

DANIELA PIETRINI

# Aspetti lessicali e battaglie semantiche nel discorso giornalistico italiano sulla *body positivity*

**Abstract:** The body is the first aspect with which we expose ourself to the sight and judgement of others, and has therefore a strong social and relational relevance. The aesthetic canons that underlie this judgement are also socially constructed and therefore vary according to the era and culture that expresses them: one only has to compare the bodies of Dürer's Venuses or Rubens' with the filiform ones of the models that parade on most contemporary catwalks to grasp the change that has taken place in the conception of standards of physical beauty. If the stigmatization of bodies that diverge from the dominant standards can lead to discrimination of people on the basis of their physical appearance (so-called *body shaming*), *body positivity* means an attitude of reaction to discrimination, the acceptance of oneself and of 'non-canonical' appearance. As part of a broader research project on the linguistic analysis of the discourse on the body in contemporary Italy, this contribution analyses a corpus of journalistic articles published from 2015 to 2022 (taken from the "Nexis Uni" database and from the online archives of the daily newspapers *Corriere della sera* and *la Repubblica*) in order to investigate the social construction of some key concepts of the current discourse on body positivity, in particular that of "fatness". The perspective adopted is that of linguistic discourse analysis. The focus will be on certain lexical categories (collective designations, loan words) and on semantic battles, understood – in the semasiological sense – as competition of meanings or – in the onomasiological sense – as competition of designations for a single referent.

**Keywords:** body positivity, fat, discourse analysis, semantic battles, euphemisms

*Cicciettella è una bambina fatta a forma di bigné  
che non vuol diventare un grissino più magro di te,  
tiè!*

(Loretta Goggi, *Cicciettella*, 1979)

## 1. Introduzione

Il corpo «è un elemento determinante della nostra identità sociale» (Dameno 2020, 4), il primo aspetto di sé con cui ci si espone alla vista e al giudizio altrui.

In particolare, è evidente la rilevanza sociale e relazionale dell'aspetto fisico, comunemente giudicato in base a diversi fattori quali la pelle (non solo il colore, ma anche la sua apparenza generale), l'età, l'altezza, il peso, i capelli ecc. Il discorso sul corpo e quello, a esso collegato, sulla bellezza non sono certo un'esclusiva dei nostri tempi: l'analisi sociologica sul corpo si ritrova già tra i padri della sociologia (cfr. Romeo 2018, 7–12) e continua fino ai nostri giorni.<sup>1</sup> Allo stesso modo non sono affatto nuove le pratiche discriminatorie nei confronti di persone il cui aspetto fisico si distacca dai canoni estetici volta per volta dominanti. Eppure è a partire dalla metà degli anni Duemila che si assiste all'emergere, nel discorso pubblico, di tematiche legate alla diversità dei corpi, così come in ambito accademico – soprattutto statunitense – si registra negli stessi anni una vera e propria esplosione di studi sull'argomento. Proprio negli USA si sviluppano i cosiddetti *Fat Studies*, una corrente di studi che mette in discussione il discorso – considerato dominante – di “drammatizzazione” e di “colpevolizzazione” del sovrappeso, proponendosi di indagare criticamente motivi, forme ed effetti della discriminazione sociale legata al peso corporeo (cfr. Rose / Schorb 2017, 9–10). Sullo sfondo di una crescente ansia pubblica nei confronti dell'obesità, costruita discorsivamente negli USA come vera e propria “epidemia”, i “*Fat Studies*” analizzano l'evoluzione della grassofobia nella cultura nordamericana mettendo in evidenza il cambio di paradigma da una considerazione positiva del grasso – simbolo di ricchezza – in epoca premoderna alla sua progressiva patologizzazione. I “*Fat Studies*” arrivano in Europa solo negli anni più recenti: nel 2020 esce in Italia la traduzione dall'americano *Fat shame. Lo stigma del corpo grasso* di Amy Erdman Farrell, il primo libro sull'argomento che mette in relazione la nozione di grasso con quelle di appartenenza

---

1 Tra gli studi sociologici recenti collegati all'ambito di analisi di questo intervento cfr. almeno i lavori del sociologo francese Georges Vigarello, che ha dedicato gran parte della propria vita scientifica agli studi sul corpo, sulle sue rappresentazioni e autorappresentazioni, ad es. con la sua *Histoire du corps* in tre volumi (Corbin / Courtine / Vigarello 2005), le sue storie della bellezza (Vigarello 2004) e dell'obesità (Vigarello 2010), i volumi dedicati alla *silhouette* (Vigarello 2012) e alla percezione del proprio corpo (Vigarello 2014). Per l'italiano cfr., oltre a Romeo (2018), anche Borgna (2005).

politica, sociale e di genere.<sup>2</sup> In tutti questi casi si tratta però di studi fortemente polarizzati che possono rasentare l'attivismo, spesso vicini alle teorie femministe, focalizzati su un unico aspetto, quello dell'obesità, mentre mancano ricerche di respiro più ampio e soprattutto studi di linguistica sul discorso sul corpo e sulla discriminazione in base all'aspetto fisico. Il contributo presente, parte di un progetto di ricerca più ampio di analisi linguistica del discorso sul corpo nell'Italia contemporanea, si propone di colmare in parte questa lacuna concentrandosi su alcuni aspetti linguistici del filone discorsivo sulla *body positivity*.<sup>3</sup>

