire più snelle e in forma.

Secondo punto

- Non si è notata l'effettiva presenza di un effetto di contrasto, dal confronto tra le risposte date nella prima e nella seconda batteria di questionari, alternate dall'esposizione alle immagini-stimolo, perché la diversità dei questionari non permetteva un confronto diretto. I giudizi riportati nei test indicano comunque tale presenza, rivelata da una maggiore insoddisfazione della propria persona, sia in generale che dal punto di vista strettamente fisico, amplificata dalla visione del filmato.
- L'opinione espressa nelle risposte della seconda parte dell'esperimento, sembra essere infatti un'enfatizzazione delle precedenti affermazioni riguardanti il valore sociale della bellezza. Le persone non attraenti o grasse risultano nella percezione degli individui dotate di minori possibilità di riuscita, e maggiormente soggette a sentimenti di vergogna di sé.

Terzo punto

- Sulla base dei risultati dei test è stato possibile osservare come la variabile della parete a specchio abbia influito sul gruppo sperimentale, modificando l'autostima e la coscienza di sé pubblica e privata. I soggetti di questo gruppo hanno infatti espresso una maggiore insoddisfazione del proprio corpo, ed una minore considerazione delle proprie capacità. Hanno manifestato inoltre un sentimento di vergogna maggiore in situazioni in cui veniva prospettata una possibile valutazione del proprio fisico, ed in generale un'elevata attenzione al proprio sé, affermando una maggiore confusione di sentimenti e sensazioni.
- Cambia anche il rapporto con il cibo: le dichiarazioni si accentrano maggiormente su un disagio, e viene più volte manifestato il desiderio di dimagrire, ribadendo il concetto dell'importanza di un fisico magro e attraente.



Punto quarto

- Utilizzando le schede di valutazione compilate durante la proiezione del video è stato possibile giungere ad un giudizio complessivo in merito alle protagoniste del serial per verificare quale sia il modello di bellezza a cui aderivano i soggetti partecipanti all'esperimento.
- Le figure di donna prescelte incarnavano due modelli diversi: la prima, che nel filmato prende il nome di C.J., presenta una figura particolarmente vistosa essendo dotata di un seno notevole, vita stretta e fianchi adeguati, come nella tradizione del 90-60-90. I capelli sono di un biondo platinato, lunghi e mossi, e il volto è caratterizzato da occhi grandi e labbra carnose.

- La seconda, Stephanie, raffigura invece il classico ideale snello, sportivo e muscoloso, ed è dotata di un seno piccolo. I capelli castani sono tagliati all'altezza delle spalle e lisci, gli occhi sono grandi e le labbra sottili.
- Le medie delle valutazioni espresse dai soggetti indicano come figura maggiormente apprezzata per la bellezza e l'intelligenza C.J., mentre per il fascino e la socievolezza prevale Stephanie, anche se solo di mezzo punto. Questi risultati stanno ad indicare la costante preferenza per le misure corporee classiche, che derivano da una spinta biologica alla procreazione, e si assestano come metro universale di giudizio di bellezza.

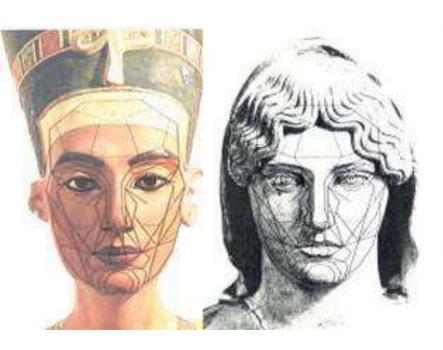


- La scarsa differenza tra i punteggi ottenuti dalle due attrici si può spiegare con la corrispondenza di Stephanie all'ideale di magrezza promulgato dalle sfilate di moda, quello della modella magrissima, dotata di un corpo snello e tonico, che funge da richiamo per molte donne, spingendole a impegnarsi in diete dimagranti e ginnastiche quotidiane.
- I due modelli sembrano integrarsi nella visione ideale, nella ricerca di un corpo magro che mantenga però le proporzioni richieste biologicamente, e di una figura di donna non solamente "bella", ma dotata anche di fascino, intelligenza e socievolezza, caratteristiche solitamente attribuite ad individui attraenti. Da notare che il punteggio medio ottenuto da entrambi i soggetti si assesta tra 4 e 5, dove il quattro rappresentava la "sufficienza", essendo 7 il valore massimo.
- La conferma di questi risultati è stata ottenuta da un esperimento di morphing dell'università di Regensburg.



- Non sempre la bellezza agisce a vantaggio di chi ne è dotato.
- Alcuni studi hanno provato che le persone possono sentirsi infastidite dalla presenza di un soggetto troppo bello: una bellezza troppo appariscente può suscitare infatti sentimenti di *gelosia e rendere difficile l'inserimento in un gruppo*.
- In questo senso una bellezza di livello medio può facilitare il soggetto nelle sue relazioni sociali.

D. Krebs - A. Adinolfi, *Physical attractiveness, social relations and personality style*, "Journal of personality and social psychology", 31 (1975).



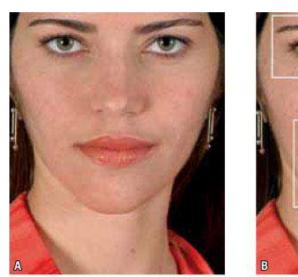
- Un approccio biologico-evoluzionistico relativo al tema dell'attrattività dei volti riconosce nei meccanismi sottesi alla percezione della bellezza una funzione adattativa, che fa perno sulla relazione con i processi che regolano la selezione sessuale.
- Secondo una tradizione scientificoletteraria inaugurata da Wallace (1889), i tratti fenotipici che vengono selezionati, nel corso delle generazioni sono importanti indicatori della qualità genotipica dei propri portatori in *termini di sopravvivenza e successo riproduttivo*, poiché risultati vincenti nella competizione naturale ed ambientale.

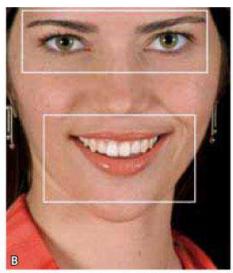


- Per spiegare l'origine biologica della bellezza Grammer e Thornhill fanno riferimento al paradigma teorico della selezione sessuale di Darwin.
- La teoria più significativa in questo ambito è il modello parassitario della selezione sessuale (parasite model), che propone che la selezione sessuale favorisca quei tratti che rendono nota la resistenza ai parassiti, sia microparassiti, come batteri e virus, che macroparassiti, come protozoi e nematodi (Hamilton e Zuk, 1982).



- Tale teoria risulta essere la maggiormente condivisa cioè il modello parassitario della selezione sessuale (parasite model) proposto da Hamilton e Zuck (1982).
- In questa teoria l'evoluzione ha favorito una ricerca del partner guidata dall'attrazione per caratteristiche fenotipiche che indicano l'assenza di patologie parassitarie e, per estensione, la resistenza alle infezioni batteriche e virali.





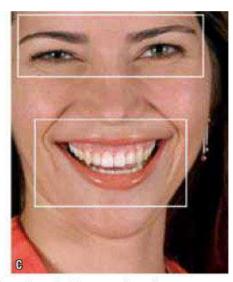
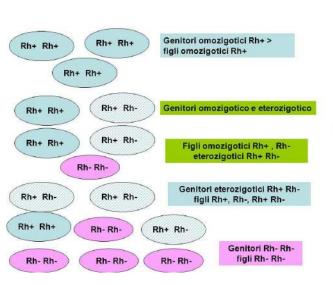
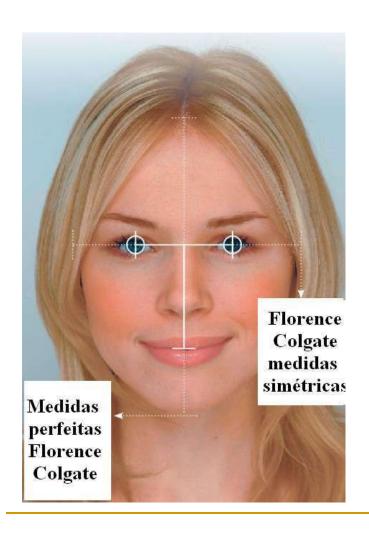


FIGURA 16. Posição de repouso (A). Primeiro estágio do sorriso – Sorriso social (B). Segundo estágio do sorriso – Sorriso espontâneo. Notar que neste estágio a paciente está com o olhar semicerrrado (C).

In base alla teoria della selezione sessuale, Grammer e Thornhill hanno ipotizzato che gli uomini apprezzano maggiormente nei visi delle donne i tratti medi e la simmetria, mentre le donne preferiscono le caratteristiche medie, la simmetria nel viso degli uomini e la generosità (e non le dimensioni medie) dei tratti sessuali secondari dei visi maschili.



- Thornhill e Gangestad (1993) hanno proposto di estendere l'ambito di influenza della teoria dei "buoni geni" (good-genes theory) all'attrattività dei volti umani, evidenziando i meccanismi che segnalano una positiva correlazione tra bellezza e salute, quali:
- l'eterozigotismo complementare, in cui i due diversi corredi genetici si completano vicendevolmente, favorendo un allineamento alle caratteristiche condivise dalla media della popolazione e garantisce una maggiore immunità batterica.
- la simmetria facciale, indice di un sano sviluppo fenotipico e di idoneità del portatore rispetto all'ambiente circostante.



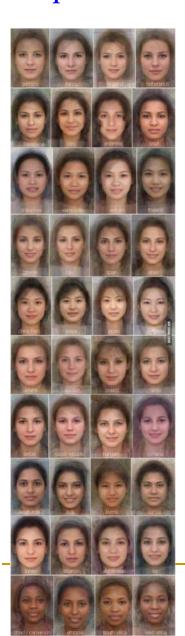
 Numerosi studi hanno dimostrato come una disposizione genetica complementare e un aspetto simmetrico del volto siano positivamente correlati con indici di attrattiva facciale

Langlois and Roggman, 1990; Langlois et al., 1994; Grammer e Thornhill, 1994; Zebrowitz et al., 1996), anche in altre specie animali (Møller, 1992).



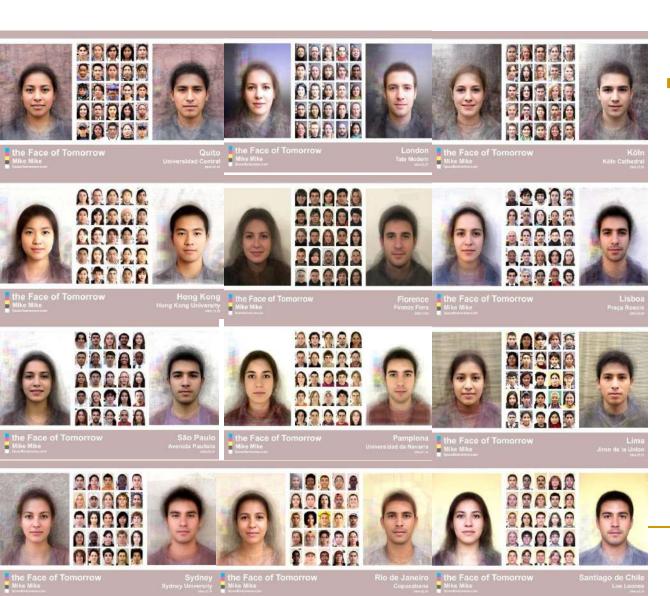
L'ipotesi di partenza è che i parametri di riferimento del senso estetico non sono culturalmente specifici e non vengono gradualmente appresi sulla base dell'esposizione alla pressione esercitata dai media, ma costituiscono nei loro aspetti più generali parte integrante del patrimonio biologico di ciascun individuo

Bernstein et al., 1982; Cunningham, 1986; Richardson et al., 1961.



