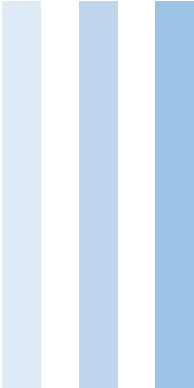


PSICOLOGIA SOCIALE DELL'ALIMENTAZIONE

di Patrizia Catellani e Valentina Carfora



GLOSSARIO



VITA E PENSIERO

A

Abitudine In generale, propensione, basata sulla memoria, a rispondere automaticamente ai segnali che hanno portato all'esecuzione di un comportamento in passato. In ambito alimentare, le abitudini riguardano il modo in cui lo stile di vita e le esperienze passate condizionano la scelta alimentare. Influenzano la capacità delle persone di mantenere nel tempo determinati stili alimentari o viceversa mostrarsi disponibili al cambiamento.

Alimenti Prodotti edibili destinati al consumo da parte dell'essere umano. Gli alimenti possono essere crudi, lavorati o cotti e sono consumati per il sostentamento, la crescita, la salute o il piacere delle persone. Contengono → nutrienti → non nutrienti e → antinutrienti. Possono, infine, contenere composti indesiderati, derivanti da contaminazione chimica o biologica.

Antinutrienti Sostanze che interferiscono negativamente con l'assorbimento o con l'azione dei nutrienti, come l'acido ossalico o l'avidina).

Atteggiamento Disposizione appresa a rispondere in modo favorevole o sfavorevole a un determinato comportamento. Rispetto a un determinato alimento, indica la valutazione positiva, negativa, o anche ambivalente, che viene data di quell'alimento, con le possibili conseguenze in termini di scelta o meno dello stesso.

Attività metabolica Si intende la potenza sviluppata dai processi di ossidazione che trasformano l'energia chimica contenuta negli alimenti nell'energia termica e nell'energia meccanica indispensabili allo svolgimento delle funzioni vitali e delle attività umane.

Autoefficacia Convinzione di essere capaci di affrontare e completare con successo un determinato compito.

Autoefficacia alimentare Convinzione riguardo alla propria capacità di adottare con successo comportamenti alimentari sani.

Autoefficacia alimentare interna Capacità di controllare le proprie scelte alimentari in presenza di stati emotivi positivi o negativi, oppure in presenza di particolari stati fisiologici interni.

Autoefficacia alimentare esterna Capacità di controllare la propria alimentazione in diversi contesti sociali o in situazioni di elevata disponibilità di cibo.

Automonitoraggio (self-monitoring) Osservazione sistematica e registrazione del proprio comportamento.

Autoregolazione Capacità di modulare il proprio comportamento per raggiungere i propri obiettivi.

B

Benessere Stato di equilibrio momentaneo e dinamico dal punto di vista biologico, psichico e sociale.

Bias di conferma Tendenza a fidarsi e ad accettare maggiormente le informazioni che confermano le proprie convinzioni o comportamenti consolidati.

C

Chatbot Agenti conversazionali, forme evolute di sistemi automatici in grado di decodificare informazioni testuali provenienti dall'emittente e di rispondere con output testuali dotati di senso e orientati a uno scopo.

Cibo Genericamente, tutto ciò che si mangia. In senso più ristretto, può indicare anche semplicemente l'insieme degli alimenti che si assumono durante un pasto oppure anche il momento del pasto.

Cibo a lunga conservazione Alimenti che normalmente verrebbero conservati in frigorifero, ma che sono stati lavorati in modo da poter essere conservati in sicurezza a temperatura ambiente.

Cibo afrodisiaco Cibo che causa eccitazione o desiderio sessuale.

Cibo biologico Cibo prodotto con metodi che rispettano gli standard dell'agricoltura biologica.

Cibo contadino Piatti specifici di una particolare cultura, realizzati con ingredienti accessibili e poco costosi, e solitamente conditi per renderli più appetitosi.

Cibo dietetico Qualsiasi alimento o bevanda alla cui ricetta è alterata per ridurre grassi, carboidrati, o zucchero al fine di renderlo parte di una dieta dimagrante.

Cibo fresco Cibo che non è stato conservato e non è ancora andato a male.

Cibo funzionale Alimento per il quale risulta scientificamente testata la capacità di influire positivamente su una o più funzioni fisiologiche (per esempio prodotti contenenti → probiotici).

