

FRAMING E REALTÀ MEDIALE:

uno studio sullo sport
nelle emittenti televisive locali



4/2012



**FRAMING E REALTÀ MEDIALE:
LO SPORT NELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI**

A cura di Rossella Tirota e Nico Bortoletto

Il Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Emilia-Romagna (Corecom) svolge funzioni di **garanzia** per cittadini e imprese, di **verifica** del rispetto delle disposizioni legislative e delle normative di settore per gli operatori della comunicazione e di **consulenza** per gli organi della Regione e la comunità regionale.

Presidente: Prof. Gianluca Gardini

Riferimenti:

Viale Aldo Moro, 44

40127 – Bologna

Tel.: 051-5276377

Email: corecom@regione.emilia-romagna.it

Web: <http://www.assemblea.emr.it/corecom>

I “Quaderni del Corecom Emilia-Romagna” fanno parte di una collana, nata nel 2010, che comprende ricerche e studi sui temi del sistema della comunicazione, dell’educazione ai media, della tutela dei minori, del pluralismo dell’informazione e della tutela dei consumatori. I Quaderni sono contraddistinti da un numero progressivo cronologico.

La Collana “Quaderni del Corecom Emilia-Romagna” è curata da:

Dott.ssa Primarosa Fini – Responsabile del Servizio Corecom.

Editing e impaginazione: Alessandra Donattini

Progetto di copertina:

Roberta Gravano - Centro Stampa Assemblea legislativa

Stampa:

Centro Stampa Assemblea legislativa.

Tiratura: copie n. 500

Finito di stampare a Bologna nel mese di maggio 2012.

© Corecom Emilia-Romagna, 2012

Tutti i diritti riservati. È consentita la riproduzione a fini didattici e non commerciali, a condizione che ne venga citata la fonte.

La presente pubblicazione costituisce la versione cartacea dell’edizione consultabile sul sito web del Corecom, all’interno della collana “Quaderni del Corecom Emilia-Romagna”.

Coordinatori scientifici della ricerca:

Rossella Tirota, sociologa (Corecom Emilia-Romagna)

Nico Bortoletto, sociologo (Università di Teramo)

Gruppo di lavoro:

Sara Bellini (Corecom Emilia-Romagna)

Alessandra Donattini (Corecom Emilia-Romagna)

Marco Guiati (Centro permanente per l'educazione ai media Zaffiria)

Federica Lippi (Corecom Emilia-Romagna)

INDICE

Introduzione	7
di Gianluca Gardini - Presidente Corecom Emilia-Romagna	
Capitolo 1 – Lo sport femminile nei media	9
di Alessandra Donattini	
1.1. Le dimensioni sociali dello sport	9
1.2. La pratica sportiva femminile	11
1.3. La rappresentazione dello sport femminile nei media.....	16
Capitolo 2 – Nota metodologica	24
di Rossella Tirotta	
2.1. Oggetto di studio e obiettivi della ricerca.....	24
2.2. Il campione.....	25
2.3. Lo strumento di rilevazione	25
2.4. Perché il “Codice di autoregolamentazione media e sport”	27
Capitolo 3 – I programmi sportivi: analisi dei dati	34
di Nico Bortoletto	
3.1. Dati generali	34
3.2. La programmazione	35
3.3. Chi parla.....	38
3.4. La conduzione dei programmi	45
3.5. Il pubblico	47
3.6. Analisi del testo: disabilità, razzismo, lgbt	49
3.6.1. <i>Sport e disabilità</i>	50
3.6.2. <i>Sport e razzismo</i>	53
Capitolo 4 – I notiziari: analisi dei dati	55
di Nico Bortoletto, Alessandra Donattini, Rossella Tirotta	
4.1. Dati generali	55
4.2. Il contenuto delle notizie	57
4.3. La struttura delle notizie sportive	65
4.4. Chi parla.....	68
4.5. Conduttori e giornalisti.....	70

Capitolo 5 – Il rispetto del “Codice media e sport”	74
di Marco Guiati	
5.1. La verifica sui contenuti trasmessi	75
5.2. Il ruolo del conduttore	76
5.3. Considerazioni finali	84
Conclusioni	86
di Rossella Tirota e Nicola Bortoletto	
Bibliografia	90
Fonti normative	94
Siti internet	95

Introduzione

di Gianluca Gardini – Presidente Corecom Emilia-Romagna

I mass media veicolano tutti i giorni migliaia di immagini, parole, notizie, storie di vita, personaggi riguardanti eventi sportivi: un flusso informativo quasi eccessivo, se paragonato allo spazio occupato dagli altri temi dell'informazione. Considerata nel suo complesso questa produzione presenta una caratteristica evidente: proietta un'immagine sociale, "l'immagine" dello sport.