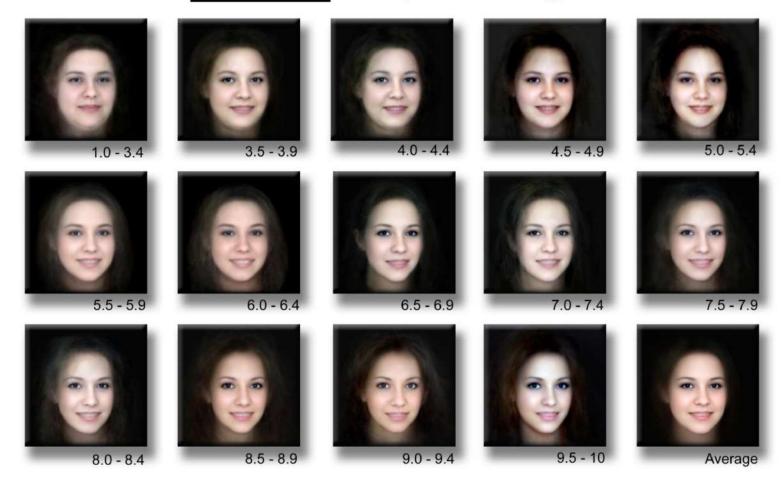
I dati derivanti da numerosi esperimenti comparativi suggeriscono, infatti, che, seppur etnicamente diversi, in quanto prodotti dell'adattamento alle varie esigenze climatiche e sociali, i volti umani condividono caratteristiche strutturali comuni (Langlois e Roggman, 1990).

http://www.faceresearch.org



Face Research è un associazione che si occupa di realizzare studi sulle caratteristiche visive ed uditive dell'uomo, ovvero tratti somatici e voce, che generano attrazione sessuale, curiosità e attenzione in chi li osserva o ascolta.

Hot or Not Composite Images



- E' particolarmente evidente che gli *organismi resistenti ai parassiti* vincono nella competizione per la scelta dei compagni, sia nella competizione tra i sessi (di solito i maschi competono per le femmine) che nel fatto di essere scelti dal sesso opposto
- Inoltre la presenza di tratti sessuali secondari pronunciati è indice di una buona resistenza ai parassiti



Hausfater e Thornhill, 1990, e Zuk, 1992.



- In accordo con il "parasite model" sulla selezione sessuale, le decisioni sulla scelta del compagno includono un'osservazione attenta dei potenziali compagni
- Gli organismi resistenti ai parassiti sono preferiti perché producono prole geneticamente resistente o provvedono alla prole con una migliore cura.
- Nella scelta dei compagni, la bellezza delle forme del corpo è percepita come un segnale di alta resistenza ai parassiti.

- I caratteri sessuali secondari si sono evoluti come risultato della selezione sessuale.
- Esiste una relazione tra la resistenza ai parassiti e la presenza dei tratti secondari sessuali, in quanto gli ormoni sessuali, specie il testosterone, abbassano le difese immunitarie

Folstad e Karter, 1992; Wedekind, 1992.

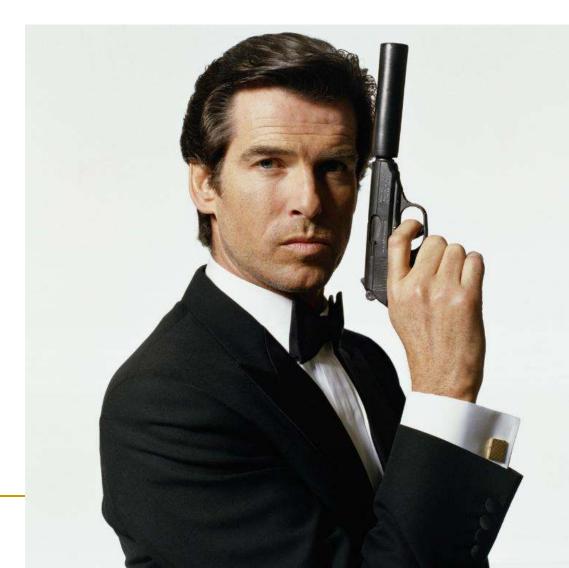




- Poiché sono necessari alti livelli di testosterone per la produzione di numerosi tratti sessuali secondari, ci sarà necessariamente una correlazione positiva tra sviluppo di tratti sessuali secondari e la qualità del sistema immunitario;
- Solo organismi sani possono sostenere un alto livello di testosterone;
- quest'ultimo influisce sul sistema immunitario, il cui buon funzionamento è fondamentale per la produzione di tratti sessuali elaborati

Folstad e Karter, 1992.

Il viso umano è dotato di tratti sessuali secondari, cioè caratteristiche facciali che si sviluppano o aumentano di dimensioni durante la pubertà sotto l'influenza degli ormoni del sesso, androgeni ed estrogeni.



- Mascella larga, mento e zigomi pronunciati, negli uomini sono esempi di tratti sessuali secondari del viso, la cui evoluzione è regolata dal livello del testosterone (Enlow, 1990; Tanner, 1978).
- Thornhill e Gangestad (1993)
 hanno ipotizzato che queste
 caratteristiche sono considerate
 sessualmente attraenti, perché
 richiamano l'attenzione sulle
 difese immunitarie, e che quindi
 la grandezza delle loro dimensioni
 è percepita come qualità positiva.





Il volto prototipo maschile ad alta attrattiva ("viso sexy")



Il volto maschile prototipico di bassa attrattiva ("viso non-sexy")



Caratteristiche del "volto sexy" maschile a confronto con il "volto unsexy":

- Pelle più abbronzata
- Forma del viso ovale
- Meno grasso
- Le labbra più simmetriche e più piene
- Le sopracciglia più scure
- Ciglia più folte e più scure
- La metà superiore del viso più ampia rispetto a quella inferiore
- Zigomi più alti
- La mandibola più prominente
- Mento più prominente
- Sopracciglia marcate
- Palpebre più sottili
- Nessuna ruga tra il naso e l'angolo della bocca (solco nasolabiale)

- La bellezza del viso è distribuita in modo continuo ed è ereditaria (Thornhill e Gangestad, 1993).
- I valori medi delle caratteristiche del viso riflettono un marcato carattere eterozigota.
- Thornhill e Gangestad hanno ipotizzato che un viso che presenta caratteristiche medie è attraente per la sua associazione col carattere eterozigota e per la resistenza ai parassiti.
- Questo modello ipotizzato può essere in primo luogo applicato ai visi femminili.



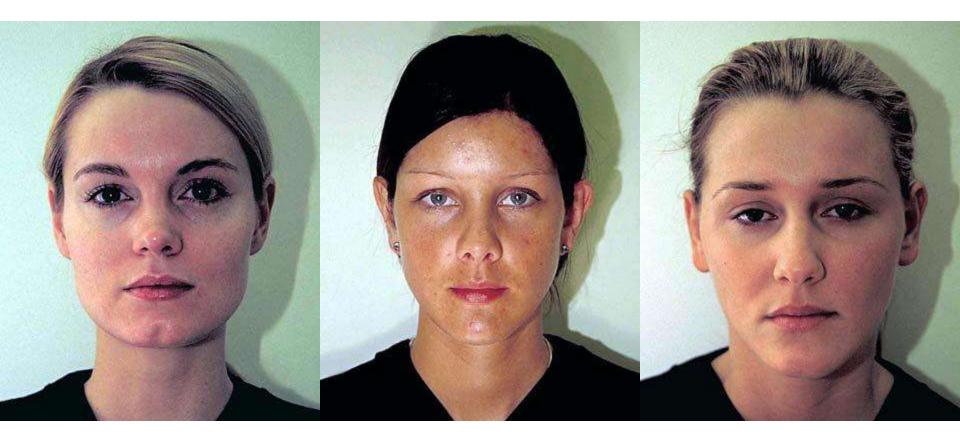


- Un esempio applicativo
- Nel gennaio 2002 una giuria ha scelto Miss Berlino come Miss Germania. Ma è davvero la più bella? I risultati di questo studio suggeriscono che il giudizio è lontano dal reale.
- Collaborando con Pro7 (canale televisivo tedesco) siamo riusciti a ottenere le foto di tutte le concorrenti alla finale del concorso di bellezza nazionale.

 Diversamente dalla valutazione in diretta sulla passerella, le concorrenti non potevano mostrare un modo particolare di camminare o avere un sorriso affascinante, ma sono stati rispettati i requisiti scientifici: viso fotografato frontalmente, capelli legati alla schiena, espressione facciale neutra e assenza di trucco.

Martin Gruendl, Institute for Psychology, University of Regensburg, Germany

Una selezione delle 22 concorrenti nel turno finale del concorso



Miss North-Rhine/Westphalia

Miss Thuringia

Miss Bavaria



Miss Bremen

Miss South Germany

Miss Baden-Wuerttemberg

Più bella di Miss Germania

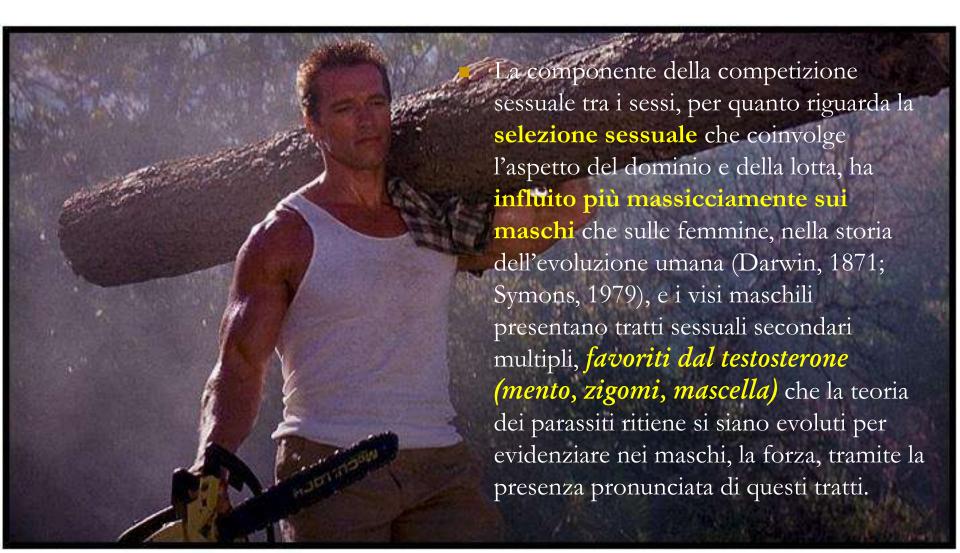
- Sulla base delle precedenti ricerche abbiamo calcolato una nuova faccia tratta dai volti originali usando il software di morphing. La conseguente bellezza "virtuale", così come tutti i volti originali, sono stati valutati relativamente alla loro attrattiva da un campione rappresentativo di persone.
- I risultati sono chiari. Il volto virtuale è stato classificato come il più attraente. Su una scala che va da 1 (= molto poco attraente) a 7 (= molto attraente) ha ottenuto il punteggio più alto con una media di 6,2 mentre Miss Germania è rimasta molto indietro con un punteggio medio di soli 2,8. Nessuno dei 47 soggetti sperimentati ha valutato Miss Germania come più o almeno ugualmente attraente di quella virtuale. Il punteggio più alto dei volti reali l'ha ottenuto Miss Bremen (4,9 punti), ma anche Miss Bremen è significativamente "meno bella" della modella del computer.