Cibo integrale Alimenti vegetali non trasformati e non raffinati, o lavorati e raffinati il meno possibile, prima di essere consumati.

Cibo locale (o a 'chilometro zero') Alimenti che provengono da luoghi di produzione e di trasformazione posti a una distanza non superiore a 70 chilometri dal luogo di vendita.

Cibo medicinale Alimenti appositamente formulati e destinati alla gestione dietetica di una malattia che comporta esigenze nutrizionali distintive, non soddisfatte dalla dieta normale.

Cibo naturale Cibi non lavorati e i cui ingredienti sono tutti naturali, nel senso chimico del termine.

Cibo precotto Cibo posto in vendita già cotto, o parzialmente cotto, per consentirne una lunga conservazione e una rapida preparazione da parte del consumatore.

Cibo proteico Qualsiasi alimento ricco di proteine, che possono essere di origine animale o vegetale.

Cibo stagionale Alimento che è all'apice del proprio sapore quando viene raccolto in uno specifico periodo.

Cibo surgelato o congelato Alimenti sottoposti al congelamento per rallentarne la decomposizione, trasformando l'umidità residua in ghiaccio e inibendo la crescita della maggior parte delle specie batteriche.

Cibo tradizionale Cibi e pietanze tramandati di generazione in generazione.

Finger food Cibo destinato a essere mangiato direttamente con le mani.

Street food Specialità gastronomica tipica della cucina locale, regionale o etnica, che si consuma spesso in occasione di fiere e manifestazioni popolari.

Comfort food Cibo il cui consumo fornisce consolazione o una sensazione di benessere.

Commensalità Atto di mangiare con altre persone o, più letteralmente, mangiare allo stesso tavolo.

Competenza alimentare Capacità di ottenere, interpretare e comprendere informazioni di base sul cibo e sulla nutrizione, utilizzare queste informazioni in modo da adottare una dieta salutare e, in senso

più ampio, comprendere l'impatto che le scelte alimentari hanno non solo sulla salute, ma anche sull'ambiente e sull'economia.

Competenza funzionale Riguarda la fiducia in sé stessi e la responsabilizzazione nei confronti della propria alimentazione. Questa competenza consiste nell'avere conoscenze di base sulla nutrizione, sulla sicurezza alimentare e sulle pratiche igieniche da adottare durante la preparazione dei cibi, nel conoscere da dove viene il cibo e sapersi destreggiare all'interno dei negozi di alimentari.

Competenza relazionale È relativa alla gioia connessa alle esperienze alimentari e al loro significato culturale.

Competenza sociale Riguarda la comprensione: della connessione tra giustizia sociale e sistemi di alimentazione, dell'influenza delle lobby alimentari e della relazione tra sistemi alimentari e sostenibilità.

Comportamento estrinsecamente motivato Comportamento determinato dal desiderio di ottenere ricompense come il denaro o l'approvazione di altre persone.

Comportamento intrinsecamente motivato Comportamento fine a sé stesso, nel senso di gratificante per il sé.

Comunicazione di massa Comunicazione caratterizzata dall'invio di messaggi identici a un pubblico relativamente ampio e indifferenziato di persone.

Comunicazione mirata Comunicazione basata su una profilazione della popolazione di destinazione. Ciascun profilo individuato riceve messaggi che possono differire per contenuto, stile linguistico, valenza, fonte, grafica, canale, e così via.

Comunicazione personalizzata Comunicazione che utilizza messaggi diversi in funzione dei bisogni, delle preferenze e dei comportamenti precedenti di ciascun destinatario.

Convivialità Si riferisce al puro piacere di mangiare con altri, un piacere che spesso va oltre quello puramente edonistico e sensoriale, e alla gioia che deriva dalla socialità.

D

Dieta mediterranea Modello dietetico tradizionale distintivo delle aree di coltivazione dell'olivo mediterraneo. È caratterizzata dal consumo di una varietà di prodotti alimentari freschi, locali e stagionali. Il suo modello dietetico è rappresentato dalla cosiddetta piramide alimentare, che è articolata in alimenti che dovrebbero essere consumati su base giornaliera, settimanale o mensile.

Dilemma di autocontrollo Si presenta nel caso in cui un desiderio che la persona prova è in conflitto con un obiettivo di ordine superiore.

