



# Le parole al limite

La necessità di un linguaggio responsabile

Università degli Studi di Milano - Aula 211

**14 maggio**  
ore 9:00

Promosso da

VNA PR  
hub

VNA Azienda della  
Comunicazione  
Unita



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO  
DIPARTIMENTO DI STUDI STORICI  
"FEDERICO CHABOD"

Con il patrocinio di

**FERPI** FEDERAZIONE  
RELAZIONI  
PUBBLICHE  
ITALIANA

## Parole oltre il limite: l'evoluzione dell'odio sui social

*Relatore: Ugo Esposito*

*CEO di Kapusons, docente di Comunicazione e Marketing Digitale, Computer Science, UNICAM*

a world like yours  
**kapusons**

part of  
**EPOCCA**

**extreme**  
LET THERE BE INSIGHTS

# Utenti Internet e Social in Italia

2015



*37,67 milioni utenti Internet*  
*Penetrazione: 63%*



*28 milioni utenti social*  
*Penetrazione: 47%*

2025



*53,1 milioni utenti*  
*Internet*  
*Penetrazione: 89,9%*



*41,2 milioni utenti social*  
*Penetrazione: 69,7%*

# Quanti contenuti abbiamo "pescato" in 10 anni?

## 7,2 miliardi

**Post analizzati**

*Web e social acquisiti in 10 anni di attività*

## 400+

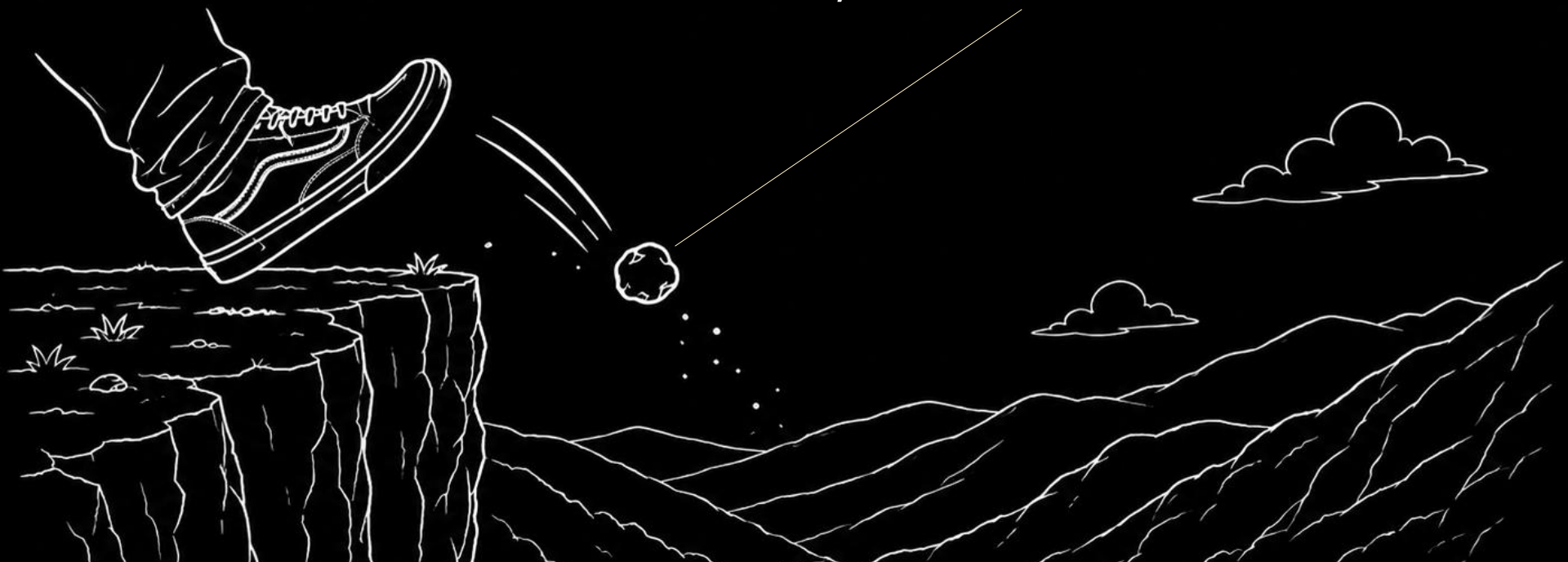
**Monitoraggi gestiti**

*In diversi settori e ambiti tematici*

*Ambiti di ricerca: Politica, Banche, Sport, TV e Spettacolo, Arredo Design, Pharma, Automotive, Porno, Finanza e Assicurazioni, Sanità, Sicurezza Alimentare, GDO, Turismo, Ricerche di Mercato, Marketing e Comunicazione, Energy, Università e Ricerca, **Violenza di Genere, Discriminazione.***

## Proporzione tra contenuti analizzati e hate speech

**0,25%**  
**di 7,2miliardi contenuti in rete**



# Proporzione tra contenuti analizzati e hate speech

## Hate Speech

da 18mln di «parole oltre il limite»