Come spesso accade con le parole di uso quotidiano, se ci fermiamo un attimo ad analizzare il significato del termine sport ci troviamo di fronte una parola dal significato complesso. Sport indica sia una disciplina particolare, che, al contempo, l'insieme di tutte le pratiche sportive; sport è il gioco praticato dagli studenti in palestra, al parco oppure a livello dilettantesco, così come è un'attività professionale che mobilita in tutto il mondo interessi economici esorbitanti.

Lo sport però è anche spettacolo: fin dalle sue origini remote, accanto all'immagine dell'atleta troviamo quella degli spettatori. Questa naturale predisposizione dell'attività sportiva alla spettacolarizzazione è stata ampiamente sfruttata nella nostra epoca: la società industriale, che dalla fine dell'Ottocento ha man mano organizzato in maniera precisa il consenso, l'educazione ed il divertimento, non ha mancato di adeguare anche lo sport ai moderni mezzi di produzione e di distribuzione. Lo sport è andato collocandosi in un universo autonomo, ma al contempo ha mantenuto un solido legame con la società del nostro tempo. Questo legame si è sviluppato sul versante industriale, politico, economico, ideologico, culturale: ma soprattutto, per quello che attiene l'oggetto del nostro studio, sul versante mediatico, e, in particolare, nel rapporto con la televisione.

Il Corecom ha avuto la possibilità di studiare da vicino il fenomeno dello sport grazie alla partecipazione al progetto europeo MARS (*Media Against Racism in Sport*), promosso dall'Unione Europea e il Consiglio d'Europa. Il programma mira a istituire una rete europea di professionisti dei media per combattere il razzismo e la discriminazione. Al centro del MARS si trova il tema dello sport come strumento di inclusione, per favorire una maggiore espressione della diversità culturale e sociale.

Il presente studio si è focalizzato sulla rappresentazione dello sport in ambito televisivo locale, attraverso un'attività di monitoraggio che ha riguardato dieci emittenti televisive del territorio. Gli obiettivi dell'indagine si sono concentrati nella definizione delle cornici cognitive usate dal media televisivo, per evidenziare eventuali forme di stereotipo culturale a sfondo discriminatorio.

L'analisi è stata condotta sulle edizioni giorno e sera dei telegiornali, dei notiziari sportivi e dei programmi sportivi (approfondimento, intrattenimento/talk, eventi) trasmessi nei giorni 17-23 settembre 2011 da dieci emittenti televisive locali.

I risultati evidenziano una rappresentazione dello sport all'interno dei media tutta declinata al maschile; questo avviene sia attraverso la sotto-rappresentazione delle donne (soprattutto tra gli sportivi, ma anche tra i professionisti dei media che si occupano dell'argomento), sia attraverso la scelta delle immagini e le espressioni linguistiche utilizzate.

I dati rilevati attraverso il monitoraggio mostrano che, in questi anni, alcuni miglioramenti ci sono stati, ma le buone prassi devono essere costantemente sollecitate e stimolate. I dati devono fornire indicazioni di azione, direttive puntuali, dare suggerimenti operativi, così da rendere la ricerca il punto di partenza per un cambiamento concreto, e non solo per una riflessione astratta.

Capitolo 1

Lo sport femminile nei media

di Alessandra Donattini

1.1. Le dimensioni sociali dello sport

Lo sport nella società contemporanea costituisce “un vero e proprio sistema culturale, [che] agisce al crocevia di altri sistemi – la comunicazione, l’economia, la politica -, ma insieme appare dotato di caratteri propri.”¹ Fin dalle sue origini, nell’Inghilterra del XIX secolo delle *public schools*, dove costituiva un’importante attività per la formazione della nuova classe dirigente e dove si affermarono l’amatorialità e il valore del *fair play*, il fenomeno sportivo si è intrecciato in maniera capillare con il contesto socio-culturale.

Nel corso del Novecento, un processo di progressiva popolarizzazione lo ha portato ad essere, da un lato, una forma di spettacolo e di intrattenimento per gli spettatori – fisicamente presenti nel luogo della competizione o appartenenti al pubblico dei media; dall’altro, attraverso lo sport praticato, una modalità di espressione, di gratificazione personale, di cura del corpo (con una duplice valenza legata alla salute e all’estetica), di socializzazione.