Martin Gruendl, Institute for Psychology, University of Regensburg, Germany





- "Reale" e "virtuale" Miss Germania a confronto
- A sinistra la "vera" Miss Germania 2002 e a destra la "virtuale" che è stata calcolata sovrapponendo tutte le concorrenti ed è stata valutata come la più bella e attraente.





- In una prospettiva rigidamente evolutiva sui meccanismi della selezione sessuale, è necessario attribuire un peso al rapporto tra il giudizio e i **livelli ormonali** dei soggetti testati.
- Una preponderanza nei risultati sperimentali suggerisce che, per quanto concerne il giudizio sui volti maschili, un più alto livello androgenico raccoglie maggiore apprezzamento nella valutazione di relazioni e breve termine

Scheib et al., 1999; Johnston, 2000.

- Nello specifico, analisi condotte sulle preferenze femminili per volti del sesso opposto, tenendo conto delle fasi del periodo mestruale in cui le donne intervistate si trovano, registrano un forte sbilanciamento nelle opinioni espresse:
- nel periodo più fertile tendono a preferire un partner dall'aspetto più mascolino, indice di qualità genotipica, e che maggiormente si adopera a mostrare le proprie abilità;





viceversa, nelle fasi precedente e successiva all'ovulazione, la scelta ricade su partners dai tratti fenotipicamente (e quindi genotipicamente) meno attraenti ma che, proprio in virtù di tali caratteristiche, appaiono più affidabili per relazioni a lungo termine, che coinvolgono il sostentamento e l'accudimento della prole

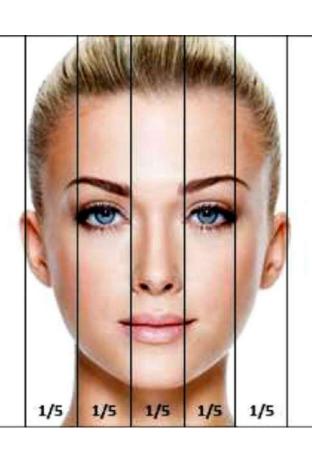
Johnston and Franklin, 1993; Johnston, 1999 etc.

Ad un livello **transculturale**, i volti più attraenti possiedono delle caratteristiche universali e non riconducibili alla media, perché esibiscono markers ormonali indici, nel caso femminile, di un più alto livello estrogenico (che si riflette, ad esempio, nella maggiore carnosità delle labbra) e di un più basso potenziale androgenico dato da un'arcata mandibolare meno pronunciata e dalla dimensione più grande degli occhi

VI 03

Figure 2 - Measurement of the vertical frontal facial divine proportion.

Johnston e Franklin, 1993; Alley e Cunningham, 1991.

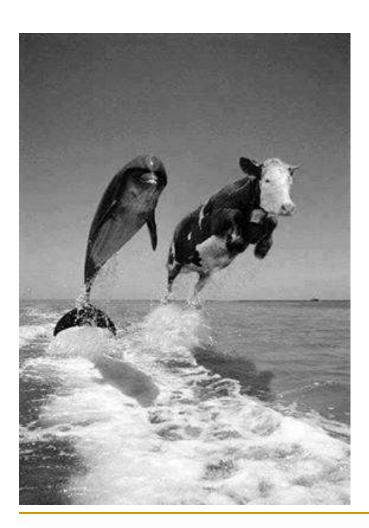


- La *simmetria nei tratti del viso* è correlata positivamente col *carattere eterozigota* di molti animali, compresi gli uomini (Thornhill e Gangestad, 1993).
- Una generale armonia delle forme del corpo (viso incluso) sembra riflettere soprattutto un'ottima qualità dello sviluppo, specialmente l'abilità del meccanismo di sviluppo di un organismo di resistere ad alterazioni genetiche e alle numerose influenze ambientali che possono compromettere il buon funzionamento dell'organismo

Leary e Allendorf, 1989; Parson 1990, 1992; Watson e Thornhill, 1994).

La struttura simmetrica dei tratti sessuali secondari, sempre in base alla teoria della selezione sessuale negli organismi, deriva anche da una maggiore sensibilità alle circostanze ambientali che ne influenzano lo sviluppo, rispetto all'evoluzione di quei tratti che non derivano da una selezione sessuale

Moller e Pomiankowsky, 1993.

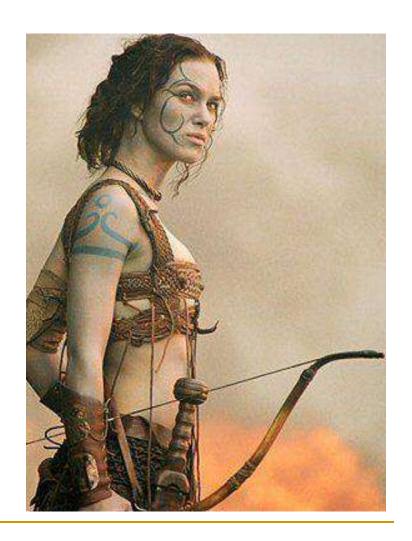


- La spiccata sensibilità dei tratti sessuali secondari si nota in svariate specie animali (Manning e Chamberlain, 1993).
- I parassiti non hanno la stessa influenza sullo sviluppo della simmetria nei tratti degli organismi, e la simmetria dei tratti sessuali secondari è quella più negativamente influenzata (Moller, 1992; Moller e Pomiankowsky, 1993; Watson e Thornhill, 1949).
- La simmetria dei tratti sessuali secondari del viso può rivelare un buon sistema di difesa immunitario, perché si suppone che la costruzione di questi tratti, specialmente quelli più estesi, richieda una quantità maggiore di ormoni sessuali. (Thornhill e Gangestad, 1993).





- Gli zigomi pronunciati nelle donne sono stati giudicati sexy. L'attrattiva degli zigomi pronunciati nelle donne è stata studiata da Cunningham (1986).
- Questa caratteristica fisica nelle donne dimostrerebbe una particolare efficienza del sistema immunitario.

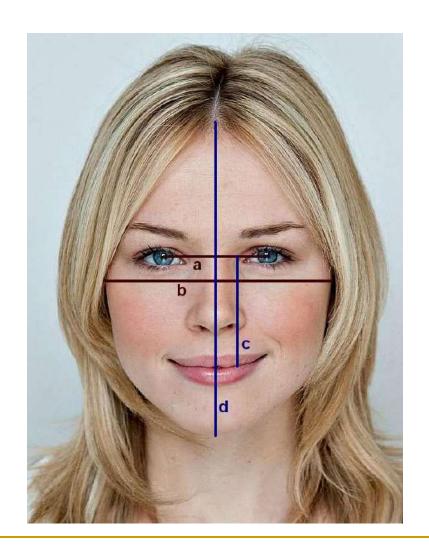


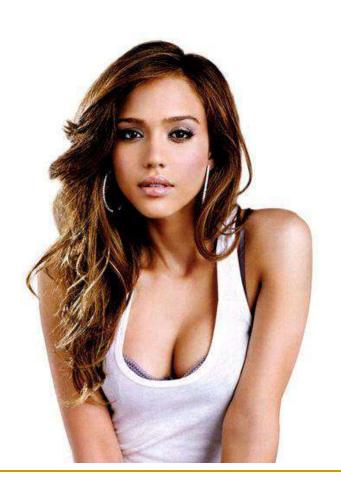


- Il dimorfismo sessuale nella crescita degli zigomi durante la pubertà, i quali crescono maggiormente negli uomini (Enlow, 1990), suggerisce che gli zigomi femminili possono rivelare un'informazione diversa dalla tolleranza al testosterone.
- Apparentemente, anche gli estrogeni ostacolano il sistema immunitario (Thornhill e Gangestad, 1993; Wedekind, 1992).
- In altre ricerche si sottolinea che sono attraenti le caratteristiche facciali femminili che implicano un alto livello di estrogeni (Johnston e Franklin, 1994).

Florence Colgate

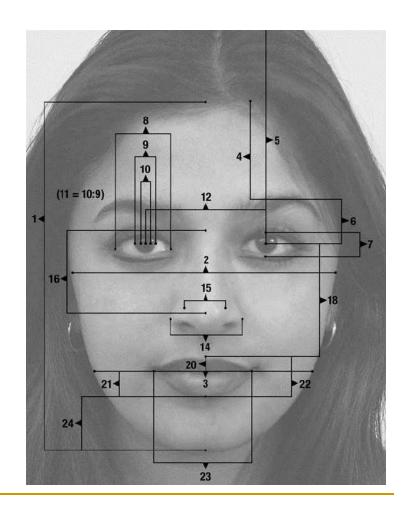
- Le conclusioni di Grammer e Thornhill sulle caratteristiche facciali femminili:
- E' probabile che la prominenza degli zigomi nelle donne rifletta l'effetto dell'azione degli estrogeni, e perciò richiami l'attenzione sull'efficienza del sistema immunitario.

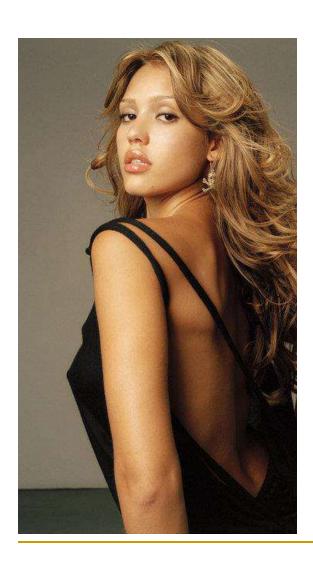




- Le caratteristiche facciali femminili risentono dell'alta presenza di estrogeni segnalando così la presenza di un ottimo sistema di difesa immunitario.
- Alcune caratteristiche dei visi femminili che non presentano tratti medi sono molto attraenti come nel caso del mento (più piccolo della media è più attraente), e del labbro (più grande della media è più attraente.
- Johnston e Franklin hanno puntualizzato che il mento piccolo e le labbra grandi nelle donne segnalano un'alta presenza di estrogeni e perciò un profilo ormonale di alta fertilità femminile.