# Strumenti di Ricerca

La ricerca è stata condotta con strumenti *OSINT* (Open Source Intelligence):

## WEBLIVE

*Piattaforma di global web e social listening e data intelligence per acquisire, monitorare e analizzare milioni di contenuti online provenienti dal web e dai social network.*



*Piattaforma di web e social discovery che restituisce insight quanti-qualitativi su query di interesse, con analisi a ritroso fino a 12 mesi. [www.daxede.com](http://www.daxede.com)*

# Lavorare con le parole: dalla raccolta al data enrichment

*Le metodologie OSINT e SOCMINT consentono analisi su larga scala, ma richiedono riflessione critica sui bias introdotti da ogni scelta di keyword.*

## **Metodologie Quantitative**

*Volumi, fonti, grado di affidabilità degli account, distribuzione temporale e lessicale.*

## **Metodologie Qualitative**

*Analisi del contesto, ricorrenze tematiche, costruzione delle arene discorsive più esposte.*

*Mappatura articolata dei principali contesti in cui l'hate speech si manifesta.*

# Approcci Teorici ai Social Media Studies

*Perchè è importante indagare l'Hate Speech*

## **Il linguaggio produce realtà**

*Analizzare l'hate speech digitale significa leggere la materialità del linguaggio come pratica sociale che produce disuguaglianze.*

## **Le piattaforme sono ambienti attivi**

*Le piattaforme non sono semplici canali, ma **ambienti semiotici attivi** in cui il potere si costruisce attraverso codici, rappresentazioni e narrazioni.*

## **Il discorso online non è neutro**

*Il discorso online non è mai neutro: può rendere fluide, virali e banali anche le forme più violente di comunicazione.*

# Dalla discriminazione sessuale all'odio etnico razziale

## Ground 2015

Mapa iniziale delle parole d'odio monitorate e dei contesti di diffusione.