Dimensione psicosociale Dimensione che è correlata alle scelte alimentari e le influenza. Riguarda cognizioni, emozioni, relazioni, valori e abitudini, collegati alle scelte alimentari ed è connessa a sua volta ad altre dimensioni sia di livello micro sia di livello macro.

Dimensione ambientale Si riferisce alle caratteristiche dei luoghi in cui viviamo e che dispongono di risorse alimentari. Spazi e cibo sono strettamente collegati: la produzione, trasformazione e consumo di cibo avvengono in specifici luoghi e al contempo strutturano e danno forma e contenuto a questi luoghi. La dimensione ambientale è strettamente legata alla dimensione politico-

istituzionale e a quella giuridica: al fine di garantire alla popolazione la migliore alimentazione possibile sul piano nutrizionale e qualitativo, l'obiettivo di base della politica alimentare è assicurare alimenti sani, completi e sicuri con minimi rischi per la salute.

Dimensione economica Ha a che fare con la produzione di prodotti alimentari e con il loro prezzo sul mercato. Nella dimensione economica rientrano i sistemi di produzione alimentare, dalla catena industriale ai piccoli agricoltori, e i tentativi di ridisegnare i sistemi di produzione alimentare secondo le regole dell'*economia circolare*.

Dimensione fisiologica Riguarda le nostre funzioni vitali, per esempio i processi che regolano la fame e la sazietà, gli effetti di post-ingestione e post-assorbimento, la predisposizione genetica ad alcune allergie o intolleranze e l'attività metabolica.

Dimensione personologica Riguarda il modo in cui tratti di personalità e temperamento individuale influenzano le scelte alimentari. Un esempio è la relazione tra scelte alimentari e i cinque fattori della personalità definiti dal modello *Big Five*: estroversione, apertura mentale, nevroticismo, empatia e coscienziosità.

Dimensione sensoriale Si riferisce al modo in cui l'insieme delle caratteristiche chimico-fisiche di un alimento vengono percepite dagli organi di senso, suscitando nell'individuo reazioni più o meno intense. La percezione sensoriale, che entra in gioco nel momento in cui ci avviciniamo al cibo, lo prepariamo o lo gustiamo, svolge un ruolo fondamentale nelle scelte alimentari e include tutti i nostri sensi.

Dimensione socioculturale Riguarda la definizione di regole di come ci si alimenta. Queste regole spesso includono una complessa serie di rituali, ricette, tradizioni e tabù.

Dipendenza da cibo Consumo eccessivo di cibi altamente appetibili e tipicamente ricchi di grassi e zuccheri.

E

Effetto boomerang Tendenza a fare propria una posizione opposta a quella proposta dalla fonte di un messaggio.

Emotional eaters Letteralmente 'mangiatori emotivi', sono le persone più ricettive al valore rassicurante del cibo, e al suo utilizzo come 'automedicazione' per ottenere sollievo a breve termine dallo stress e dalle emozioni negative.

Emozioni anticipate Aspettative su come ci si sentirà una volta che si sperimenteranno i guadagni o le perdite associati alla decisione presa. Ci sono emozioni anticipate con valenza negativa, come rimpianto, colpa, rimorso o vergogna, ed emozioni anticipate con valenza positiva, come soddisfazione, felicità o orgoglio).

Etichetta alimentare (food label) Qualsiasi etichetta, marchio, materiale illustrativo o altro materiale descrittivo, scritto, stampato, contrassegnato, impresso o attaccato alla confezione o al contenitore di un cibo.

F

Facilitazione sociale L'influenza che la mera presenza di altre persone ha sui nostri comportamenti.

Facilitazione sociale anticipata L'anticipazione dell'influenza che la presenza di altre persone avrà sui nostri comportamenti.

Fame corporea Fame che si innesca quando l'organismo ha bisogno di nutrienti.

Fattori cognitivi Credenze, aspettative e motivazioni soggiacenti alle scelte alimentari. Questi fattori includono le nostre conoscenze su come selezionare, preparare e consumare determinati cibi; riguardano anche la nostra valutazione positiva o negativa dei diversi alimenti, le nostre preferenze, le nostre percezioni su ciò che ci fa bene o ci fa male; infine, includono i motivi che ci spingono ad acquistare o mangiare vari prodotti alimentari, tra questi il rapporto qualità-prezzo, l'attrattiva sensoriale, l'effetto sul nostro benessere o sull'ambiente.