## 2. Aspetti teorici e metodologici

Lo sfondo teorico della ricerca è costituito dall'analisi linguistica del discorso, non concepita nei termini della – in Italia più nota – *critical discourse analysis* (Machin / Mayr 2012; van Dijk 2011; Wodak 2001), ma coniugando l'approccio detto “alla francese”<sup>4</sup> con l'analisi linguistica del discorso, fondamentalmente descrittiva, praticata con successo in particolare da alcune scuole della germanistica di lingua tedesca (cosiddetta *Diskurslinguistik*, cfr. Spitzmüller / Warnke 2011; Niehr 2014).<sup>5</sup> Il concetto di discorso che soggiace a questo tipo di approccio indica l'insieme coerente degli enunciati su un tema specifico prodotti da una comunità socialmente, storicamente e linguisticamente determinata, nel nostro caso quindi l'insieme degli enunciati sul corpo, o più precisamente sulla *body positivity*, prodotti nel momento attuale dalla comunità linguistica italiana. Il discorso così inteso si può analizzare concretamente solo sulla base di un campione discorsivo atto a riprodurlo, cioè di un corpus – tematicamente determinato – che ne rispecchi le caratteristiche.

L'analisi presente si fonda su un ampio corpus giornalistico raccolto attraverso *Nexis Uni*, una banca dati di articoli di giornale anche regionali messa a disposizione degli utenti dell'università di Halle-Wittenberg, integrato con gli archivi del *Corriere della sera* e di *la Repubblica* per le ultime annate non

- 
- 2 Leggermente più precoce l'attenzione ai “Fat Studies” in Germania (cfr. Rose / Schorb 2017).
  - 3 Per un profilo lessicale, grammaticale e semantico del neologismo *body positivity* cfr. Pietrini (in corso di stampa).
  - 4 Per una breve panoramica degli sviluppi dell'*analyse du discours à la française* (da ora in poi AD) cfr. almeno Maingueneau 1987 e 2014; Mazière 2010; Moirand 2020.
  - 5 Per alcuni esempi di applicazione di principi e metodi dell'analisi linguistica del discorso “alla tedesca” a corpora in lingue romanze, in combinazione con gli strumenti dell'AD, cfr. Pietrini 2018; Pietrini 2019; Pietrini 2020.

incluse in *Nexis Uni* e comprendente anche gli inserti settimanali allegati ai quotidiani rappresentati. Il corpus complessivo del progetto raccoglie tutti gli articoli di giornale contenenti le parole *body shaming* (univerbato e non), *body positivity* *body positive*, *curvy* pubblicati dal 1° gennaio 2010 al 31 luglio 2022, per un totale di 1564 documenti e 882.343 token (744.941 parole). In particolare, questo contributo si basa su un sottocorpus (denominato BoPo) incentrato sul filone discorsivo sulla *body positivity* (142 documenti, 104.914 token e 88.956 parole), costituito da tutti gli articoli di giornale del corpus maggiore contenenti le parole “body positivity” e/o “body positive”.

Il corpus è stato analizzato combinando metodi di tipo quantitativo e qualitativo: l'estrazione delle parole chiave attraverso il confronto con un corpus di riferimento (cfr. § 3) tramite *Sketch Engine* ha permesso di ricavare un'impressione generale del corpus. I dati così raccolti sono stati quindi incrociati con la lettura puntuale dei singoli testi o di estratti da essi in un'analisi di tipo qualitativo supportata elettronicamente dal software di annotazione MAXQDA2020.

### 3. Analisi quantitativa: le keyword

Il primo approccio al corpus BoPo è di tipo quantitativo: grazie a *Sketch Engine* è stato possibile estrarre le parole chiave rispetto al corpus di riferimento *Italian Web 2020* (itTenTen20).<sup>6</sup> Osservando più da vicino le prime 50 parole chiave del corpus BoPo (tanto i lessemi singoli / *single words* quanto i sintagmi, cosiddetti *multi-word terms*), è possibile individuare alcune categorie per ricavare una prima impressione complessiva del corpus in analisi (v. Tab. 1).

---

6 *Sketch Engine* ([www.sketchengine.eu](http://www.sketchengine.eu)) provvede attualmente l'accesso ai cosiddetti corpora TenTen, corpora comparabili in diverse lingue costruiti raccogliendo contenuti di valore linguistico scaricati automaticamente dal web. In particolare, il corpus di riferimento disponibile per l'italiano nella sua versione più recente (itTenTen20) consta di 12,5 miliardi di parole ed è annotato.

Tabella 1: Le keyword principali del corpus BoPo raggruppate per categorie

Categoria	Keyword (single words & multi-word terms)
Icona discorsiva	Vanessa Incontrada; Lizzo; Kate Winslet; Bigmama; Matilda de Angelis; Arisa; Sarah Jessica Parker; Costanza Rizzacasa; Sara Sampaio; Liliana Segre; Sabrina Ferilli; (Billie) Eilish; Victoria Beckham; Melissa Viviane Jefferson; Paola Turani; Ashley Graham; Caterina Balivo; Zane Lowe; Elbaz; Wonder Woman; Mâneskin; (Chiara) Ferragni; Rihanna; Aurora Ramazzotti
Social media	influencer; Tiktok; follower; (profilo / post su / pagina) Instagram; Boiler summer cup; hater
Moda	modella (curvy); fotografa; lingerie; bikini; Elbaz; calza a rete; jeans a vita bassa; copertina di Vanity Fair; Marina Rinaldi; Dolce & Gabbana; Shein; fashion system; Milano fashion week
Grasso corporeo	(donna / modella) curvy; fat; rotolino; dietland; plus-size/plus size; magrezza; (persona; ragazza; corpo; donna) grassa/-o; smagliatura; cicciona; oversize
Discriminazione e aspetto fisico	(vittima di) body shaming; inclusività; body neutrality; grassofobia; paladina/-e (body positive; di / della body positivity); messaggio di body positivity; capello grigio; felicità; fat acceptance; messaggio positivo; icone di /della body positivity; inno alla body positivity; movimento body positive
Estetica	canone di bellezza; imperfezione; corpo delle donne; corpo femminile; corpo non conforme; standard di bellezza; canone estetico; sguardo maschile; donna normale