Totale di post e titoli raccolti 2015

**3.313.602**

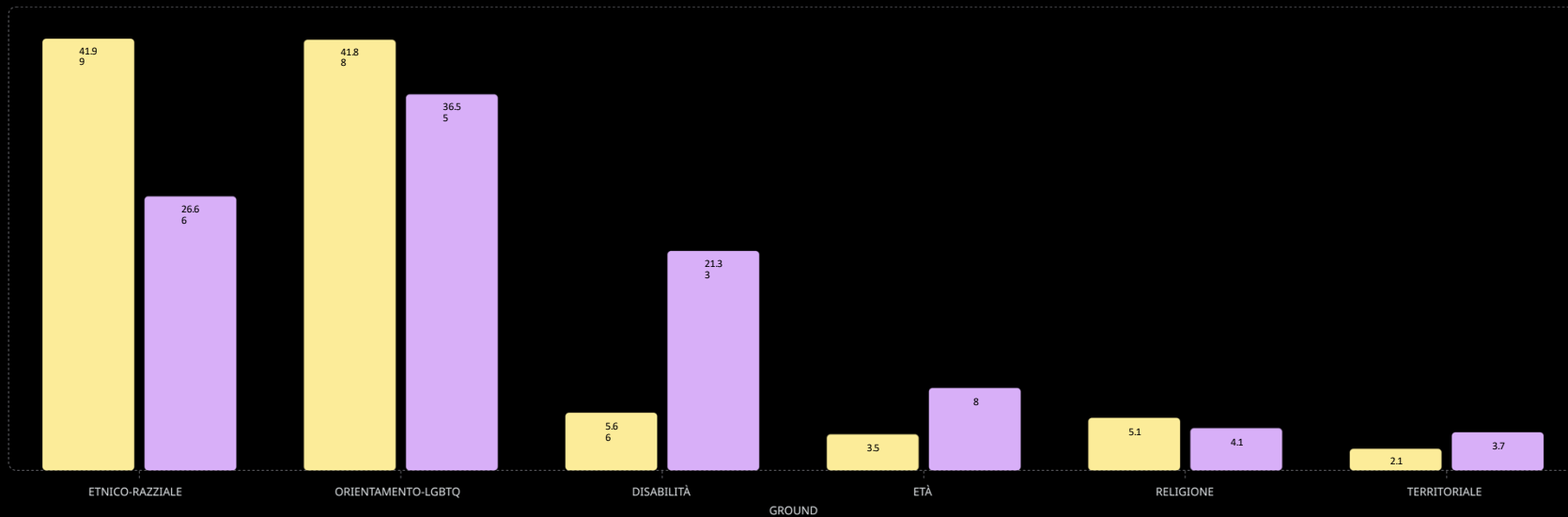
## Ground 2025

Evoluzione del lessico discriminatorio e esplosione del modello keyword.

Totale di post e titoli raccolti 2025

**690.582**

■ Percentuale 2026 ■ Percentuale 2015



# L'analisi dei Social & Web Big Data

*Richard Rogers (Digital Methods) ha promosso l'uso critico dei dati digitali come tracce di pratiche sociali.*

*La progressiva chiusura delle piattaforme e la riduzione delle API pone interrogativi sulla **rappresentatività dei dati**.*

*I contenuti più violenti migrano verso piattaforme meno regolamentate, sottraendosi all'osservazione sistematica.*

*In Italia manca un osservatorio stabile: i dati provengono dalla Mappa dell'Intolleranza e dal Barometro dell'Odio di Amnesty International.*