- Cunningham (1986) ha effettuato due esperimenti al fine di studiare la relazione tra specifiche caratteristiche del viso femminile adulto e le risposte degli uomini in ordine all'attrattiva, oltre alle loro attribuzioni e giudizi sul carattere altruistico
- Sono state ottenute precise misurazioni delle dimensioni di ventiquattro caratteristiche del viso in un campione internazionale di fotografie che raffiguravano cinquanta donne.

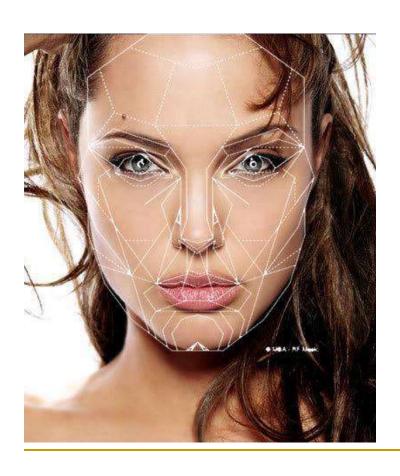




- I soggetti maschili hanno valutato la bellezza di ciascuna donna.
- Risultavano correlate positivamente con le valutazioni della bellezza le *caratteristiche neonatali* come: occhi grandi, naso piccolo e mento piccolo; i caratteri di maturità come zigomi prominenti e guance strette, e le caratteristiche espressive come sopracciglia alte, pupille grandi, e sorriso ampio.
- Un secondo studio ha richiesto agli uomini di stimare le caratteristiche personali di sedici donne precedentemente osservate.
- A loro è stato anche chiesto di indicare le donne per le quali sarebbero più inclini ad esternare comportamenti gentili, ed è stato chiesto loro di selezionarle rispettivamente per un appuntamento, per un rapporto più intimo, e per avere dei bambini.

- Il secondo studio ha confermato le correlazioni tra caratteristiche fisiche e attrattiva.
- Le caratteristiche del viso hanno influenzato le attribuzioni sulla personalità, le inclinazioni altruistiche, e gli interessi riproduttivi.
- Nel complesso, una giusta combinazione di caratteristiche neonatali, mature ed espressive potrebbero contribuire a un'impressione positiva, e quindi alla percezione di una persona attraente





- La percezione globale della bellezza di una persona potrebbe influenzare le attribuzioni di tratti di personalità;
- Potrebbero a volte esserci scarsi legami tra le qualità personali e le caratteristiche del viso, e questa variabilità è dovuta, secondo gli studi sulla sociobiologia della bellezza, alle differenze interindividuali nella conformazione del viso, e al diverso impatto che suscitano, il più delle volte, due conformazioni simili in individui diversi.

In accordo con i risultati del primo studio

- l'ampiezza degli occhi,
- degli zigomi,
- e del sorriso, erano correlate positivamente con le valutazioni della bellezza, mentre l'area del naso e la lunghezza del mento erano correlate negativamente.

Le ragazze con gli occhi più grandi,

- col naso più piccolo,
- con gli zigomi più ampi
- con il sorriso più aperto erano ritenute più brillanti delle loro controparti.

Le ragazze con le caratteristiche precedenti, e

- con alte sopracciglia
- con *alte pupille* erano inoltre percepite e valutate come più socievoli.

Le ragazze con queste caratteristiche, ad eccezione dell'ampiezza delle pupille, erano ritenute meno propense ad avere problemi di salute.

Le ragazze con

- occhi grandi,
- naso piccolo
- ampio sorriso sono state valutate come più dominanti

Le ragazze con gli occhi più piccoli,

- il naso più ampio,
- il *mento più lungo*,
- gli *zigomi più stretti*,
- le *sopracciglia più basse*, era attribuita la caratteristica della modestia e dell'umiltà.



- Le ragazze con:
- occhi più grandi,
- mento più piccolo,
- zigomi più ampi,
- guance più strette,
- sopracciglia più alte,
- pupille più ampie,
- sorriso più aperto sono state reputate come più fertili e inclini ad avere molti bambini, ma anche più inclini ad avere relazioni extraconiugali.

Le categorie di analisi utilizzate da Cunningham erano:

- a) i tratti infantili
- b) i lineamenti maturi
- c) l'espressività del viso

E' emerso che la misura dei lineamenti individuali poteva predire attrazione e attribuzioni di personalità diverse e che i visi delle donne che erano state giudicate più belle erano caratterizzati da una combinazione:

- di tratti infantili,
- di lineamenti maturi
- di caratteristiche espressive.



Ciò vuol dire che quei visi avevano *tratti infantili* quali:

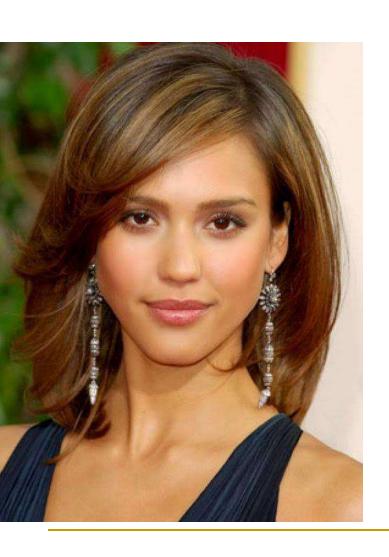
- gli occhi più grandi,
- il naso più piccolo,
- il mento più tondo
- la bocca piccola.

Ma possedevano allo stesso tempo anche *tracce di maturità* quali:

- gli zigomi più alti,
- le guance più scavate,
- le labbra più carnose
- la fronte meno spaziosa.

Nonché lineamenti che convogliavano *emozioni positive* quali:

- le sopracciglia più alte,
- il sorriso più largo,
- le pupille più dilatate.



- Dal punto di vista del successo riproduttivo, gli etologi hanno spiegato perché i visi con tratti infantili, ma corretti da lineamenti che segnalano l'ingresso nell'età adulta, vengono ritenuti belli.
- I segnali infantili presenti nel viso femminile non solo sollecitano nel maschio risposte di cura ma, allo stesso tempo, denunciano anche giovinezza, quindi un tempo più lungo di fertilità.
- La combinazione di questi segnali con le caratteristiche più mature segnala altresì che la pubertà è stata superata, che la produzione di estrogeni è ottimale e che pertanto quella donna è nell'età ideale per accoppiarsi e produrre progenie.



Ed era proprio l'insieme di queste caratteristiche che veniva percepito come indice di fertilità e salute, nonché di socievolezza e calore sessuale. E non a caso le donne, quando si truccano, enfatizzano proprio questa combinazione di tratti infantili e di maturità sessuale del loro volto: ombreggiano e correggono **gli occhi** per farli apparire **più grandi**, colorano le guance per far apparire gli zigomi più alti, usano il fondo tinta per coprire le imperfezioni della pelle e darle una colorazione luminosa, applicano il rossetto per evidenziare le labbra e renderle carnose.



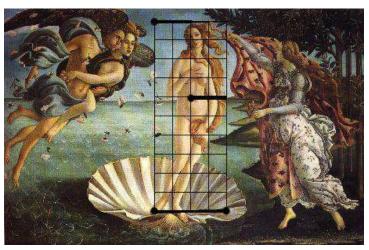
- Il caso più chiaro è relativo alla misura degli occhi femminili (Alley e Cunningham, 1991; Jones e Hill, 1993).
- Questi studi indicano anche che la simmetria del viso influisce su una valutazione positiva della sua bellezza.



- La sezione aurea, indica il rapporto fra due grandezze disuguali, delle quali la maggiore è medio proporzionale tra la minore e la somma delle due, mentre lo stesso rapporto esiste anche tra la grandezza minore e la loro differenza
- In formula, indicando con a la lunghezza maggiore e con b la lunghezza minore, vale la relazione:

$$(a+b): a = a: b = b: (a-b)$$

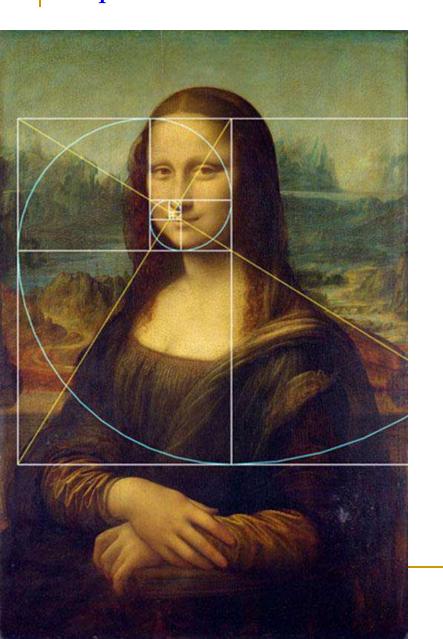
■ Tale rapporto vale approssimativamente 1,6180 ed è simbolizzato con □







- La *Venere di Botticelli*: misurando l'altezza da terra dell'ombelico e l'altezza complessiva il loro rapporto è di <u>0,618</u>.
- Lo stesso per il rapporto tra la distanza tra collo del femore e il ginocchio e l'intera gamba e pure il rapporto tra il gomito e la punta del dito medio e la lunghezza del braccio

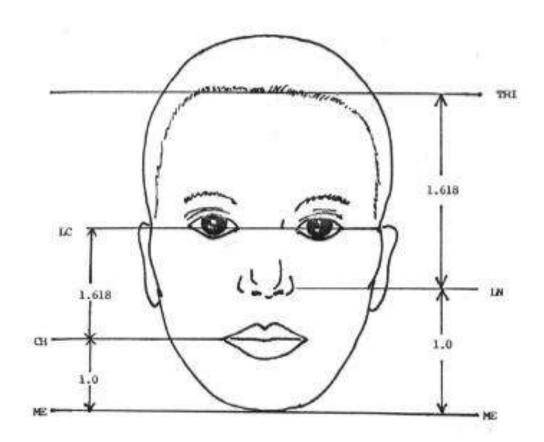


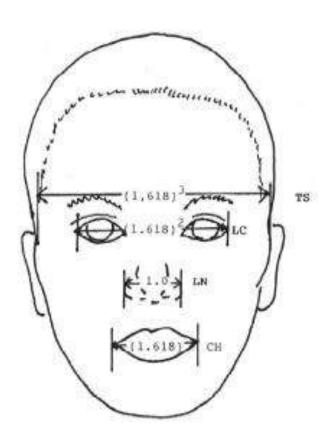
- Per questi motivi vengono percepiti come belli i visi caratterizzati da rapporti aurei tra i singoli elementi:
- quando la distanza tra le narici è in un rapporto aureo con la lunghezza del naso;
- la larghezza della bocca è in proporzione aurea con la distanza tra il labbro inferiore e il punto del viso in cui sono posizionati gli occhi;
- la distanza tra le pupille è proporzionale alla distanza degli occhi dal mento (Humayun, 1997).

Proporzione verticale ideale.

Se la distanza tra la bocca (CH) e il mento (ME) è 1, la distanza tra bocca e la coda dell'occhio (LC) è φ 1.618.