Fattori emotivi Sono componenti non razionali connessi alla scelta, per esempio le emozioni che proviamo prima, durante e dopo i pasti, o le nostre tendenze impulsive nei confronti del cibo.

Fattori relazionali Riguardano il rapporto tra l'individuo e le altre persone o gruppi e possono influenzare la scelta alimentare. Di conseguenza, l'assunzione di cibo può essere considerata come un atto comunicativo intersoggettivo.

Fattori valoriali Obiettivi e scopi che regolano la nostra scelta alimentare. I valori che attribuiamo all'atto di mangiare possono essere vari e includono piacere, benessere, salute, tutela dell'ambiente o convivialità.

Filiera agroalimentare Insieme delle attività finalizzate alla produzione, trasformazione, distribuzione e commercializzazione dei prodotti agroalimentari. La filiera corta (anche detta canale corto o vendita diretta) è caratterizzata dalla breve distanza percorsa dal cibo e da un numero limitato di passaggi produttivi). La filiera lunga è caratterizzata dalla lontananza tra luogo di produzione e di consumo e da un numero elevato di intermediari.

Fit regolatorio Esperienza soggettiva di sintonia con il messaggio ricevuto, che viene percepito dal destinatario come in linea con le proprie motivazioni e coerente con il proprio modo preferito di affrontare un problema, un compito o una decisione.

Flexitariano Chi limita l'assunzione di carne senza eliminarla completamente.

Focus di prevenzione Gli individui che hanno prevalentemente questo focus sono motivati dall'evitamento di rischi, dall'adempimento di doveri e obblighi e dal mantenimento dello *status quo*.

Focus di promozione Gli individui che hanno prevalentemente questo focus sono motivati dalla ricerca di guadagni che garantiscano il raggiungimento di uno stato ideale desiderabile.

Focus regolatorio Tendenza ad autoregolare il perseguimento dei propri obiettivi e a rivolgere selettivamente la propria attenzione verso il raggiungimento di guadagni oppure verso l'evitamento di perdite.

Food choice process model (modello del processo di scelta alimentare) Descrive come si strutturano le scelte alimentari nel corso della vita di una persona. I gusti e le preferenze alimentari nascono da scelte specifiche che diventano via via sempre più abitudinarie e automatiche: secondo questo modello il comportamento alimentare dipende da tre dimensioni principali, collegate tra di loro: le esperienze nel corso della vita, le influenze sociali e il sistema alimentare personale.

Food literacy (competenza alimentare) Traducibile letteralmente come ‘alfabetizzazione alimentare’, l’espressione fa riferimento alla conoscenza in tema di cibi e all’utilizzo di tale conoscenza nelle scelte alimentari.

G

Goal setting Definizione di obiettivi da raggiungere.

Gruppi alimentari In Italia, le Linee Guida per una Sana Alimentazione prevedono cinque principali gruppi alimentari: cereali e derivati, tuberi; frutta e verdura; carne, pesce, uova e legumi; latte e derivati; grassi da condimento. I cinque principali gruppi alimentari si caratterizzano per i nutrienti di cui risultano essere fonte principale. All’interno di ogni gruppo è possibile identificare dei sottogruppi di alimenti con caratteristiche diverse sul piano merceologico e, all’interno di ciascun sottogruppo, è possibile identificare diverse tipologie che a parità di peso possono fornire una diversa quantità dei nutrienti caratteristici del gruppo.

I

Identità alimentare Quella parte dell’identità che si fonda sulle nostre scelte alimentari.

Identità personale Definizione di sé in termini di tratti e caratteristiche individuali percepiti come unici (‘io’ e ‘me’).

Identità sociale Quella parte del concetto di sé di una persona che deriva dalla sua appartenenza a un gruppo sociale, insieme al valore e al significato emotivo attribuito a tale appartenenza.

Intenzioni di implementazione Intenzioni che fanno leva su una pianificazione di come raggiungere un obiettivo, attivando risposte specifiche a segnali situazionali che possono essere anticipati.