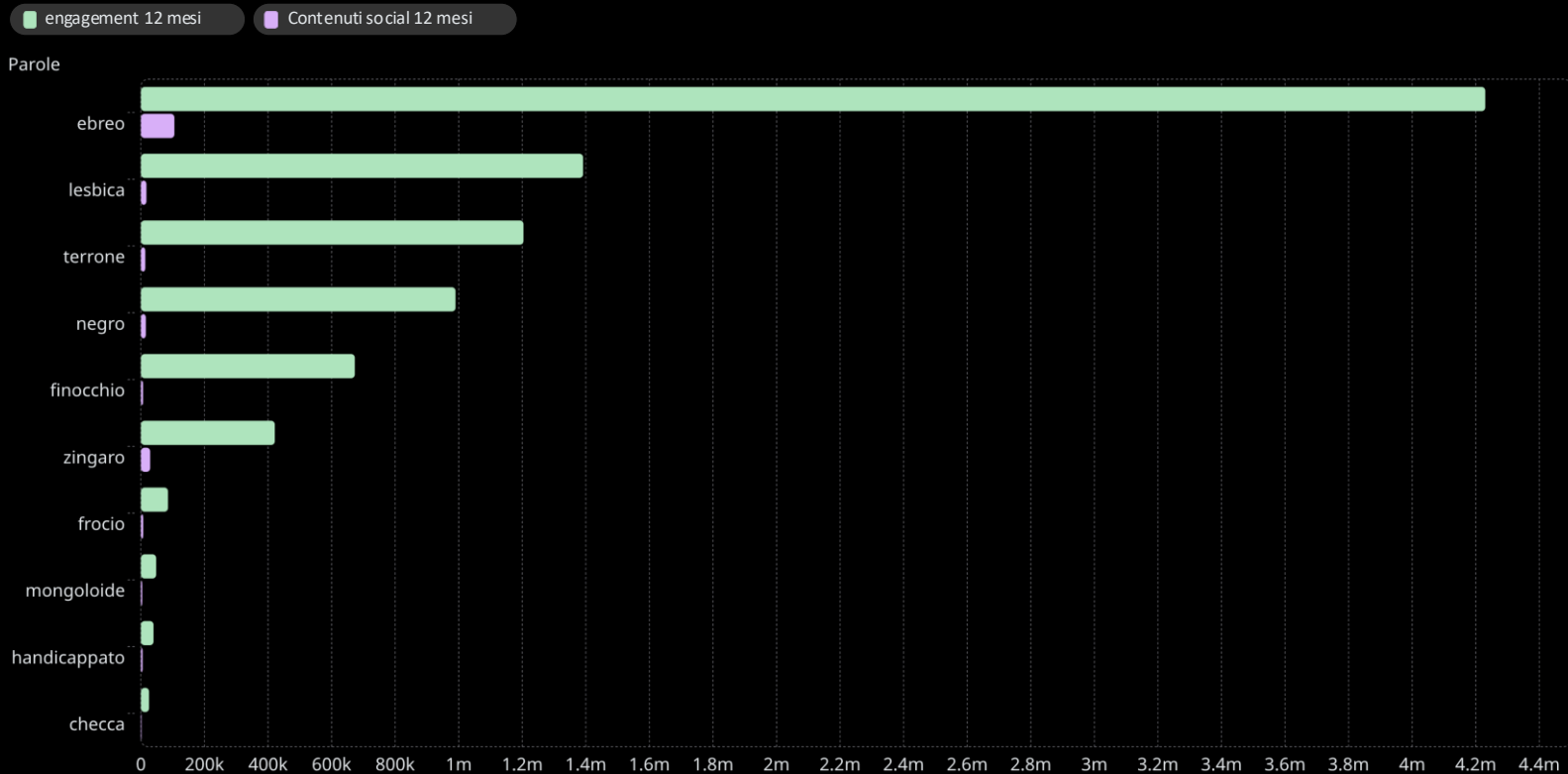
*Nel 2016, la Presidente della Camera dei Deputati, on. Laura Boldrini subisce un attacco senza precedent su FB. Scopriamo solo allora che META in Italia aveva **solo 2 persone** che gestivano le richieste di rimozione di contenuti lesivi.*



*Nel 2023 X **elimina qualsiasi filtro automatico** per l'hate speech e i contenuti sessuali espliciti.*