Una prerogativa del discorso sulla *body positivity* sembra essere il forte ancoraggio ad alcuni personaggi pubblici che diventano vere e proprie icone discorsive. Nell'ambito di un modello pluridimensionale di analisi linguistica del discorso,<sup>7</sup> le icone discorsive possono essere studiate all'ultimo livello,

7 Dal punto di vista linguistico, il discorso può essere analizzato soffermandosi su piani diversi: da quello lessicale, incentrato su lessemi e sintagmi per individuare parole chiave e parole stigma, denominazioni collettive, neologismi, occasionalismi o prestiti, a quello frasale, interessandosi a forme sintagmatiche e relazioni semantiche, come fraseologismi, co-occorrenze e collocazioni, slogan e formule di routine, per spingersi fino al livello dell'enunciato (riferimenti metalinguistici e battaglie semantiche, v. § 4.3) e quindi a quello del discorso vero e proprio, per esempio analizzando topoi o rimandi intertestuali. Cfr. il modello DIMEAN (*Diskurslinguistische Mehr-Ebene-Analyse*, trad. it. "analisi di linguistica discorsiva a più livelli") messo a punto dai germanisti tedeschi Warnke e Spitzmüller (2008; 2011, 197–201).

quello che si riferisce alla strutturazione complessiva del discorso. Occasionalmente, alcuni eventi legati alle vicende personali di certi protagonisti delle più diverse sfere della vita pubblica (politica, spettacolo, sport ecc.) sono in grado di provocare una produzione discorsiva così ampia che le celebrità corrispondenti si trasformano, nei resoconti dei media, in una sorta di simboli collettivi cultural-discorsivi in cui si condensano e si personificano determinate posizioni e nodi del discorso. Nel caso specifico del discorso sul corpo e in particolare sulla *body positivity*, grazie alla costante ripetizione di affermazioni verbali che si riferiscono agli eventi della loro vita in quanto oggetto di discriminazione legata all'aspetto fisico e/o per le loro reazioni a tentativi di discriminazione di questo tipo, queste celebrità diventano a un certo punto veri e propri simboli culturali costruiti collettivamente – mediaticamente – della discriminazione relativa e/o dell'opposizione a essa. Si pensi a Vanessa Incontrada, attrice e conduttrice televisiva con un passato da modella, che nel discorso mediatico contemporaneo diventa una sorta di “figura” discorsiva<sup>8</sup> associata principalmente al discorso sul corpo nel contesto di *body shaming* e di *body positivity*, come sottolinea l'avverbio ‘sempre / da sempre’ negli esempi seguenti:

- 1) Vanessa Incontrada, 42 anni, è sempre stata un simbolo di autostima e una portavoce di messaggi di *body positivity*.
- 2) Da sempre Incontrada parla di un'idea inclusiva di bellezza e di *body positive*, una filosofia che invita uomini e donne ad accettare il proprio corpo, rifiutando certi canoni estetici.

Un altro gruppo cospicuo delle keyword estratte dal corpus BoPo fa riferimento ai social media (*influencer; Tiktok; follower; (profilo / post su / pagina) Instagram* ecc.), a testimonianza di come il discorso attuale sul corpo e sull'aspetto fisico sia strettamente legato a quello sui social, una relazione messa peraltro in evidenza anche da numerosi studi contemporanei di psicologia comportamentale, che stabiliscono un nesso tra l'esposizione continua a determinati contenuti mediatici ricchi di immagini corporee che promuovono ideali di bellezza (alti livelli di muscolosità e assenza di grasso corporeo), l'internalizzazione di simili ideali e la conseguente insoddisfazione per il proprio aspetto fisico, la riduzione dell'autostima, pensieri ricorrenti su cibo ed esercizio fisico fino allo sviluppo di veri e propri disturbi alimentari (cfr. Tiggemann / Miller 2010; Cohen et al. 2019; Piccoli et al. 2022).

---

8 Da non confondere quindi con il suo ruolo interazionale di persona reale o di attrice e modella.

Un altro gruppo di keyword rimanda al campo della moda. A propria volta, queste keyword si dividono in diversi sottogruppi, da un lato quelle che rinviano all'associazione tra il corpo e una sorta di ideale estetico, incarnato dalle modelle e dal mondo delle sfilate (*fotografa, Milano fashion week* ecc.), dall'altro i nomi di marchi o stilisti che hanno dedicato collezioni di abbigliamento a un'ampia gamma di taglie fino a oltre la extralarge (*Marina Rinaldi*), o anche i capi di abbigliamento considerati in un certo senso problematici per chi non dispone di un corpo che corrisponde a un determinato ideale (*calze a rete, bikini, lingerie, jeans a vita bassa*).

Un gruppo ulteriore di keyword si riferisce al grasso corporeo, elemento specifico dell'aspetto fisico che costituisce il tema principale, anche se non l'unico, del discorso giornalistico attuale sulla *body positivity*, e sul quale si concentra l'analisi qualitativa oggetto di questo contributo (cfr. § 4).