Lo sport coinvolge numerose “dimensioni sociali, economiche, valoriali e territoriali, [tanto che] pensare ad una sfera della nostra quotidianità non toccata dallo sport è quasi impossibile.”²

In Italia, secondo dati Istat relativi al 2011, “le persone di 3 anni e più che praticano sport sono 18 milioni e 800 mila (il 32,1 per cento della popolazione nella stessa fascia di età). Tra questi il 21,9 per cento si dedica allo sport in modo continuativo e il 10,2 per cento in modo saltuario. Coloro che pur non praticando uno sport svolgono un’attività fisica sono circa 16 milioni e 200 mila (il 27,7 per cento della popolazione nella fascia di età considerata).”³

Oltre a promuovere lo spirito di squadra e il rispetto delle regole, lo sport può costituire un elemento importante nello sviluppo della personalità e per apprendere a gestire il proprio comportamento in situazioni sociali. Per questo motivo, alla pratica sportiva viene attribuita una forte valenza pedagogica. Lo sport rappresenta una importante agenzia di educazione e

¹ Porro N., *Sociologia del calcio*, Carocci editore, Roma, 2008, p. 9.

² Coni, Censis, *Primo rapporto sport e società - Sintesi*, 2008, p. 1.

³ Istat, *Noi Italia. 100 statistiche per capire il Paese in cui viviamo* (<http://noi-italia.istat.it>), p.120. I dati, ricavanti dall’Indagine multiscopo sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana”, sono riferiti al 2011.

socializzazione: il 64% dei bambini tra i 6 e i 10 anni e il 67,6% dei ragazzi tra gli 11 e 14 anni lo pratica in modo continuativo o saltuario.⁴

Rilevante è il peso economico dello sport nello sviluppo del Paese: secondo un rapporto del CONI, rappresenta 2,7-3,0 punti del PIL e investe diversi campi, tra i quali “opere pubbliche, turismo, trasporti, media tradizionali e media innovativi, occupati diretti e indiretti, una moltitudine di piccole e medie imprese che operano nel manifatturiero [...], organizzazione di micro e macro eventi [...], innovazione tecnologica ed export.”⁵ È proprio per questa rilevanza economica che “in molti paesi, tra cui l’Italia, lo sport, soprattutto quello professionistico, non riesce a liberarsi di pesanti fardelli: il prevalere degli aspetti legati al business rispetto a quelli educativo - formativi, la monocultura del calcio e le sue contraddizioni, l’allarme doping.”⁶

Al di là dello sport praticato, esiste l’altra faccia del fenomeno, quella di uno sport-spettacolo dall’enorme impatto mediatico. In particolare, si è generato un rapporto quasi simbiotico, un “matrimonio di interessi”⁷, tra televisione e sport. Quest’ultimo è stato notevolmente influenzato dal piccolo schermo nella sua evoluzione e nei suoi linguaggi, tanto che, a partire dagli anni Ottanta, si è verificato un progressivo “inglobamento”⁸, che ha visto le logiche e i registri della tv imporsi su quelli dello sport. In Italia, i programmi sportivi hanno costituito da sempre una presenza importante all’interno dei palinsesti generalisti;⁹ in tempi recenti, il passaggio al digitale terrestre, ha comportato la moltiplicazione delle emittenti televisive dedicate allo sport, che si aggiungono alla vasta offerta di canali tematici da parte delle *pay tv*.

In riferimento al concetto di sport, Porro riprende la celebre espressione di Mauss, definendolo un *fatto sociale totale*, che mostra implicazioni di carattere culturale, politico, giuridico ed economico. In questo senso, “lo sport è una straordinaria lente del mutamento sociale *tout court*, in quanto manifestazione espressiva, stile di vita, modello di comportamento, veicolo comunicativo, ideologia, passione popolare, tecnologia, chiacchiera quotidiana.”¹⁰

L’importanza assunta dallo sport nei sistemi sociali contemporanei deriva “dalla capacità del fenomeno di penetrare molteplici sottoinsiemi [...] e dialogare con essi acquistandone il registro”¹¹, facoltà che ha permesso sia

⁴ I.STAT, datawarehouse delle statistiche prodotte dall’Istat (<http://dati.istat.it>). I dati citati si riferiscono all’anno 2010.

⁵ Coni, Censis, op. cit., p. 2.

⁶ Istat, “Lo sport che cambia. I comportamenti emergenti e le nuove tendenze della pratica sportiva in Italia”, *Argomenti n. 29*, 2005, p. 14.