# Estrazione keyword negli ultimi 12 mesi

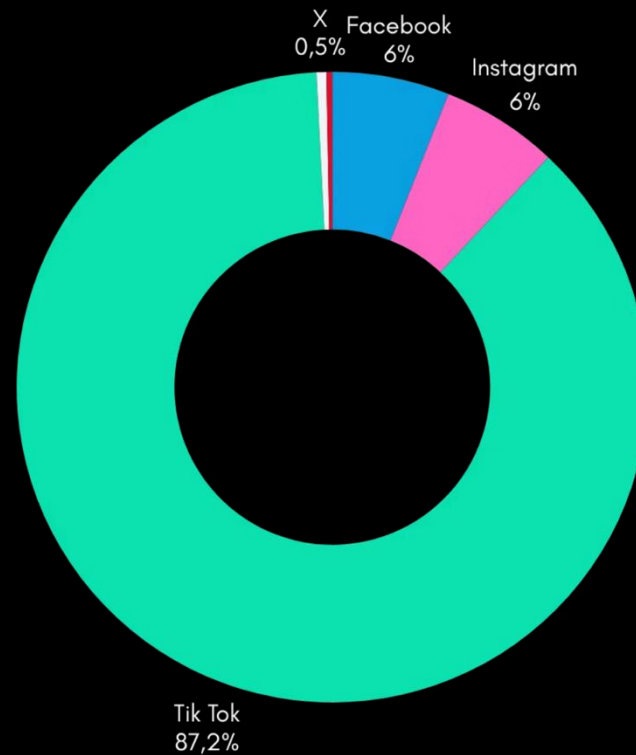
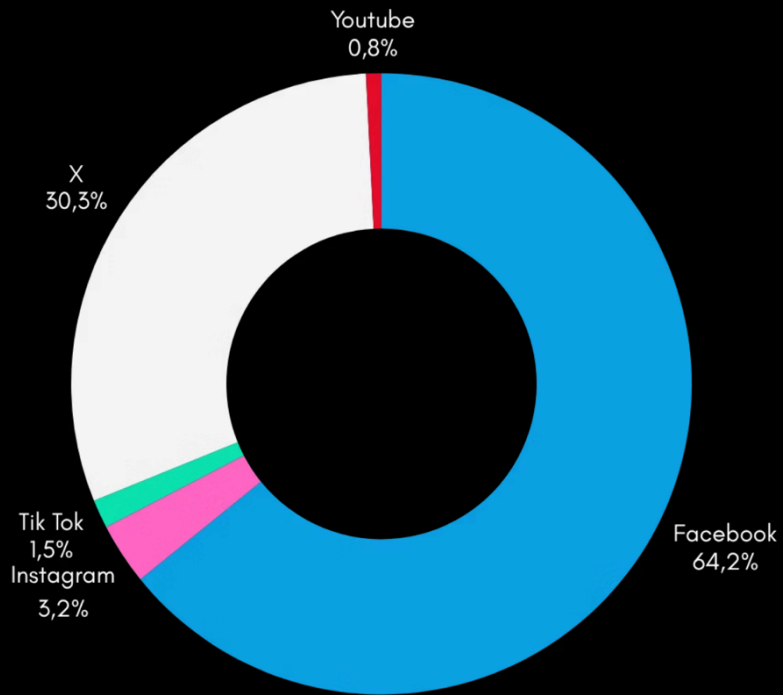


# Parole oltre il limite 2015 vs 2025



**Dove** sono usate queste **parole** e quanto **semplificano** il linguaggio?

# Fonti ed engagement



# FROCIO - Contesti tematici e Ricchezza Lessicale

Contesto	Peso	Termini caratterizzanti	Ricchezza semantica
<i>Flame / insulto generico</i>	63,19%	<i>culo, merda, cazzo, schifo, malati, coglioni, puttana, terroni, negri</i>	<i>Più povero: varietà superficiale da accumulo di insulti, non da articolazione semantica</i>
<b><i>Politica e attualità</i></b>	<b>18,81%</b>	<i>sinistra, destra, governo, comunisti, fascisti, Putin, guerra, immigrati</i>	<i>Lessico più ampio ma molto polarizzato: la parola delegittima l'avversario</i>
<i>Sessualità / LGBTQ+</i>	9,20%	<i>gay, lesbiche, trans, pride, ricchione, finocchio, omofobia, diritti</i>	<i>Semanticamente centrale, ruota su pochi nuclei: omosessualità, virilità, insulto identitario</i>
<i>Sport / calcio</i>	4,56%	<i>Roma, Lazio, Milan, calcio, curva, tifosi, partita</i>	<i>Medio-povero, rituale: insultare l'avversario negandogli virilità</i>
<i>Spettacolo / fandom</i>	4,24%	<i>TV, film, influencer, reality, fan, programma</i>	<i>Povero, da tifoseria mediatica: giudizi rapidi, schieramenti</i>

# La classifica della “ricchezza” linguistica

Posizione	Contesto	Giudizio
1	<i>Politica e attualità pubblica</i>	<i>Più ricco, ma ideologizzato</i>
2	<i>Sessualità, LGBTQ+, omofobia e maschilità</i>	<i>Medio, semanticamente coerente</i>
3	<i>Sport, calcio e tifo</i>	<i>Medio-povero, rituale</i>
4	<i>Spettacolo, TV, musica e fandom</i>	<i>Medio-povero, da tifoseria mediatica</i>
5	<i>Flame / insulto generico</i>	<i>Più povero e più ripetitivo nella funzione</i>

“frocio” è soprattutto un **insulto omofobico generalizzato**, con un nucleo discriminatorio stabile:  
è una parola più ricca quando entra in discorsi politici o sociali e più povera quando diventa pura arma da flame.