Non mancano inoltre i lessemi e i sintagmi chiave che rimandano esplicitamente alla discriminazione legata all'aspetto fisico (es. *body shaming*) o alla reazione a tale discriminazione (*inclusività, fat acceptance* ecc.). Menzioniamo infine le keyword che si riferiscono al campo semantico della bellezza, strettamente associato al discorso mediatico contemporaneo sul corpo, in particolare sintagmi come *canone di bellezza, standard di bellezza, canone estetico*. Tra queste keyword appare significativo il sintagma *sguardo maschile*, che colpisce perché l'intero discorso mediatico sul corpo è fortemente declinato al femminile: risulta infatti minoritaria la collocazione *uomo / ragazzo grasso*, e anche il sintagma *persona grassa* nel contesto fa quasi sempre riferimento a una donna. Si tratta però dei risultati dell'analisi del solo sottocorpus modellato sull'espressione *body positivity*, concetto – almeno in base ai dati di questo progetto di ricerca – tutto al femminile, mentre il corpus molto più vasto, di cui il presente articolo non analizza che un filone, comprende in associazione al concetto di *body shaming* anche espressioni e icone discorsive al maschile, per quanto in misura minoritaria.

## **4. Analisi qualitativa: il discorso giornalistico attuale sul grasso corporeo**

### **4.1 Aspetti generali**

Il discorso sulla *body positivity* presenta diverse sfaccettature estendendosi anche ai capelli, alle rughe e ad altri segni dell'invecchiamento, alla pelle ecc. (cfr. Pietrini in corso di stampa). Eppure l'estrazione delle keyword ha evidenziato la rilevanza del tema specifico del grasso corporeo come tema che – almeno

fino ad oggi – domina l'intero discorso. È quindi su questo aspetto che si concentra l'analisi qualitativa seguente.

Dal punto di vista della struttura discorsiva complessiva (cfr. § 3, nota 7), emerge una tendenza generalizzata alla numerizzazione, che si traduce nella menzione esplicita delle “misure” delle persone di cui si parla, in particolare di peso e taglia che vengono ripetuti quasi ossessivamente:

- 3) Ali, taglia UK 14, una 46 italiana [...].
- 4) Americana, 178 centimetri per 65 chili, taglia 46, Ali è già diventata il simbolo della “body positivity” e il contraltare della bellezza stereotipata.
- 5) Melissa Viviane Jefferson, questo il vero nome della 31enne, pesa 140 chili, più o meno 3 volte le misure della classica popstar.

A ciò si aggiunge una spiccata tendenza metonimica che porta a definire le persone attraverso il loro peso o la loro taglia (*la 50* nel senso della donna che porta la taglia 50 ecc.):

- 6) Sono stata una taglia 4 sul tappeto rosso, e poi una taglia 16.
- 7) Un sondaggio rileva che gli italiani preferiscono la 44 e la 46 alla 42 E i marchi cominciano a tenerne conto.
- 8) A parte una breve e dolorosa parentesi di dieta, che mi ha portato a pesare 59 kg per 173 cm di altezza, sono e sono stata sempre una taglia morbidissima [...].

## 4.2 Il paradigma della designazione

Intendendo per “paradigma della designazione” l'insieme delle espressioni coreferenziali per uno stesso oggetto discorsivo a livello transtestuale, cioè oltrepassando i limiti del singolo testo fino al livello del discorso,<sup>9</sup> dall'analisi puntuale del corpus emerge un paradigma della designazione molto ricco di denominazioni concorrenti per indicare le persone e/o i corpi grassi. Si tratta di espressioni che solo a prima vista possono sembrare semanticamente equivalenti, designazioni e denominazioni<sup>10</sup> più o meno lessicalizzate e in alcuni casi meramente occasionali, estremamente numerose e variate.

Un oggetto discorsivo non può mai essere rappresentato nella sua interezza né dal punto di vista visivo né da quello cognitivo, ma solo evidenziandone di

9 Si veda il concetto, caro all'AD, di *paradigme désignationnel* (cfr. Mortureux 1993).

10 Ci si riferisce qui alla distinzione – anch'essa tipica dell'AD – tra i rapporti referenziali costanti tra segno e referente, detti denominazioni (*dénominations*), e le possibilità contingenti su base sintagmatico-combinatoria, dette designazioni (*désignations*, cfr. Kleiber 1984).



volta in volta aspetti parziali.<sup>11</sup> Ciò vale anche per la lingua: ogni denominazione non può che mettere in evidenza un singolo aspetto del referente ponendolo in primo piano rispetto agli altri. La tabella 2 tenta di mettere ordine nell'ampio ventaglio di espressioni concorrenti riferite al grasso corporeo<sup>12</sup> nel discorso giornalistico attuale raggruppandole in base all'aspetto semantico volta per volta dominante, senza distinguere tra espressioni contingenti o stabili, e rispettando l'ordine alfabetico all'interno di ogni categoria.