Se la distanza tra la base del naso (LN) e la parte inferiore del mento è 1, la distanza tra la base del naso e l'attaccatura dei capelli è φ 1.618.



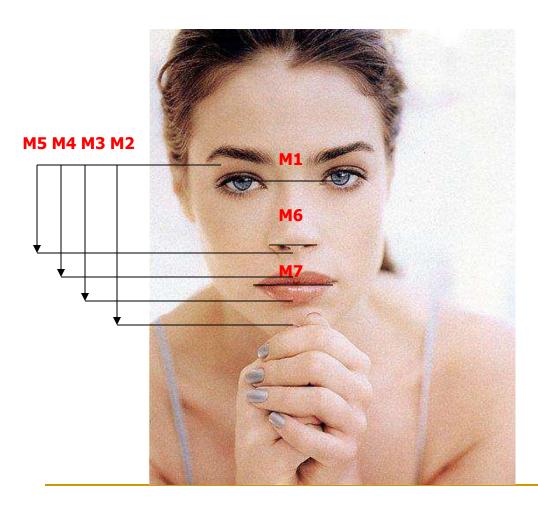


Proporzione trasversale ideale. Se la larghezza del naso (LN) è 1, la larghezza della bocca (CH) è φ 1.618, la larghezza tra i due angoli degli occhi (LC) è φ 1.618, e la larghezza tra le due tempie (TS) è φ 1.618.

• Altezza e larghezza ideali In un volto se la distanza tra le due guance è 1, allora l'altezza ideale è φ 1.618.

IL CORPO TRA CHRONOS, AMORE E PSICHE - 24 GIU 2017 – TRIESTE – Enzo Kermol, PhD

Corpi idealizzati ed autostima: analisi dei fattori di facilitazione sociale



Humayun, 1997

Lo schema del volto umano evidenzia i cinque rapporti aurei individuati: M1/M2, M6/M5, M6/M1, M7/M3, M7/M7.

M1 è la distanza tra le pupille, M2 la distanza tra la linea degli occhi e il mento, M3 la distanza tra la linea degli occhi e il labbro inferiore,

M4 la distanza tra la linea degli occhi e il labbro superiore,

M5 la lunghezza del naso,

M6 l'ampiezza del naso nella sua parte più larga,

M7 l'ampiezza della bocca nella sua parte più larga.

Come si calcola la sezione aurea

• La formula chiamata
Sezione aurea utilizza la
matematica per individuare
funzionalità perfette del
volto. Questo metodo
determina la bellezza del
viso di una persona in base
alla vicinanza al rapporto
matematico perfetto



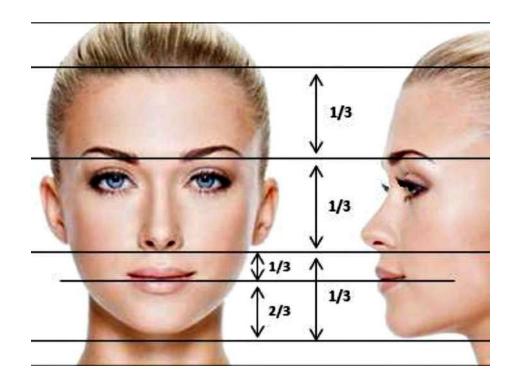


Prendete un'istantanea del vostro viso con una fotocamera digitale e salvate la foto sul vostro computer.



Utilizzate un programma grafico (ad esempio Adobe Photoshop) per calcolare le misure con l'aiuto dello strumento di misura del programma. Per calcolare misure più accurate utilizzate lo strumento di ingrandimento durante il processo di misurazione

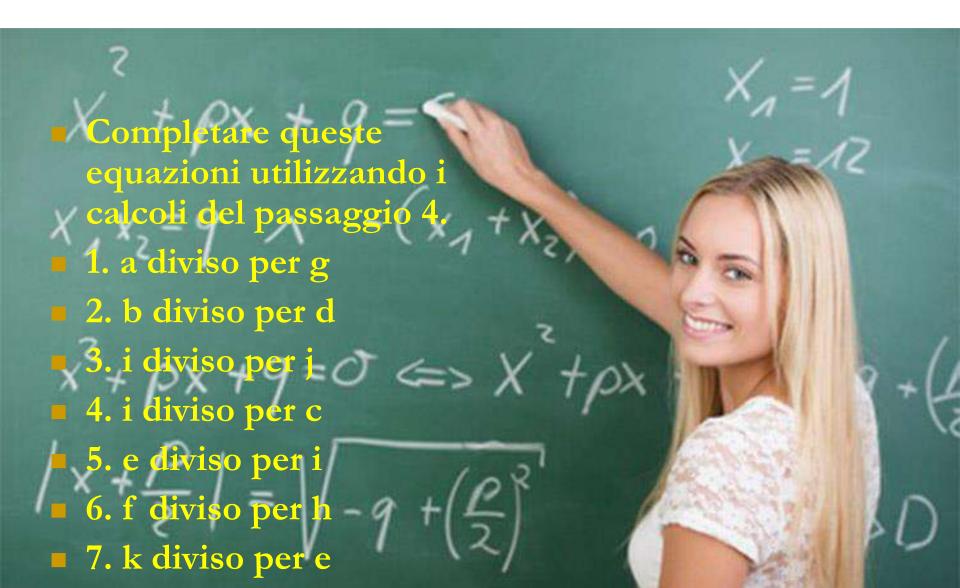
Calcolate la lunghezza e la larghezza del volto. Dividete la lunghezza per la larghezza. Secondo la Sezione aurea, il risultato ideale per un volto attraente sarebbe 1,6180 dato che i Greci credevano che un bel viso è 1,6 volte più lungo della sua larghezza.



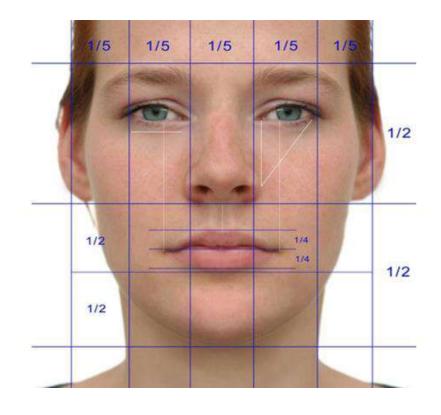


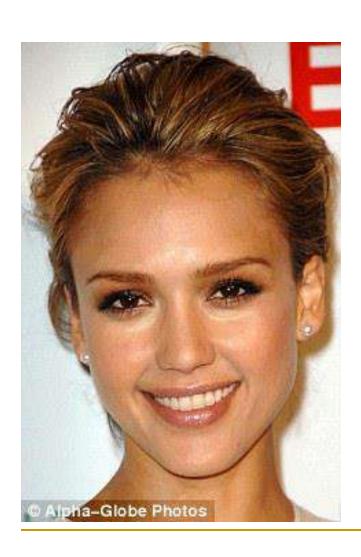
Misurate queste distanze con l'aiuto del programma grafico. Queste misurazioni sono un sottoinsieme delle misure descritte nei passaggi 1 e 2.

- a. Dalla cima della testa al mento
- b. Dalla cima della testa alla pupilla
- c. Dalla pupilla alla punta del naso
- d. Dalla pupilla al labbro
- e. Larghezza del naso
- f. Distanza esterna tra gli occhi
- g. Larghezza della testa
- h. Dalla linea di capelli alla pupilla
- i. Dalla punta del naso al mento
- j. Dalle labbra al mento
- k. Lunghezza delle labbra
- l. Dalla punta del naso alle labbra



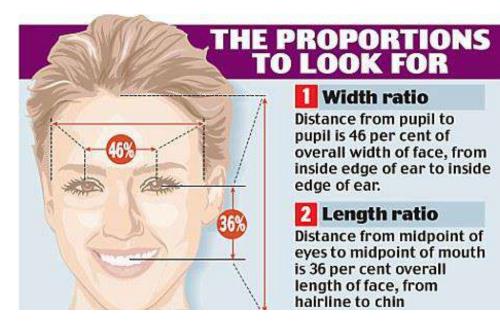
Osservate i risultati dei calcoli del passaggio 5. Ogni volto è strutturato in modo diverso e avrà diverse misure, quindi non vi sarà alcuna somiglianza numerica nel gruppo finale dei risultati di due volti. Secondo la Sezione aurea, un volto che ha 8 valori approssimativamente pari a 1,6 può essere definito come un viso perfetto.





- New "Golden" Ratios for Facial Beauty (cioè Nuovi Rapporti "d'oro" per la bellezza del viso) è il titolo di uno studio condotto da un gruppo di ricercatori dell'Università di San Diego composto da Pamela M. Pallett, Stephen Link, and Kang Lee. Il titolo si riferisce alla "sezione aurea", qui proposta in una nuova e più sintetica versione con nuovi parametri valutativi.
- Jessica Alba rappresenta uno dei volti utilizzati per le proporzioni di "attrazione" perfetta.

- Gli esseri umani preferiscono volti attraenti rispetto a quelli non attraenti (Dion, Berscheid & Walster, 1972; Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991; Griffin & Langlois, 2006).
- La nostra preferenza per volti attraenti esiste sin dalla prima infanzia ed è determinata da età, sesso ed etnia (Rubenstein, Langlois & Roggman, 2002).
- Due tipi di modifiche possono essere apportate alle relazioni spaziali delle caratteristiche facciali di un singolo volto.
- Si può modificare la *distanza verticale tra gli occhi e la bocca*; questa alterazione determina un cambiamento della lunghezza viso, misurata dalla distanza tra la *linea di attaccatura dei capelli e il mento*. Questo rapporto sarà indicato come lunghezza.
- L'altra alterazione è quella di cambiare *la distanza orizzontale tra le pupille degli occhi*; questa distanza determina il rapporto di quella misurata *tra i bordi interni delle orecchie*. Questo rapporto sarà indicato come larghezza.

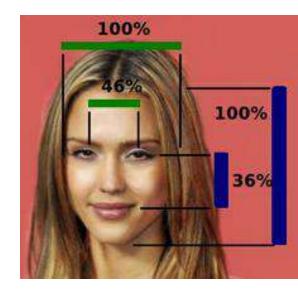


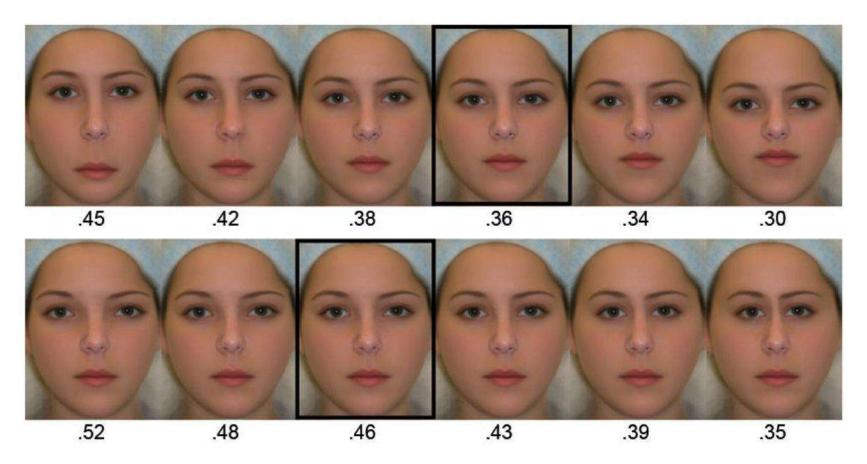
- La ricerca consiste in quattro esperimenti, in cui è stata provata l'esistenza di un accordo ideale nelle caratteristiche facciali che ottimizzano l'attrattività del volto.
- I partecipanti hanno confrontato l'attrazione esercitata da coppie di volti con tratti somatici identici, ma differenti distanze occhio-bocca e diverse distanze interoculari.