# NEGRO - Contesti tematici e Ricchezza Lessicale

Contesto	Peso	Campi lessicali	Valutazione
Colore, descrizione, metafore	60,05%	color, blanco, vestido, mercado negro, agujero negro, lista negra, magia negra	Ricco per ampiezza lessicale, ma spesso seriale: schede prodotto, formule commerciali
<b>Politica, attualità, immigrazione</b>	<b>10,34%</b>	governo, migranti, Trump, Meloni, guerra, destra, sinistra, razzismo, fascisti	Più articolato, testi lunghi e argomentativi. Ricchezza ridotta dalla polarizzazione
Nomi propri, toponimi, marchi	9,09%	Rio Negro, Ponta Negra, Dal Negro, Negretto, Perla Negra, Montenegro	Medio: alta varietà nominale, ma la parola non è semanticamente attiva
Razzismo, insulto etnico	7,35%	razzismo, razza, pelle, bianchi, africani, schiavitù, discriminazione, torna a...	Povero nell'insulto (poche formule, stereotipi). Più ricco nei testi antirazzisti
Cultura, spettacolo, musica	5,94%	film, serie, musica, canzone, libro, YouTube, podcast, arte, cantante	Mediamente ricco: titoli, opere, narrazioni, recensioni. Meno aggressivo

# Una parola semanticamente non uniforme

## Dato quantitativo

*Oltre il 60% del corpus riguarda usi cromatici, descrittivi, commerciali o metaforici (spagnolo/portoghese). In questi casi la parola non è necessariamente d'odio: indica un vestito, un prodotto, un "agujero negro".*

## Dato qualitativo

*Quando entra nel contesto italiano o razzializzato, "negro" diventa una parola ad **altissima criticità**: attiva gerarchie razziali, stereotipi sull'immigrazione, disumanizzazione e aggressione identitaria.*

*"Negro" è una parola al limite soprattutto per la sua **dipendenza dal contesto linguistico e dal bersaglio**.*

*L'analisi automatica non può limitarsi alla presenza della parola: deve sempre chiedersi in che lingua è usata, a chi si riferisce, e con quale funzione discorsiva.*

# MONGOLOIDE — Analisi dei contesti tematici


#	Contesto tematico	Peso	Funzione prevalente	Ricchezza
1	Flame / insulto generico non contestualizzato	65,27%	Insulto personale diretto, spesso isolato	Povero / formulaico
2	<b>Politica e attualità pubblica</b>	<b>14,52%</b>	Contro avversari politici, elettori, leader, M5S, Meloni	Medio-ricco, polarizzato
3	Relazioni private, vita quotidiana	7,77%	Litigi, famiglia, lavoro, scuola, rapporti personali	Medio-ricco, narrativo
4	Sport, calcio e tifo	5,96%	Partite, squadre, allenatori, arbitri, tifoseria	Medio-povero, rituale
5	Disabilità, salute, abilismo e inclusione	3,58%	Sindrome di Down, malattia, INPS, inclusione, abilismo	Medio, oscillante tra insulto e discorso critico

# Dettaglio sulla Ricchezza Lessicale

Contesto	Peso	Termini caratterizzanti	Valutazione
Flame / insulto generico	65,27%	cazzo, merda, idiota, coglione, rincoglionito, analfabeta, schifo	Più povero: "sei un mongoloide", "povero mongoloide". Variazione da accumulo di insulti
<b>Politica e attualità</b>	<b>14,52%</b>	Meloni, governo, M5S, destra, sinistra, Trump, votare, elettori, guerra, immigrati	Lessico più ampio ma in parte apparente: slogan, invettive, delegittimazione dell'avversario
Relazioni private	7,77%	madre, padre, famiglia, figlio, casa, lavoro, scuola, vita, sesso	Più narrativo: micro-racconti di conflitti domestici, frustrazioni, giudizi quotidiani
Sport / calcio	5,96%	Roma, Inter, Milan, Lazio, Napoli, partita, gol, arbitro, scudetto	Medio-povero, rituale: insultare l'avversario, l'allenatore, il tifoso rivale
Disabilità, salute, abilismo	3,58%	Down, sindrome, disabile, malattia, SLA, INPS, inclusione, parole	Più delicato: povero nell'insulto abilista, più articolato nei testi su inclusione e stigma