**Tabella 2:** Espressioni coreferenziali per 'persona grassa / corpo grasso' ordinate in base all'aspetto semantico dominante

Aspetto semantico dominante	Denominazioni e designazioni concorrenti per 'persona grassa / corpo grasso'
Rotondità	cicciettella; con più curve; corpi tondeggianti; curvy; tonde
Morbidezza	(forme / parti / corpo) morbido /-e; taglia morbidissima
Prosperità / robustezza	brawn (solo in riferimento a uomini); florida; forme giunoniche; formosa; (modelle) taglie forti;
Fuori canone	corpi meno / non conformi; corpo fuori misura; fisicità diverse; fisicità non standardizzate; forme assolutamente fuori dagli schemi; (modelle dalla) taglia «non convenzionale»
Eccesso	cicciona /-e; con X chili addosso di troppo / in più; formato XXL; forme extralarge; (adolescenti / persone) in (forte) sovrappeso; "over"; oversize; plus; plus size; size plus
Grasso esplicito	grasso/-a/-i/-e (anche virgolettato); grassone (nel corpus solo al maschile); grosso (nel corpus solo al maschile); «temporaneamente grassa»; (modella / persona) troppo grassa; obeso/-a/-i/-e
Litoti	diversamente magra; fisico non scheletrico; non essere una taglia zero
Metafore	boiler; bombolone; fisico da pasticceria; (corpi femminili / fisico) (bene) in carne; mongolfiera; «taglia Nutella»; taglia «Totoro»
Associazioni varie	big; forme mediterranee; (taglia / misure / forme / fisicità) generosa/-e; (clienti) «spaziose»; taglie comode

11 Si veda il concetto di "prospettività linguistica" (ted. *Sprachliche Perspektivierung*, cfr. Köller 2004).

12 La tendenza metonimica caratteristica del filone discorsivo analizzato (§ 4.1) giustifica la redazione di una tabella unica che comprenda sia le denominazioni e designazioni per le persone grasse sia quelle per i corpi grassi.

La menzione esplicita del grasso corporeo appare nettamente minoritaria: le si sostituiscono sintagmi lessicali che contengono in sé un tratto assiologicamente positivo (la generosità: *forme generose*; la comodità: *taglie comode*; la capienza: *clienti "spaziose"*, ecc.), espressioni vagamente generiche e mancanti di specificità (*fisicità diverse*), litoti più o meno ironiche (*diversamente magra*, *fisico non scheletrico*), tutte forme di sostituzione tipiche dell'attenuazione eufemistica.<sup>13</sup> Possono essere considerati eufemizzanti anche tutti i prestiti rinvenuti nel corpus (*big, boiler, brawn, curvy, "over", oversize, plus, plus-size / plus size / "plus size", size plus*). A parte *boiler*<sup>14</sup> e *brawn*,<sup>15</sup> poco noti in ambito italiano e probabilmente non destinati a lunga vita, negli altri casi si tratta di espressioni ormai da tempo attestate, attraverso le quali si realizza una sorta di travestimento cosmetico del termine *grasso* nonché una relativa valorizzazione del referente grazie al prestigio sociale dell'angloamericano, da cui provengono i prestiti in questione.<sup>16</sup> In alcuni casi inoltre si tratta di denominazioni ellittiche (come *"over"* per *oversize* e *"plus"* per *plus size*) che, elidendo il secondo elemento *size* (taglia), creano l'impressione di una lingua moderna e veloce, vicina ai linguaggi giovanili ed elettronici.

- 9) D&G, in una delle sue campagne pubblicitarie, ha voluto una signora *oversize*.
- 10) La strada è tracciata, almeno da quando esistono le modelle *curvy* e *plus size*. E da quando nel linguaggio del fashion sono entrate parole e concetti come *body positivity* e *shape diversity*.
- 11) Ma oggi Marina Rinaldi è molto di più e lo dimostra con le sue capsule *super fashion* e senza nessuna privazione per chi è una *size plus*.

Il ricorso a tante espressioni eufemizzanti e il tentativo pressoché costante di evitare il termine *grasso* mostra come *grasso* si costituisca ormai nel discorso italiano contemporaneo come termine interdetto, espressione sconveniente

---

13 Cfr. Pirazzini (2006, 291–293). Sugli esiti eufemistici dei processi metaforici e litotici cfr. Galli de' Paratesi (1969).

14 *Boiler* (it. 'scaldabagno, caldaia') nel contesto del discorso sulla *body positivity* va messo in relazione all'attualità contingente dei social e in particolare alla "Boiler summer cup", una sfida tra ragazzi su Tiktok – molto criticata sui media durante l'estate 2022 – a chi rimorchia più ragazze grasse, denominate in questo contesto *boiler*.

15 Termine autoreferenziale scelto da alcuni modelli maschili, prima di tutto americani, e in particolare da Zach Miko, capostipite di una nuova categoria di modelli grassi (v. "Zach Miko e gli altri modelli *curvy*: 'Chiamateci *brawn*, ci piace'", 8 luglio 2016, *la Repubblica*).

16 Cfr. Canobbio (2011) che parla dell'inglese come «lingua eufemizzatrice per eccellenza».

connotata negativamente. Diventa così evidente il cambiamento dei confini dell'interdizione linguistica nella società italiana rispetto all'analisi pionieristica di Galli de' Paratesi (1969), incentrata sull'italiano fino alla fine degli anni Cinquanta, che non includeva il settore relativo alla forma fisica e in particolare il grasso corporeo tra i campi colpiti da interdizione.<sup>17</sup> La nostra analisi conferma invece il sospetto già avanzato da Canobbio (2009, 45):

È comunque nelle interdizioni che toccano alcuni aspetti della personalità che possiamo forse misurare con più decisione il cambiamento profondo che ha spostato il confine tra il *dicibile* e il *non dicibile* nella nostra società.<sup>18</sup>

### 4.3 *Grasso*: una battaglia semantica

Spostando l'attenzione sull'uso discorsivo del termine *grasso*, l'analisi delle sue co-occorrenze può servire a far luce sui valori semantici che gli vengono associati nel discorso sulla *body positivity*. Intendendo per "co-occorrenze" il frequente – anche se non consolidato – "apparire assieme" (co-occorrere) di due o più elementi lessicali all'interno di un'unità testuale di dimensioni fisse precedentemente definite (5 parole rispettivamente a sinistra e a destra del termine), la lista seguente dà conto dei co-occorrenti di *grasso* più frequenti nel corpus: *troppo*; *vergogna/vergognarsi*; *bello/bellissima*; *donna*; *persone*; *magro*; *corpi*; *donne nere*; *discriminazione/discriminare*; *amare*; *sano*; *aiutare*; *gogna*; *felice*; *dimagrire*; *storto*; *simpatica*; *ragazze*; *vecchia*; *giornali*.