M

Mangiare emotivo (emotional eating o fame emotiva) Comportamento alimentare che consiste nell’assumere cibo con la funzione di sfogo emotivo, anche quando il corpo non ne ha bisogno. Il mangiare emotivo si differenzia dalla fame corporea, in quanto compare in presenza di emozioni negative.

Marketing dello scaffale (shelf marketing) Strategia di vendita volta ad attirare l’attenzione dei consumatori verso un determinato prodotto in base al suo posizionamento sullo scaffale.

Messaggio prefattuale Messaggio che presenta un possibile risultato futuro come conseguenza di un ipotetico comportamento.

Mimetismo Imitazione inconsapevole del comportamento altrui.

Modellamento Apprendimento di un comportamento attraverso l'osservazione di quello altrui. Nell'ambito del comportamento alimentare, il modellamento si manifesta attraverso l'imitazione di un'altra persona, che assume il ruolo di 'modello alimentare'.

Motivazione Forza che spinge una persona a compiere un'azione, è il processo psicologico che permette di mettere in pratica una scelta.

Motivo Ragione che dà origine a un'azione, è la causa specifica di una scelta.

Motivi alimentari (*food motives*) Motivi che guidano le scelte alimentari.

Motivi primari Sono innati e necessari per la sopravvivenza della persona. Nel caso della scelta alimentare, tra i motivi primari fondamentali vi sono la fame, la sete e l'evitamento di un pericolo.

Motivi secondari Sono appresi e variano a seconda dell'ambiente e della cultura in cui la persona vive. Rientrano tra i motivi secondari il desiderio di affiliazione, la convivialità, l'espressione della propria identità e dei propri valori.

N

Non nutrienti Sostanze prive di valenza nutrizionale ad azione bioattiva o dotate di proprietà farmacologiche (per esempio le sostanze ad azione antiossidante).

Norma sociale Regola di comportamento condivisa dai membri di una comunità. Nel caso del comportamento alimentare la norma sociale può essere resa saliente dalla presenza di un'altra persona durante un pasto, oppure da segnali ambientali (come la dimensione delle porzioni proposte), e dipende, quindi, fortemente dal contesto nel quale ci si trova.

Norma sociale descrittiva Riguarda un comportamento diffuso all'interno di un gruppo sociale.

Norma sociale ingiuntiva (o prescrittiva) Riguarda un comportamento ritenuto appropriato all'interno di un gruppo sociale.

Norma dinamica Riguarda un comportamento che sta cambiando nel tempo, acquistando maggiore diffusione.

Norma soggettiva Si riferisce alla percezione che altri per noi significativi approvino il comportamento che si intende mettere in atto.

Nudging Incoraggiamento dolce e non esplicito a orientarsi verso una determinata opzione. Attraverso il *nudging* si punta a cambiare il comportamento delle persone non necessariamente modificando l'importanza dei loro valori o convinzioni, ma semplicemente attivando comportamenti immediati.

Nutrienti Sostanze (proteine, grassi, carboidrati, vitamine e minerali) indispensabili all'organismo per il mantenimento della vita, la crescita e il rinnovamento delle relative strutture biologiche.

P

Packaging Il confezionamento del prodotto è un mezzo di imballaggio che garantisce una consegna sicura ed efficiente al consumatore. È inoltre il primo strumento di comunicazione utile per una

presentazione del prodotto, una sua differenziazione rispetto ad altre proposte sul mercato e una definizione dell'identità del marchio.

Percezione di controllo comportamentale Riguarda la percezione che i vincoli esterni, ossia tempo, risorse economiche e opportunità, e i vincoli interni, ossia conoscenza, competenze e percezione di autoefficacia, siano sotto il controllo individuale.

Pescetariano Chi non consuma carni rosse o bianche, ma consuma pesce, molluschi, crostacei, frutti di mare.

Piacere alimentare epicureo Piacere duraturo derivante dall'apprezzamento estetico del valore sensoriale e simbolico del cibo.

Piacere alimentare esperienziale Soddisfazione e godimento derivanti dall'esperienza multisensoriale di assaporare i cibi, ma anche dai loro significati comunitari e culturali.

Piacere alimentare viscerale Solievo edonico di breve durata creato dalla soddisfazione degli impulsi alimentari, spesso al di fuori del controllo volitivo.

Probiotici Microrganismi vivi come lattobacilli e bifidobatteri, in grado di influenzare positivamente l'equilibrio della flora batterica intestinale e contribuire a potenziare le difese immunitarie.