- Si è scoperto che il volto di maggiore attrattività è ottimizzato quando la distanza verticale del volto tra gli occhi e le bocca è circa il 36% della sua lunghezza, e la distanza orizzontale tra gli occhi è circa il 46% della larghezza del viso. Questi "nuovi rapporti aurei" sono quelli del volto medio che esercita attrattività.
- Il livello di attrattività rimane immutato se i rapporti di lunghezza e la larghezza ottimali rimangono costanti

- Negli esperimenti è stata usata la scala Thurstonian per creare un punteggio di attrattività per ciascun volto originale e ciascuno dei successivi derivati.
- Ogni soggetto ha avuto punteggi di attrattività associati a bassa lunghezza o larghezza rapporti, lunghezza tipica o rapporti di larghezza e lunghezza o larghezza alti rapporti.
- Poi abbiamo tracciato la attrattiva punteggio da parte della lunghezza o larghezza per ogni faccia e adattare una funzione curvilinea a i dati .
- Con questa procedura siamo stati in grado di identificare i rapporti di lunghezza e la larghezza ottimali per la bellezza del viso.
- I risultati suggeriscono che sebbene i diversi volti variano notevolmente in termini di attrattività assoluta, per qualsiasi viso esiste una relazione spaziale ottimale tra i tratti che riveleranno la sua bellezza intrinseca.
- Gli antichi Greci credevano che la sezione aurea, o phi, rappresentasse l'essenza della bellezza. In questa ricerca troviamo un nuovo rapporto aureo del volto, che è determinato dai rapporti di lunghezza e larghezza medi





Esempio di volti con differenti rapporti di lunghezza e larghezza; i volti con una lunghezza, o larghezza, media sono incorniciati in nero.



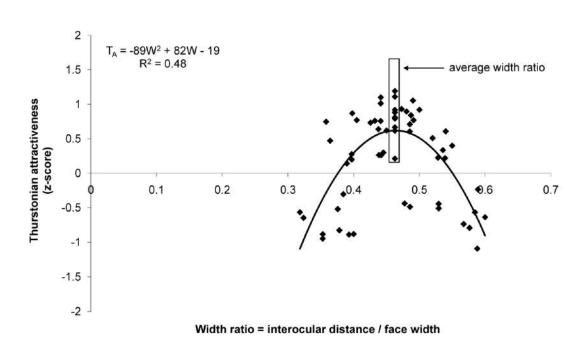
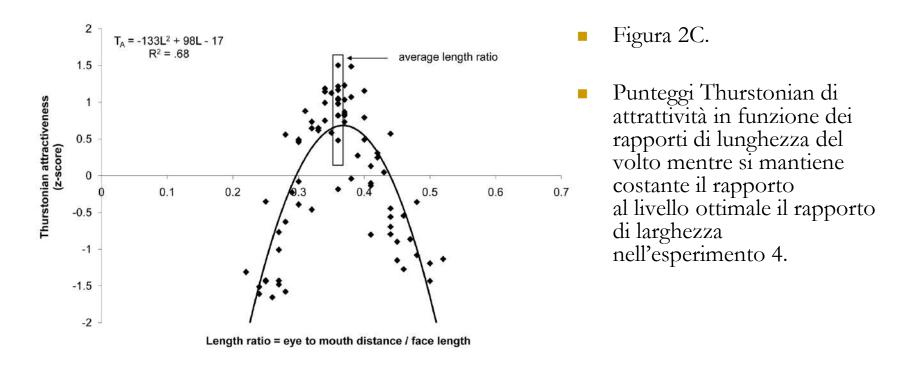


Figura 2B.

Punteggi Thurstonian di attrattiva in funzione dei rapporti di larghezza del volto mentre si mantiene costante al livello ottimale il rapporto di lunghezza nell'esperimento 3.

Fig 2b

C.



A.

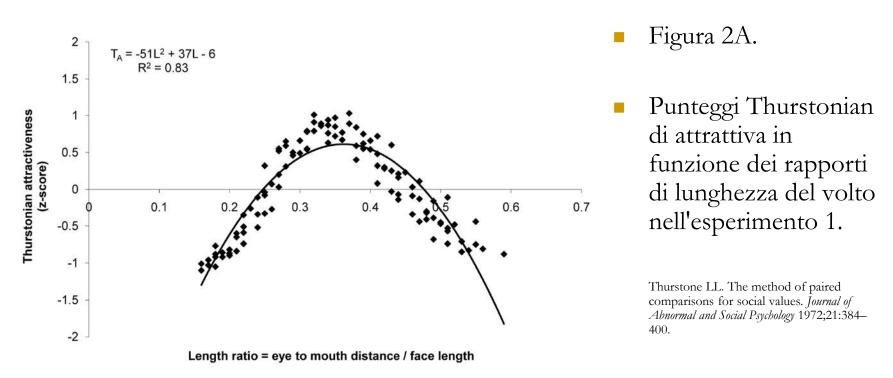
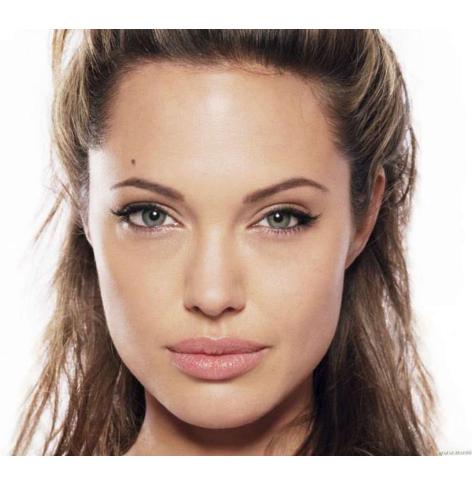


Fig 2a

- I rapporti di lunghezza e larghezza ideale sono stati sperimentati solo in volti femminili.
- È possibile che siano validi solo per i volti femminili, mentre il rapporto ideale per i maschi sia diverso.
- Allo stesso modo le variazioni dovute alla razza e all'età potrebbero produrre misure ideali diverse di lunghezza e larghezza del volto.
- Inoltre l'adattamento può causare un cambiamento nella percezione di attrattiva, che è pensata per corrispondere con uno spostamento della media percepita (Rodi, Jeffery, Watson, Clifford & Nakayama, 2003).



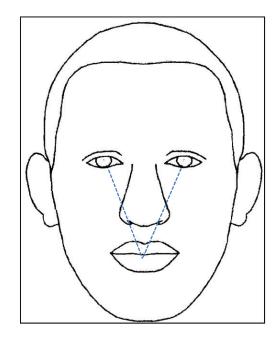


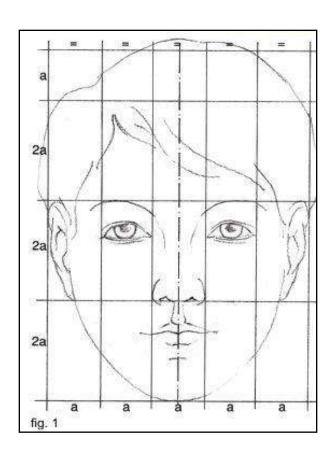
- Le relazioni spaziali ottimali trovate nello studio di P. M. Pallett, S. Link, K. Lee possono coesistere con le preferenze per le funzioni di dimorfismo sessuale.
- Una donna con grandi labbra, che suggeriscono una forte potenzialità di accoppiamento, con il rapporto medio di lunghezza e larghezza del volto sarà sempre più attraente di una donna con le labbra strette e lunghezza e larghezza media.
- Non è stato sperimentato se la preferenza per la media dei rapporti di lunghezza e larghezza è più forte di un pronunciato tratto di dimorfismo sessuale.



- La presenza di caratteristiche (ad esempio sessuali secondarie, o baby schema) che fungono da variante dell'attrattiva nel suo complesso potrebbero eliminare o ridurre qualsiasi nuovo effetto di variazione in funzione della relazione spaziale di lunghezza e larghezza
- Inoltre, prima di ricerca a confronto un viso medio di singole facce non è riuscito a scoprire l' ideale lunghezza e larghezza rapporti per ogni singolo volto, perché il processo di media tende a non solo mediare le relazioni spaziali tra i tratti del viso, ma anche leviga i tratti del viso e la struttura della pelle (Rhodes, 2006).

- A sostegno dei diversi rapporti ideali per i volti maschili e femminili, Danel e Pawlowski (2007) in *Eye-mouth-eye angle as a good indicator of face masculinization, asymmetry, and attractiveness* (Homo sapiens) sostengono che l'angolo degli occhiobocca-occhio (EME) è una caratteristica quantitativa indipendente dei tratti facciali, rientra nel dimorfismo sessuale ed è un buon indicatore della mascolinità e della simmetria facciale.
- Utilizzando fotografie frontali di volti femminili e maschili, gli autori hanno confermato che il primo angolo EME (misurato con il vertice al centro della bocca e le braccia che attraversano i centri delle pupille) era altamente indicatore di dimorfismo sessuale.





- Utilizzando le immagini dei volti di giovani maschi la cui attrattiva è stata valutata su una scala a 7 punti da giovani donne, gli autori hanno dimostrato che il tasso di attrattiva era correlata negativamente con l'angolo di EME e con l'angolo di asimmetria.
- L'angolo occhio bocca occhio è un tratto di dimorfismo sessuale in cui gli angoli più piccoli sono preferiti nei volti maschili, mentre gli angoli più grandi sono preferiti nei volti femminili.
- I risultati sono stati confrontati con quelli che potrebbero essere ottenuti con misurazioni di altezza del volto interpupillare o superiore.

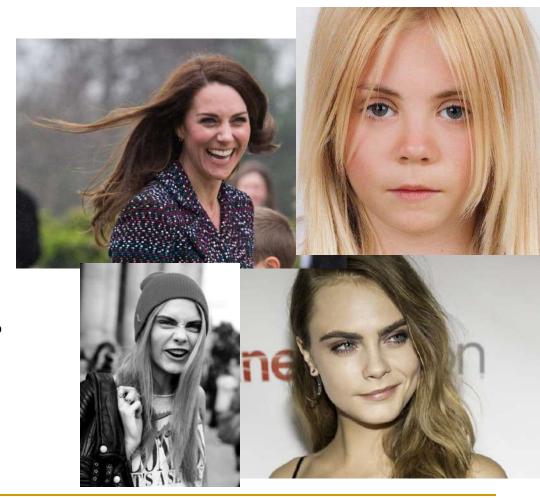
- Per definizione l'angolo occhio bocca occhio coinvolge entrambe le componenti orizzontali e verticali del volto.
- I risultati suggeriscono che la preferenza per il rapporto medio di lunghezza è indipendente dal rapporto medio di larghezza.