L'analisi dei co-occorrenti di *grasso* in termini qualitativi evidenzia usi molto diversi del termine. Da un lato *grasso* è presente spesso in veri e propri elenchi di (presunti) difetti fisici, e non a caso il collocato più frequente in questo contesto è *troppo*:

- 12) facendoci sentire troppo magre, troppo grasse, con i denti troppo storti o troppo piccoli, il seno troppo florido o troppo piatto, i capelli troppo radi o troppo folti.
- 13) Sei troppo piccola. Sei troppo grassa.
- 14) [...] sembrerò storta, vecchia, grassa, magra, cellulitica, moscia, sembrerò... uff....
- 15) [...] a quella persona che si vede grassa, inadatta, brutta, sfigata

17 Per un confronto dei campi semantico-concettuali interdetti tra lo studio di Galli de' Paratesi (1969) e l'uso eufemistico odierno cfr. Pirazzini (2006) e Canobbio (2009).

18 Proprio Canobbio dedica qualche riga anche all'interdizione che riguarda la mancanza di forma fisica, facendo riferimento ad alcuni termini sostitutivi di *grassezza* nella pubblicità di abiti, cosmetici e palestre (2009, 46).

Nello stesso contesto discorsivo, tra i co-occorrenti di *grasso* spiccano anche *vergogna/vergognarsi* e *discriminazione/discriminare*:

- 16) A quel tempo mi vergognavo ancora tanto. Sono stata grassa per tutta la vita.
- 17) Non è giusto prendere in giro le persone grasse, discriminarle o trattarle come prive di volontà o viziose.
- 18) Invece è la discriminazione contro le persone grasse.

Dall'altro lato però *grasso* è contestualizzato in concomitanza di attributi positivi come i co-occorrenti *bello, amare, sano*:

- 19) a ma se essere grassi fosse sano?
- 20) Amo essere grassa, sono bellissima e sana.

L'analisi delle co-occorrenze di *grasso* mette in evidenza come nei suoi usi discorsivi si concentrino due posizioni contrapposte: quella che costruisce il corpo grasso come brutto, motivo di vergogna, aspetto fisico da condannare, all'interno della quale *grasso* si configura come termine interdetto da sostituire con espressioni eufemistiche di vario tipo (cfr. § 4.2), e quella che invece, in nome della *body positivity*, tende a rivendicare l'accettazione del corpo associando al grasso i concetti di autostima, amore di sé, bellezza (v. Tab. 3). All'interno di questa posizione discorsiva ricorre la parola chiave *accettazione/accettare*, che rimbalza come un vero e proprio mantra nell'intero corpus:

- 21) Condivido le battaglie per la body e la skin positivity: mi guardo allo specchio e provo ad accettarmi per quella che sono.
- 22) [...] aprire la strada all'accettazione delle curvy.
- 23) Se da una parte l'accettazione del proprio corpo è cresciuta sino a diventare un movimento — body positivity — dall'altra la perdita di peso è un tema malvisto in circoli femministi.

Caratterizza questa posizione discorsiva anche il ricorrere di parole costruite con l'elemento formativo 'auto-', a sottolineare la rivendicazione del proprio sé (*autoaccettazione, autostima, autodefinirsi, autoironia* ecc., v. anche es. 1).

Tabella 3: Concorrenze del significato di *grasso* nel discorso sulla *body positivity*

Posizione discorsiva	'grasso negativo'	↔	'grasso positivo'
Aspetto semantico dominante nel conflitto discorsivo	Difetto fisico; aspetto fisico da condannare		Corpo come rappresentazione dell'identità indipendentemente dal suo aspetto
Livello lessicale: parole chiave	'grasso' parola stigma → eufemismi; lessico tipico: <i>vergogna / vergognarsi; troppo; discriminazione/ discriminare</i>		'grasso' parola bandiera → rifiuto degli eufemismi; lessico tipico: <i>accettare / accettazione</i> ; elemento formativo <i>auto-</i> : <i>autostima; autoaccettazione...</i>
Livello frasale: co-occorrenze, collocazioni, slogan	Elenchi di "difetti" fisici: <i>io mi vedevo goffa, grassa e nanerottola</i>		'grasso' contestualizzato con attributi positivi: <i>sano; bello</i> ; slogan <i>grasso è bello</i>

Lo scontro tra le posizioni discorsive sulla diversità dei corpi e sulla discriminazione in base all'aspetto fisico si condensa nella battaglia semantica<sup>19</sup> tra le opposte contestualizzazioni di *grasso*, particolarmente evidente dall'analisi dei commenti metalinguistici che affiorano dal corpus. Mentre la posizione discorsiva del "grasso negativo" ricorre sistematicamente a sostituzioni eufemistiche per il concetto del grasso corporeo, la posizione discorsiva del "grasso positivo", rifiutando una concettualizzazione tabuizzante del grasso, rifiuta anche tutto il bagaglio di denominazioni eufemizzanti a essa connesso, in maniera esplicita:

19 Per "battaglia semantica" si intende il tentativo, più o meno esplicito, di affermare nel discorso determinate forme linguistiche come espressione di modelli specifici di pensiero. Tale conflitto può avvenire tanto a livello della denominazione (denominazioni concorrenti per un referente identico, es. *migrante* vs. *rifugiato* vs. *clandestino* ecc.), quanto a livello del significato (accentuazioni diverse degli aspetti semantici parziali di un referente unico) (cfr. Stötzel 1990; Felder 2006).