Profilazione (o segmentazione) Suddivisione della popolazione in gruppi il più possibile definiti e omogenei.

Profilazione a posteriori Si basa sulle risposte date a questionari o esperimenti.

Profilazione a priori Viene effettuata prima della raccolta dei dati e spesso si basa su variabili demografiche, come età, genere o titolo di studio.

Profilazione comportamentale Si basa sui comportamenti passati delle persone.

Profilazione geografica Si basa sul territorio di provenienza o sulla residenza della persona.

Profilazione ibrida Si articola solitamente in due fasi: viene inizialmente utilizzata la profilazione a priori e poi si passa a quella a posteriori, per verificare ulteriormente l'utilità dei diversi profili individuati nella profilazione a priori.

Profilazione psicocomportamentale In questo caso variabili psicografiche e variabili comportamentali vengono usate insieme per avere un approccio sia esplicativo sia predittivo dei comportamenti.

Profilazione psicografica Esplora i tratti di personalità, le credenze, i valori, gli interessi e gli stili di vita delle persone, allo scopo di comprendere i motivi dei comportamenti.

Profilazione sociodemografica Si basa su caratteristiche come l'età, il genere o il titolo di istruzione.

Psicologia sociale dell'alimentazione Studia le dimensioni cognitive, emotive, relazionali, valoriali e comportamentali alla base delle scelte alimentari. Mutua teorie e metodi dalla psicologia sociale, assumendo che esista un'influenza reciproca tra le persone e l'ambiente che le circonda, e studiando come questa influenza avviene attraverso la comunicazione. In chiave interdisciplinare si avvale anche del contributo di altre discipline che studiano da diverse prospettive il tema della produzione e del consumo di cibo.

R

Regolazione emotiva Capacità di modulare il proprio stato emotivo in maniera adattiva, utilizzando una serie di strategie e comportamenti.

Rimpianto anticipato Anticipazione di provare dispiacere in futuro in caso non si eseguisse un determinato comportamento.

S

Salute Condizione di benessere fisico e psichico dovuta a uno stato di perfetta funzionalità dell'organismo.

Salutista Chi adotta una dieta attenta a salvaguardare la propria salute.

Scelte alimentari sostenibili Scelte che promuovono la salute e il benessere degli individui, ma al contempo hanno un ridotto impatto ambientale, rispettano i diritti dei lavoratori, sono sicure, eque e culturalmente accettabili.

Script Aspettative su come comportarsi in specifiche situazioni. Sono dei veri e propri piani di azione composti da sequenze ripetute, e di solito sempre simili, di comportamenti.

Spreco alimentare Fenomeno di perdita di qualsiasi sostanza sana e commestibile che, invece di essere utilizzata, viene degradata o consumata da parassiti in qualsiasi fase della catena alimentare.

Stereotipi Idee preconconcette, non basate sull'esperienza diretta e difficilmente modificabili, che generano aspettative e conseguenze comportamentali.

T

Teoria del carico cognitivo Afferma che i compiti consapevoli e impegnativi richiedono risorse cognitive di livello superiore, come l'attenzione e l'autocontrollo.

Tracciabilità Capacità di tracciare qualsiasi alimento, mangime, animale destinato alla produzione alimentare o sostanza che sarà utilizzata per il consumo, attraverso tutte le fasi di produzione, lavorazione e distribuzione.

V

Valenza Si riferisce al fatto che nel messaggio si sottolineino le conseguenze positive derivanti da un comportamento o viceversa quelle negative derivanti dall'assenza di quel comportamento.

Valori Convinzioni astratte e relativamente stabili circa modi ideali e desiderabili di agire o essere. Sono astratti perché trascendono azioni e situazioni specifiche. Sono ordinati gerarchicamente in base all'importanza che ogni individuo attribuisce loro; pertanto formano un sistema ordinato di priorità che li caratterizza come valori personali.

Valori della scelta alimentare Considerazioni personali relativamente al valore di determinati alimenti. Queste considerazioni riguardano il gusto, le proprietà salutari, il costo e la comodità di un determinato alimento, e variano da individuo a individuo.

Vegetariano Chi adotta un'alimentazione a base vegetale (latto-ovo-vegetariana, latte-vegetariana, ovo-vegetariana o vegana).