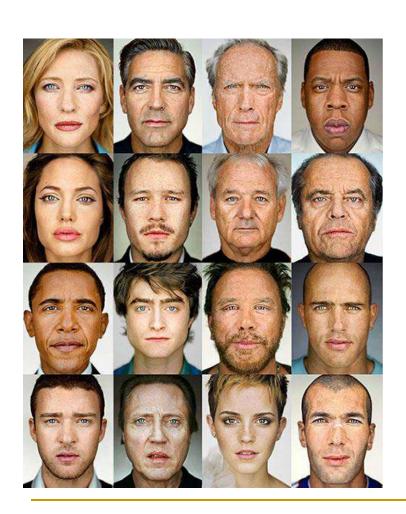
 E' importante notare che, nonostante la somiglianza tra le due metodologie, queste possono effettivamente misurare due aspetti molto diversi del viso.
- Mentre l'angolo occhio bocca occhio fornisce informazioni sulle relazioni spaziali tra le caratteristiche facciali interne, le misure "auree" valutano la relazione tra le caratteristiche interne e il contorno facciale esterno.
- Poiché i volti sono percepiti olisticamente, è importante considerare gli elementi facciali nel contesto dell'intero viso. E' possibile che i rapporti di lunghezza e la larghezza variano, mentre l'angolo occhio bocca occhio rimane lo stesso, e viceversa. Pertanto, suggeriamo che nel contesto dei rapporti di lunghezza e di larghezza appaiono indipendenti, ma all'interno della zona localizzata dagli occhi e la bocca deve esserci un'interazione.



- Perché dovremmo trovare un volto con una lunghezza e larghezza media attraente?
- A livello evolutivo è stato dimostrato che gli esseri umani preferiscono riprodursi con compagni sani (Jones, Little, Penton -Voak, Tiddeman, Burt & Perrett, 2001).
- Per generazioni la scelta di partner "sani" ha agito come processo di creazione della "media" evolutiva.
- Questo processo porta alla propagazione di individui sani con determinate caratteristiche fisiche, tra cui quelle del volto, che si approssimano alla media della popolazione.
- Come risultato, siamo biologicamente predisposti a trovare attraenti i volti medi (Langlois & Roggman, 1990).

- Questi risultati sperimentali portano ad alcune considerazioni
- Innanzitutto vi è una variazione nei tempi di reazione di fronte ad uno stimolo facilmente riconoscibile (misure del volto)
- Questo genera una risposta automatica e predittiva nell'avvio della relazione interpersonale
- E' fonte di attivazione emotiva facilitante, neutra o negativa verso il soggetto obiettivo
- Le emozioni prevalenti utilizzate saranno: felicità, assenza di emozione, disgusto/disprezzo





- L'utilità di questi elementi in psicologia può essere notevole, così come, più in generale, in tutte le relazioni interpersonali
- Se siamo a conoscenza delle corrette misure del volto e del corpo possiamo sapere quale emozione genera automaticamente la presenza di quella persona e di conseguenza agire in modo da utilizzare proficuamente tali informazioni per migliorare la relazione stessa

- Alley T.R. and Cunningham M.R. (1991), Averaged faces are attractive, but very attractive faces are not average, Psychological Science 2, 123-125
- **Bernstein et al.** (1982), Cross- vs. within-racial judgments of attractiveness, Perception and Psychophysics 32, 495-503
- **Cunningham M.R.** (1986), Measuring the physical in physical attractiveness: quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty, J. Pers. and Soc. Psychol. 50, 925-934
- **Fisher R.A.** (1915), The evolution of sexual preference, Eugenics Review 7, 184-192
- **Gangestad S.W. and Buss D.M.** (1993), *Pathogen prevalence and human mate preferences*, Ethology and Sociobiology 14, 89-96
- **Gangestad S.W. and Thornhill R.** (2003), *Facial masculinity and fluctuating asymmetry*, Evolution and Human Behavior 24, 231-241
- **Grammer K. and Thornhill R.** (1994), *Human (Homo sapiens) facial attractiveness and sexual selection: The role of symmetry and averageness*, Journal of Comparative Psychology 108, 233-242
- **Hamilton W.D. and Zuck M.** (1982), *Heritable true fitness and bright birds: a role for parasites?*, Science 218, 384-387
- **Hoss J.L. et al.** (2005), *The role of facial attractiveness and facial masculinity/femininity in sex classification of faces*, Perception 34 (12), 1459-1474

- **Johnston V.S. and Franklin** (1993), *Is beauty in the eye of the beholder?*, Ethology and Sociobiology 14, 183-199
- **Johnston V.S.** (1999), Why we feel: The science of human emotion, Perseus Press, Reading (Mass.)
- **Johnston V.S.** (2000), Female facial beauty: The fertility hypothesis, Pragmatics and Cognition 8, 107-122
- **Johnston V.S. et al.** (2001), Male facial attractiveness: Evidence for hormone mediated adaptive design, Evolution and Human Behavior 22, 251-267
- **Johnston V.S.** (2006), *Facial beauty and mate choice decisions*, Trends in Cognitive Science 10 (1), 9-13
- **Johnstone R.A. and Ellis H.D.** (1995), Age effects in the processing of typical and distinctive faces, The Quarterly Journal of Experimental Psychology 48 A, 447-465
- Kalick S.M. et al. (1998), Does human facial attractiveness honestly advertise health? Longitudinal data on an evolutionary question, Psychological Science 9, 8-13
- **Kowner R.** (1996), Facial asymmetry and attractiveness judgment in developmental perspective, J. of Experimental Psychology: Human Perception & Performance 22, 662-675

- **Langlois J.H. and Roggman L.A**. (1990), *Attractive faces are only average*, Psychological Science 1, 115-121
- **Langlois J.H. et al.** (1994), What is average and what is not average about attractive faces?, Psychological Science 5, 214-220
- **Lee K.J. and Perrett D.I.** (2000), Manipulation of color and shape information and its consequence upon recognition and best-likeness judgments, Perception 29, 1291-1312
- Martindale C. and Moore K. (1988), *Priming, prototypicality, and preference*, Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance 14, 661-670
- **Miller G.** (2000), *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*, Doubleday, New York
- **Møller A.P.** (1992), Female swallow preference for symmetrical male sexual ornaments, Nature 357, 238-240
- O'Toole A.J. et al. (1998), The perception of face gender: The role of stimulus structure in recognition and classification, Memory and Cognition 26, 146-160

- Pascalis O. et al. (2005), *Plasticity of face processing in infancy*, Proceedings of the National Academy of Science 102, 5297-5300
- **Perrett D.I. et al.** (1994), Facial shapes and judgments of female attractiveness, Nature 368, 239-242
- **Perrett D.I. et al.** (1998), *Effects of sexual dimorphism on facial attractiveness*, Nature 394, 884-887
- **Richardson S.A. et al.** (1961), *Cultural uniformity in reactions to physical disabilities*, American Sociobiological Review 26, 241-247
- **Rhodes G. and Tremewan T.** (1996), *Averageness, exaggeration, and facial attractiveness*, Psychological Science 7, 105-110
- **Rhodes G. et al.** (1999), Are average facial configurations attractive only because of their symmetry?, Psychological Science 10, 52-58
- **Rubenstein A.J. et al.** (1999), *Infant preferences for attractive faces: A cognitive explanation*, Developmental Psychology 35, 848-855
- **Samuels C.A. et al.** (1994), Facial aesthetics: Babies prefer attractiveness to symmetry, Perception 23, 823-831

- **Scarbrough P. and Johnston V.S.** (2005), *Individual differences in women's facial preferences as a function of digit ratio and mental rotation ability*, Evolution and Human Behaviour 26 (6), 509-526
- **Scheib J.E. et al.** (1999), Facial attractiveness, symmetry, and cues of good genes, Proc. R. Soc. Lond. B. 266, 1913-1917
- **Symons D.** (1979), *The evolution of human sexuality*, Oxford University Press
- **Thornhill R. and Gangestad S.W.** (1993), *Human facial beauty: Averageness, symmetry and parasite resistance*, Human Nature 4, 237-269
- **Turati C. et al.** (2006), *Newborns' face recognition: Role of inner and outer facial features*, Child Development 77 (2), 297-311
- Valentine T. et al. (2004), Why are average faces attractive? The effects of view and averageness on the attractiveness of female faces, Psychonomic Bulletin & Review 11 (3), 482-487
- Wallace A.R. (1889), Darwinism, an exposition of the theory of natural selection with some of its applications, Macmillan & Co., London & New York
- **Zahavi A.** (1975), *Mate selection: A election for a handicap*, Journal of Theoretical Biology 53, 205-214
- **Zebrowitz L.A. et al.** (1996), "Wide-eyed" and "crooked-faced": determinants of perceived and real honesty across the life span, Personal. Soc. Psychol. Bull. 22, 1258-1269



- Questi risultati possono spiegare alcune osservazioni quotidiane, come ad esempio perché alcune acconciature possono rendere più attraente un volto poco attraente.
- La modifica di un taglio di capelli può alterare il rapporto di lunghezza o larghezza del volto, così come viene percepito naturalmente, facendo si che la lunghezza e larghezza relativa a questa percezione artificiale ne determinino una reale attrattiva