- 24) Prendendo a esempio due ragazze magre che fanno complimenti a una donna grassa - perché qui c'è una regola: non edulcorare i post con "sovrappeso" - per il coraggio di partecipare a un party in piscina in costume
- 25) Niente parole per nascondersi: Lizzo non usa termini quali *curvy* o *plus-size*. È grassa e non ha paura ad ammetterlo.
- 26) Sarai Walker e io siamo entrambe grasse. Non "curvy" o altri eufemismi. Solo grasse.

o anche attraverso lo schermo dell'(auto-)ironia:

- 27) Certo, mi ero affrancata dall'angolo per le taglie forti, ma ancora non capivo dove stesse questa famigerata forza (magari nelle cuciture?).
- 28) e quando vado a fare shopping devo avventurarmi negli angoli più remoti dei negozi, quelli che un tempo Blockbuster riservava alle VHS per adulti e che oggi evidentemente hanno convertito in reparto "taglie comode". Ma comode per chi?

Il termine *grasso* passa così da parola stigma a vera e propria parola bandiera<sup>20</sup> che condensa in sé il rifiuto della discriminazione legata all'aspetto fisico e in particolare al sovrappeso:

- 29) Io rivendico la parola "grassa" per spogiarla di tossicità.
- 30) Grassa non si può dire? Invece è proprio un termine di cui ci stiamo riappropriando. Magro è neutro, o anche positivo, mentre grasso è un insulto? No, sono condizioni fisiche.

## 5. Osservazioni conclusive

Nell'ambito di uno studio linguistico sul discorso sul corpo e sulla discriminazione legata a esso, l'analisi empirica di un corpus rappresentativo di articoli di giornale attuali sul tema della *body positivity* ha evidenziato innanzitutto la spiccata declinazione al femminile di questo filone discorsivo, caratterizzato da numerose icone discorsive costituite esclusivamente da personaggi pubblici donna. L'estrazione delle parole chiave ha mostrato non solo lo stretto legame del discorso sul corpo e sull'aspetto fisico con quello sui social e sulla moda, ma soprattutto la preminenza del grasso come aspetto dominante. Il paradigma delle espressioni coreferenziali per 'persona / corpo grasso' rivela un ampio spettro di aspetti semantici parziali posti di volta in volta in primo piano. In questo contesto, colpisce in primo luogo la tendenza a evitare la denominazione diretta del grasso corporeo ricorrendo a un'ampia casistica di sostituti

---

20 Per "parola bandiera" si intende una sorta di parola d'ordine valutata positivamente che funziona come segno distintivo di un gruppo (cfr. Hermanns 1994).

eufemistici. Considerando che, in base all'intreccio tra sostituzione eufemistica e norma sociale, «[l]'uso dell'eufemismo [...] rivela inoltre un atteggiamento culturale che nega alla sfera tabuizzata la normalità dei fatti» (Radtke 1983, 391), diventa evidente come il termine *grasso* risulti ormai privo di ogni neutralità, trasformandosi invece, a seconda della posizione assunta dal singolo attore discorsivo, in parola stigma o parola bandiera, volta per volta contestualizzato con co-occorrenti profondamente diversi e contrapposti. Solo analisi ulteriori di questo stesso sottocorpus e dei filoni discorsivi paralleli permetteranno di individuare altre parole chiave e concetti controversi e di ricostruire il lessico tipico del discorso (giornalistico) italiano contemporaneo sul corpo e dei conflitti che lo attraversano.

## Bibliografia

- Borgna, Paola (2005): *Sociologia del corpo*. Roma-Bari: Laterza.
- Canobbio, Sabina (2009): Confini invisibili: l'interdizione linguistica nell'Italia contemporanea. In: Iannaccaro, Gabriele / Matera, Vincenzo (a cura di): *La lingua come cultura*. Torino: UTET, 35–47.
- Canobbio, Sabina (2011): Tabu linguistico. In: Simone, Raffaele (a cura di): *Enciclopedia dell'italiano*, vol. II. Roma: treccani, 1440–1441.
- Cohen, Rachel / Fardouly, Jasmine / Newton-John, Toby / Slater, Amy (2019): #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effect of viewing body positive content on young women's mood and body image. In: *New Media & Society* 21 / 7, 1546–1564.
- Corbin, Alain / Courtine, Jean-Jacques / Vigarello, Georges (a cura di) (2005): *Histoire du corps*. 3 voll., Paris: Éditions du Seuil.
- Dameno, Roberta (2020): Il corpo è lo specchio dell'anima? La stigmatizzazione e la criminalizzazione delle persone "grasse" sulla base del loro aspetto fisico è anche una questione di genere? In: *GenIUS* 2020/2, 1–15.
- Farrell, Amy Erdman (2020): *Fat shame. Lo stigma del corpo grasso*. Roma: Tlon (titolo originale *Fat Shame*).
- Felder, Ekkehard (2006): Semantische Kämpfe in Wissensdomänen. Eine Einführung in Benennungs-, Bedeutungs- und Sachverhaltsfixierungs-Konkurrenzen. In: Id. (a cura di): *Semantische Kämpfe. Macht und Sprache in den Wissenschaften*, Berlin/New York: de Gruyter, 13–46.
- Galli de' Paratesi, Nora (1969): *Le brutte parole. Semantica dell'eufemismo*. Milano: Mondadori (prima ediz. 1964).
- Hermanns, Fritz (1994): Schlüssel-, Schlag- und Fahnenwörter. Zu Begrifflichkeit und Theorie der lexikalischen, politischen Semantik (Arbeiten aus

dem Sonderforschungsbereich 245, „Sprache und Situation“, Heidelberg, Mannheim 81). Heidelberg: Universität Heidelberg.

