

Cronisti in classe 2026

QV il Resto del Carlino

Essere di moda per i social Si evita di essere discriminati

Spesso imitiamo gli influencer che mostrano la loro vita personale e siamo portati a seguirli. Ma sul web non vengono mostrati i momenti di dolore e tristezza che invece esistono per tutti

Quanto di quello che siamo lo scegliamo realmente? Molti di noi ragazzi scelgono di seguire la massa solo per sentirsi parte di un gruppo. Questo fenomeno prende il nome di omologazione. L'ambito più attuale in cui si manifesta è quello dei social media.

Secondo la ricerca scientifica, l'uso dei social network è parte del modo in cui noi adolescenti costruiamo la nostra personalità, mettendo a confronto noi stessi con chi vediamo sui social. Un elemento distintivo del mondo dei social sono i trend, dall'inglese «trending»: andare di moda. Questi ultimi ci influenzano particolarmente ogni giorno.

Sin dall'infanzia siamo abituati a seguire il modello degli altri, perciò tra noi ragazzi nasce spesso la paura di non essere aggiornati o di venire esclusi dai gruppi social. Questa paura è chiamata F.O.M.O (Fear Of Missing Out).

Essa spinge noi giovani ad usare costantemente i dispositivi elettronici cercando approvazione on-line. In piattaforme come TikTok, Instagram e Snapchat sono presenti filtri che modificano l'aspetto degli utenti. Infatti quello che vediamo on-line, spesso,



L'omologazione da social

non corrisponde alla realtà. Tutto ciò crea canoni di bellezza irraggiungibili che fanno sentire noi ragazzi inadeguati. Quanti dei nostri coetanei non postano più foto senza l'uso dei filtri? I filtri possono essere usati con leggerezza, il problema nasce quando non riusciamo più a separarli dalla realtà e cominciamo a credere che solo usandoli valiamo qualco-

sa.

Il fenomeno descritto, spesso definito «Snapchat Dysmorphia» riguarda persone, specialmente giovani, che decidono di sottoporsi a interventi di chirurgia estetica. Purtroppo oggi le persone che influiscono maggiormente sulle nostre vite hanno il nome di influencer, dal verbo influenzare sia in positivo che in negativo. Questi

creator condividono contenuti sulla loro vita personale e sulle loro passioni. Noi, spesso, ci sentiamo in dovere di imitarli, senza sapere che la vita ci riserva inevitabilmente alcuni momenti negativi di tristezza e dolore che però non vengono mostrati sui social.

Questa tendenza porta a discriminare coloro che non si omologano e in casi estremi può sfociare in cyberbullismo. Prendiamo l'esempio di Chantal Ughi, ex modella, che ha raccontato di essere stata pesantemente insultata sui social per il suo aspetto dopo aver lasciato il mondo della moda. «Se non sei perfetta, ti distruggono» ha detto. Infatti molti creator promuovono prodotti e stili di vita dannosi, come ad esempio il corpo anoressico che è visto come sano e bello.

La perfezione, quindi, non esiste e la nostra vita è bella proprio perché ha le sue imperfezioni. Al giorno d'oggi è necessario non affidarsi a contenuti digitali, ma a saper distinguere ciò che ci rende unici da ciò che ci omologa.

Frida Abbrugiati, Maia Frontini, Cecilia Dolcimele e Mariasole Silvestrini classe IIIB scuola Fagnani di Senigallia

[Siamo il Paese che ne consuma di più e non utilizza quella del rubinetto nonostante sia tra le più pulite nel mondo](#)

L'acqua in bottiglia e il consumo di plastica: in Italia il record europeo



Costi alti per l'acqua in bottiglia

Spesso non è nota la truffa che si cela dietro l'acqua in bottiglia che ogni giorno viene comprata in massa dagli italiani. Quanto è veramente utile l'acqua in bottiglia? L'acqua, che ognuno di noi ha in casa propria, si paga pochi millesimi di euro al litro; se invece andiamo al supermercato, lo stesso litro di acqua lo paghiamo circa 15 centesimi, cioè 70 volte in più; al bar, addirittura, solitamente paghiamo una bottiglietta da mezzo litro 1 euro, cioè quasi 1000 volte in più rispetto a quella del rubinetto. Molti pensano, sbagliando: «Va bene, l'acqua in bottiglia costa di più, ma almeno è più sana». Peccato che non sia così. L'acqua delle tubature italiane, infatti, è una delle più pulite del mondo, dato che i controlli sono molto più frequenti e severi rispetto a quelli dell'acqua in bottiglia. Dal punto di vista chimico-fisico, invece, non ci sono differenze, come certifica il Centro nazionale per la sicurezza delle acque dell'Istituto Superiore di Sanità. Eppure siamo il Paese europeo che utilizza più acqua in bottiglia, e il secondo al mondo dopo il Messico. L'acquisto di acqua in bottiglia è dovuto soprattutto per il retrogusto di metallo che può avere quella del rubinetto, ma si tratta solo di gu-

sto e non c'entra assolutamente niente con la qualità: tutto ciò può essere risolto esponendo l'acqua all'aria per qualche minuto, in modo che le molecole responsabili del cattivo sapore evaporino. Poi c'è un altro grande motivo alla base del consumo eccessivo di acqua in bottiglia: il marketing. Negli ultimi anni siamo stati bombardati di spot pubblicitari che hanno trasformato l'acqua in bottiglia in un prodotto premium. Oltre al marketing, un ruolo decisivo lo giocano i falsi miti salutistici. Molti temono che l'acqua del rubinetto, essendo spesso «dura», possa causare calcoli renali. La scienza, tuttavia, smentisce categoricamente questa paura: il calcio presente nell'acqua è una risorsa preziosa per le nostre ossa e il cuore. Inoltre, scegliere il rubinetto significa combattere l'inquinamento globale: l'Italia è purtroppo leader nel consumo di plastica, e ogni bottiglia risparmiata riduce drasticamente le emissioni di CO2 e la diffusione di microplastiche, che spesso sono più presenti proprio nell'acqua confezionata che in quella di rete.

Riccardo Giammarini, Tommaso Goffi, Tommaso Ramini, Jaden Splinter Rojas Classe IIIB

CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



raffineria di ancona



elica



SUBISSATI
CASE E STRUTTURE IN LEGNO

Natural Village Resort
beach | family | sport

estra

MARCHE
MULTISERVIZI

ISTAO
ISTITUTO
ITALIANO
DELLA
SALUTE
E DELL'ACQUA
Fondato da Giorgio Piccini nel 1967
Presidente: Alberto Avallone