Elisha Curhbert



Alicia Keyes



Cameron Diaz





Tyra Banks



Jennifer Love Hewitt

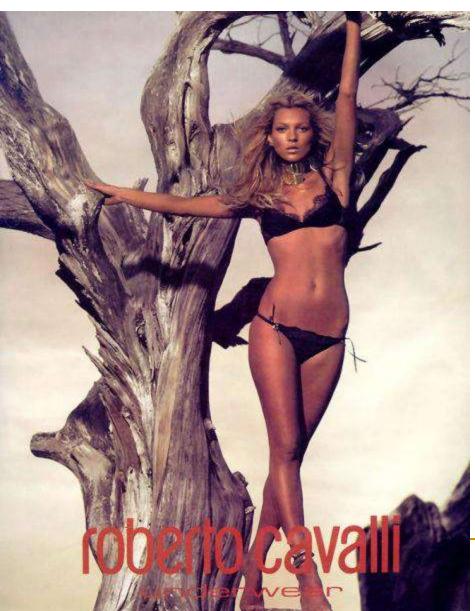


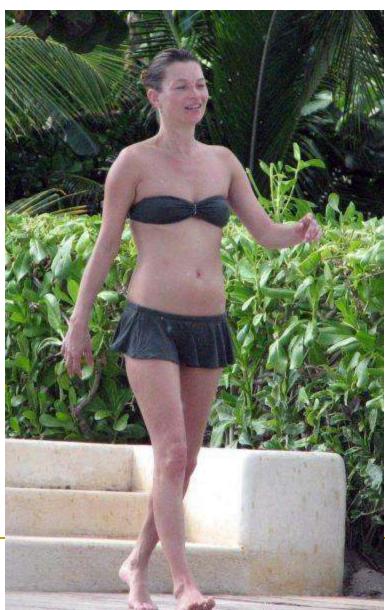






Kate Moss





Ke\$ha





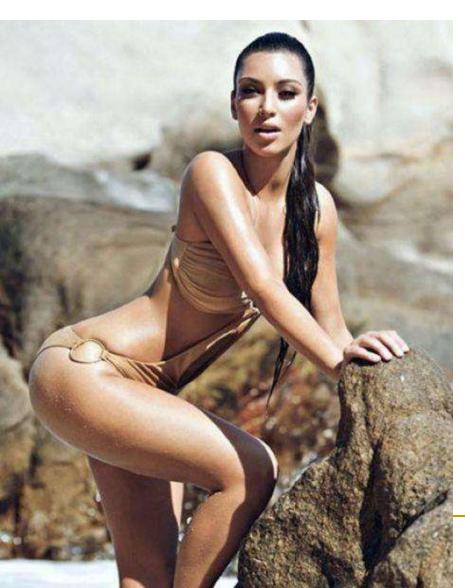








Kim Kardashian

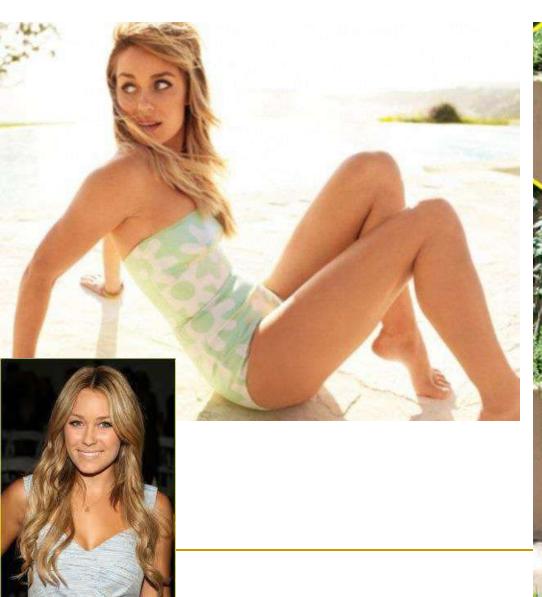






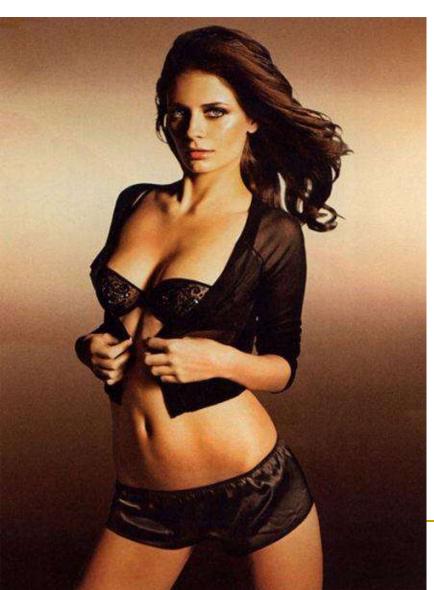


Lauren Conrad





Misha Barton









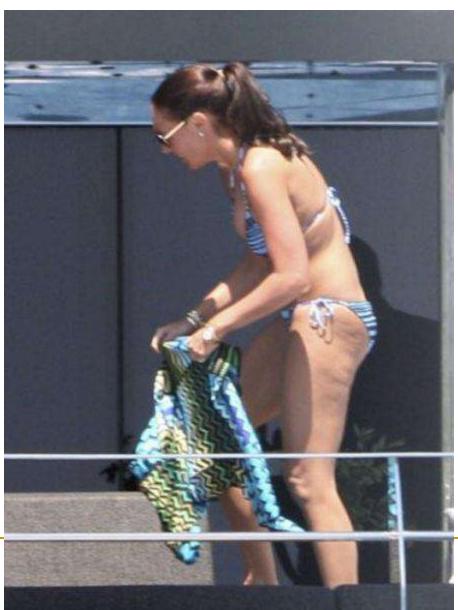
Scarlett Johannson



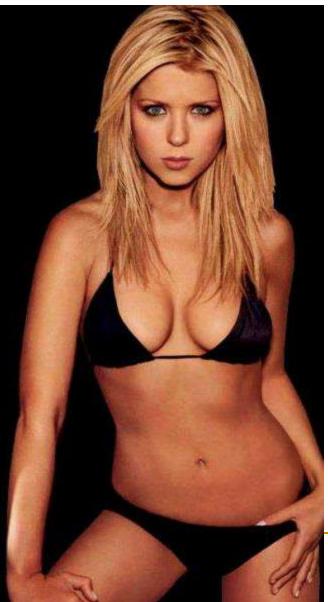


Tamara Ecclestone





Tara Reid



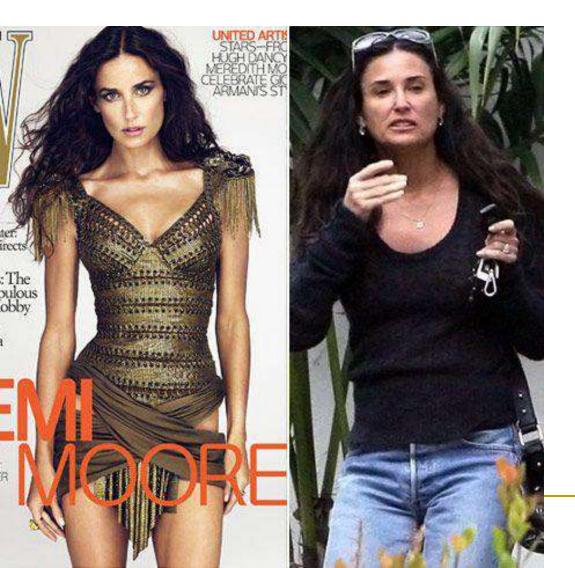




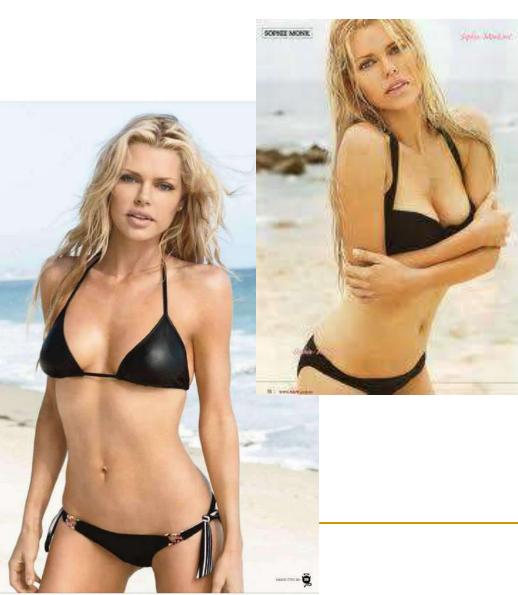




Demi Moore



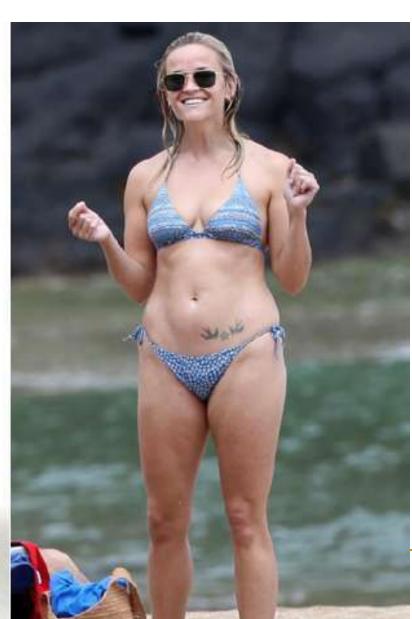
Sophie Monk



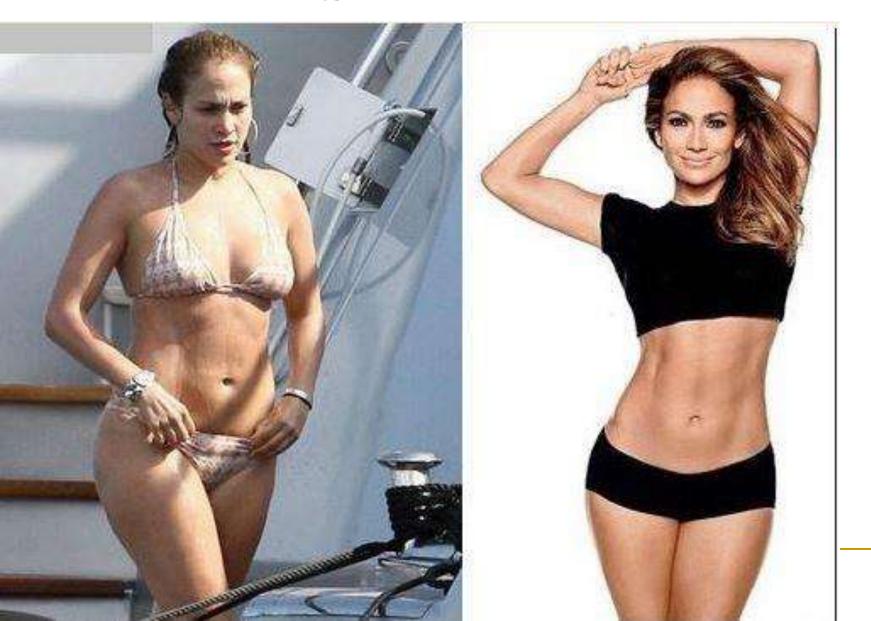


Reese Witherspoon





Jennifer Lopez



Jennifer Lopez



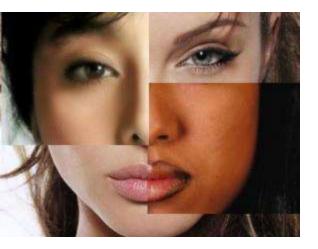




IMF daily con

Chirurgia plastica "etnica", sempre più donne vogliono sembrare occidentali

- Negli ultimi anni (maggio 2013) è aumentato sensibilmente il numero delle donne che si rivolgono ad un chirurgo, non per un semplice intervento al seno, ma per operazioni facciali in grado di modificare i tratti somatici rendendoli più simili a quelli occidentali.
- Cresce dunque la richiesta di quella che viene definita dagli esperti chirurgia plastica "etnica", lo dimostrano i dati della American Society for Aesthetic Plastic Surgery
- Sono aumentate del 12% le donne straniere che vogliono occidentalizzarsi. Negli Stati Uniti quasi un quarto degli oltre 11 milioni di interventi plastici riguardano persone che vogliono "nascondere" i propri tratti etnici, mentre in Oriente ogni anno aumenta del 20% la richiesta di operazioni che trasformano gli occhi a mandorla in occhi più rotondi.



IL CORPO TRA CHRONOS, AMORE E PSICHE - 24 GIU 2017 – TRIESTE – Enzo Kermol, PhD Corpi idealizzati ed autostima: analisi dei fattori di facilitazione sociale