- Kleiber, Georges (1984): *Dénomination et relations dénominales*. In: *Langages* 96, 77–94.
- Köller, Wilhelm (2004): *Perspektivität und Sprache. Zur Struktur von Objektivierungsformen in Bildern, in Denken und in der Sprache*. Berlin/New York: de Gruyter.
- Machin, David / Mayr, Andrea (2012): *How to do critical discourse analysis. A multimodal introduction*. London: Sage.
- Maingueneau, Dominique (1987): *Nouvelles tendances en analyse du discours*. Paris: Hachette.
- Maingueneau, Dominique (2014): *Discours et analyse du discours. Introduction*. Paris: Armand Colin.
- Mazière, Francine (2010): *L'analyse du discours*. Paris: PUF.
- Moirand, Sophie (2020): *Retour sur l'analyse du discours française*. In: *Pratiques* 185–186, online, DOI: 10.4000/pratiques.8721.
- Mortureux, Marie-Françoise (1993): *Paradigmes désignationnels*. In: *Semen* 8, 123–141.
- Niehr, Thomas (2014): *Einführung in die linguistische Diskursanalyse*. Darmstadt: WBG.
- Piccoli, Valentina / Carnaghi, Andrea / Grassi, Michele / Bianchi, Mauro (2022): *The relationship between Instagram activity and female body concerns: The serial mediating role of appearance-related comparisons and internalization of beauty norms*. In: *Journal of community and applied social psychology* 2022/32, 728–743, DOI: 10.1002/casp.2586.
- Pietrini, Daniela (2018): *Sprache und Gesellschaft im Wandel. Eine diskursiv basierte Semantik der Familie im Gegenwartsfranzösischen am Beispiel der Presse*. Berlin: Lang.
- Pietrini, Daniela (2019): *„Familie monoparentale“ vs. „mamma single“: Die kontroverse Lexik des aktuellen Ein-Elternschafts-Diskurses im interromanischen Vergleich*. In: Rocco, Goranka / Schafroth, Elmar (a cura di): *Vergleichende Diskurslinguistik. Methoden und Forschungspraxis*. Berlin: Lang, 263–294.
- Pietrini, Daniela (2020): *Introduzione*. In: Ead. (a cura di): *Il discorso sulle migrazioni. Approcci linguistici, comparativi e interdisciplinari / Der Migrationsdiskurs. Linguistische, vergleichende und interdisziplinäre Perspektiven*. Berlino: Lang, 11–21.



- Pietrini, Daniela (in corso di stampa): *Body positivity: storia e usi di un concetto controverso*. In: *Italienisch. Zeitschrift für italienische Sprache und Literatur*.
- Pirazzini, Daniela (2006): Dare due nomi alla stessa cosa. L'eufemismo da parte del parlante nell'italiano di oggi. In: Cresti, Emanuela (a cura di): *Prospettive nello studio del lessico italiano*, Atti SILFI, vol. 1. Firenze: FUP, 291–297.
- Radtke, Edgar (1983): Eufemismo e norma sociale. In: *Linguistica e antropologia* (Atti del XIV Congresso Internazionale di Studi della Società di Linguistica Italiana, Lecce, 23–25 maggio 1980), a cura del Gruppo di Lecce. Roma: Bulzoni, 387–395.
- Romeo, Angelo (a cura di) (2018): *Sociologia del corpo*. Milano: Mondadori.
- Rose, Lotte / Schorb, Friedrich (2017): *Fat-Studies in Deutschland. Höhes Körpergewicht zwischen Diskriminierung und Anerkennung*. Weinheim-Basel: Beltz.
- Spitzmüller, Jürgen / Warnke, Ingo H. (2011): *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Stötzel, Georg (1990): Semantische Kämpfe im öffentlichen Sprachgebrauch. In: Stickel, Gerhard (a cura di): *Deutsche Gegenwartssprache. Tendenzen und Perspektiven*, Berlin/New York: de Gruyter, 45–65.
- Tiggemann, Marika / Miller, Jessica (2010): The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. In: *Sex Roles* 63, 79–90.
- van Dijk, Teun A. (2011): *Ideology: a multidisciplinary approach*. London: Sage.
- Vigarelo, Georges (2004): *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours*. Paris: Éditions du Seuil.
- Vigarelo, Georges (2010): *Les métamorphoses du gras. Histoire de l'obésité du Moyen Âge au XXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil.
- Vigarelo, Georges (2012): *La silhouette, du XVIIIe siècle à nos jours: naissance d'un défi*. Paris: Éditions du Seuil.
- Vigarelo, Georges (2014): *Le sentiment de soi. Histoire de la perception du corps (XVIe – XXe siècles)*. Paris: Édition du Seuil.
- Warnke, Ingo H. / Spitzmüller, Jürgen (2008): Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik - Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. In: Id. (a cura di): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin/New York: de Gruyter, 3–54.
- Wodak, Ruth (2001): What CDA is about – A summary of its history, important concepts and its developments. In: Wodak, Ruth / Meyer, Michael (a cura di): *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage, 1–13.