# La classifica della ricchezza linguistica

Posizione	Contesto	Giudizio
1	Relazioni private, vita quotidiana e conflitti personali	Medio-ricco, più narrativo
2	Politica e attualità pubblica	Medio-ricco, ma fortemente polarizzato e ripetitivo
3	Disabilità, salute, abilismo e inclusione	Medio, con forte differenza tra insulto e discorso critico
4	Sport, calcio e tifo	Medio-povero, rituale
5	Flame / insulto generico	Più povero e formulaico

 “**Mongoloide**” è usato soprattutto come insulto generico da conflitto social. Nella maggioranza dei casi non serve a descrivere una condizione, ma a svalutare l’intelligenza, la dignità o la capacità di giudizio dell’interlocutore. Rispetto a parole come “stronza” o “strega”, qui la dimensione discriminatoria è diversa: non è principalmente misogina, ma **abilista**. Il termine è diventato una formula di degradazione generalizzata, ma il suo nucleo resta problematico perché **trasforma la disabilità o la diversità cognitiva in insulto**.

# STRONZA — Analisi dei Contesti Tematici

#	Contesto tematico	Peso	Funzione prevalente	Ricchezza
1	Flame / insulto generico	63,06%	Offesa diretta, sfogo, risposta aggressiva	Povero / formulaico
2	Politica e attualità pubblica	12,79%	Contro figure politiche, partiti, governo	Medio-ricco, polarizzato
3	Spettacolo, TV, musica e fandom	9,59%	Sanremo, Fedez, Grande Fratello, personaggi TV	Medio, ripetitivo
4	Sessismo, genere e violenza simbolica	9,44%	Rivolto a donne, madri, mogli, ex	Medio-povero, stereotipato
5	Relazioni private, famiglia, lavoro	4,67%	Litigi, amicizie, rapporti personali	Medio-ricco, narrativo

# Dettaglio sulla Ricchezza Lessicale

Contesto	Peso	Termini caratterizzanti	Valutazione
<i>Flame / insulto generico</i>	63,06%	<i>brutta, merda, cazzo, vai, schifo</i>	<i>Più povero: testi brevissimi ("che stronza", "brutta stronza"), struttura ripetitiva</i>
<i>Politica e attualità</i>	12,79%	<i>Meloni, Italia, governo, sinistra, destra, guerra</i>	<i>Più ricco: include nomi, temi pubblici, ideologie. Fortemente polarizzato</i>
<i>Spettacolo / fandom</i>	9,59%	<i>Fedez, Sanremo, Masini, Grande Fratello, Helena</i>	<i>Vario per nomi propri, ma ripetitivo. Pesa il frame "Bella stronza" (Sanremo)</i>
<i>Sessismo / genere</i>	9,44%	<i>donne, mamma, madre, figli, moglie, violenza</i>	<i>Più specifico del flame, ma stereotipato: donna falsa, cattiva, manipolatrice</i>
<i>Relazioni private</i>	4,67%	<i>casa, vita, lavoro, amica, famiglia, amore</i>	<i>Meno numeroso ma più narrativo: racconta situazioni, litigi, rapporti</i>

# Classifica della Ricchezza Linguistica

Posizione	Contesto	Giudizio
1	<i>Politica e attualità pubblica</i>	<i>Più ricco, ma ideologizzato</i>
2	<i>Relazioni private, famiglia, lavoro e vita quotidiana</i>	<i>Medio-ricco, narrativo</i>
3	<i>Spettacolo, TV, musica e fandom</i>	<i>Medio, ma ripetitivo</i>
4	<i>Sessismo, genere e violenza simbolica</i>	<i>Medio-povero, stereotipato</i>
5	<i>Flame / insulto generico</i>	<i>Più povero e formulaico</i>

"Stronza" è una parola al limite perché *oscilla tra insulto generico e insulto di genere*. Quando il bersaglio è femminile attiva un immaginario ricorrente: la donna cattiva, falsa, arrogante, manipolatrice o "da punire" verbalmente.

# Hate Speech di genere

Una componente strutturale delle pratiche comunicative digitali contemporanee.



**Il sessismo linguistico si manifesta attraverso forme di reiterazione simbolica che contribuiscono alla naturalizzazione di stereotipi di genere, alimentando una cultura discorsiva in cui la violenza verbale contro le donne è socialmente tollerata e spesso funzionalizzata all'interno delle dinamiche partecipative *online*.**

# Il Sessismo Esplicito nei Dati

*Il sessismo esplicito si manifesta come insulto diretto alla sessualità femminile, spesso rappresentata come promiscua, deviata o indegna.*



**PUTTANA**

*153 milioni  
di visualizzazioni*



**TROIA**

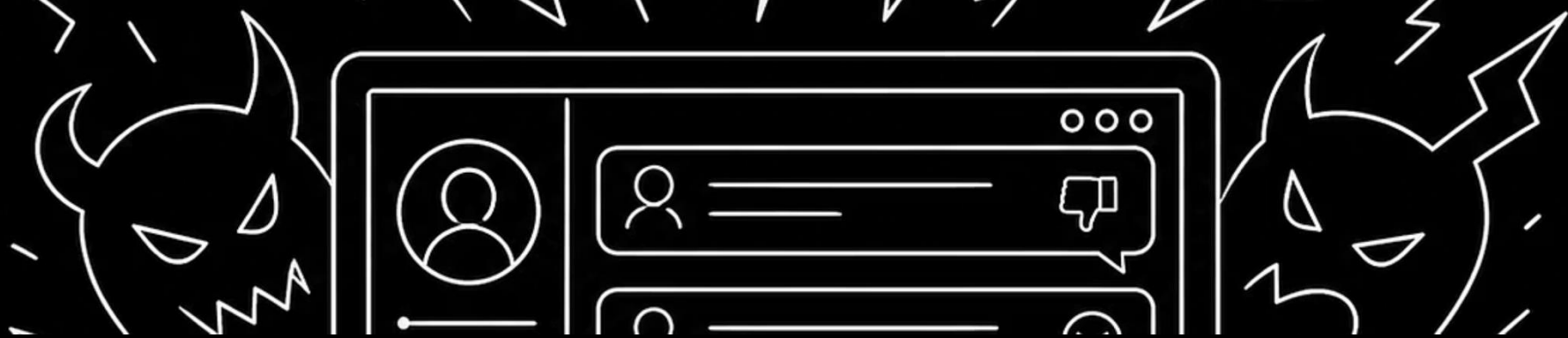
*157 milioni  
di visualizzazioni*



**ZOCCOLA**

*circa 80 milioni di visualizzazioni  
un uso diffuso ma meno virale.*

*I dati raccolti negli ultimi 6 mesi evidenziano con chiarezza la pervasività del sessismo esplicito nel discorso pubblico online e nella costruzione discorsiva del disprezzo di genere.*



## Il lessico dell'odio è tecnicamente incentivato

### Il ruolo delle piattaforme algoritmiche

*Un ulteriore livello di complessità emerge se si considera il ruolo delle piattaforme algoritmiche nella propagazione del sessismo esplicito.*

### L'insulto come moneta computazionale

*Il sessismo esplicito non è solo tollerato, ma indirettamente premiato da logiche di engagement.*

*I post contenenti sessismo esplicito generano un numero elevato di commenti, reazioni e condivisioni.*

# Grazie

## L'evoluzione dell'odio sui social

**Relatore: Ugo Esposito** [u.esposito@kapusons.it](mailto:u.esposito@kapusons.it)

*CEO di Kapusons, docente di Comunicazione e Marketing Digitale, Computer Science, UNICAM*

*Hanno collaborato:*

Daniele Calabrese

Riccardo Di Marcantonio

Sandra Lucentini

Giancarlo Gallitelli

a world like yours  
**kapusons**

part of  
**EPOCA**

**extreme**  
LET THERE BE INSIGHTS