⁷ Iozzia G., Minerva L., *Un matrimonio d’interesse. Sport e televisione*, ERI/Edizioni Rai, Torino, 1986.

⁸ Grasso A., M. Scaglioni, *Che cos’è la televisione*, ed. Garzanti, Milano, 2003, p. 225.

⁹ La *Domenica Sportiva* esordisce ufficialmente il 3 gennaio 1954, quindi agli albori delle trasmissioni della Rai.

¹⁰ Porro N., *Lineamenti di sociologia dello sport*, Carocci editore, Roma, 2001, p. 13.

¹¹ Russo P., *Sport e società*, Roma, Carocci editore, Roma, 2004, p. 65.

allo sport di imporsi come forza di trasformazione sociale, sia di generare mutamenti al proprio interno.

1.2. La pratica sportiva femminile

“Bicycling has done more to emancipate women than any other thing in the world”
(Susan B. Anthony, suffragette, 1896)¹²

Le origini dello sport moderno sono legate ad una percezione della pratica sportiva come attività riservata agli uomini. Nel corso del Novecento, il percorso che ha portato all’abbattimento di molte barriere di genere in merito alla partecipazione femminile nello sport è andato di pari passo con la rivendicazione delle donne di una maggiore equità ed uguaglianza.¹³

Si è trattato di un processo che ha visto profondi cambiamenti nell’immagine e nel ruolo della donna nella società e che, anche attraverso interventi legislativi¹⁴, ha favorito l’ingresso e la progressiva affermazione femminile nello sport. In particolare, gli anni Novanta hanno segnato il culmine di un processo di “mutamento sociale *nello e attraverso lo sport*”¹⁵ che ha determinato una maggiore rilevanza delle competizioni e del professionismo sportivo delle donne.

Come ricorda Sassatelli, tuttavia, “il campo delle attività sportive è, a tutt’oggi, ancora segnato da profonde differenze di genere: gli uomini partecipano di più alla pratica sportiva in generale e, al contempo, gli sport maschili sono più rilevanti sia economicamente che culturalmente.”¹⁶

I dati relativi all’Italia forniti dall’Istat mostrano un incremento delle donne che svolgono attività fisica e sportiva. Nell’ultimo decennio, la quota delle donne che praticano sport è andata da un minimo del 23,3% nel 2001 ad un massimo di 26,6% nel 2010: mentre la percentuale delle donne che lo fanno in modo saltuario non ha subito grandi variazioni, ad aumentare è in particolare quella di chi lo fa in modo continuativo (dal 15,3% del 2001 al

¹² Cit. da Sugier A. nel suo intervento “Media coverage of women’s sport”, durante la Play The Game 7th World Communication Conference.

¹³ Messner M.A., “Sport and Male Domination: The Female Athlete as Contested Ideological Terrain”, in *Sociology of Sport Journal*, 1988, 5, p. 197.

¹⁴ Negli USA, ad esempio, una svolta importante per la promozione della pratica sportiva femminile fu segnata dall’approvazione del Title IX dell’Educational Act del 1972, che affermava: “*No person in the United States shall, on the basis of sex, be excluded from participation in, be denied the benefits of, or be subjected to discrimination under any educational programs or activities receiving federal financial assistance.*” Il Title IX stabiliva pertanto pari trattamento nello sport nelle istituzioni scolastiche come *high school* e college.

¹⁵ Russo P., op. cit., p. 70.

¹⁶ Sassatelli R., “Lo sport al femminile. Sport e Genere.”, in *Enciclopedia dello Sport Treccani*, Vol. Arte Scienza Storia, 2003, p. 201.

18,1% del 2010).¹⁷ Si è registrato inoltre un calo nel dato relativo alla sedentarietà femminile (da 46,1% nel 2001 a 42,8% del 2010).

La discriminante del genere, tuttavia, resta finora un fattore importante per la propensione allo sport praticato: la percentuale di persone di 3 anni e più che svolgono attività sportiva (escludendo le persone lo fanno per ragioni professionali) è ancora oggi maggiore tra i maschi (38,6%) che tra le femmine (25,9%).¹⁸

È interessante notare, come evidenzia una ricerca della Regione Emilia-Romagna svolta sul territorio locale, che tra i fattori che sottraggono maggiormente tempo alla pratica sportiva, gli uomini tendono ad indicare maggiormente il lavoro o lo studio (61,1% dei maschi rispetto al 45,3% delle femmine), mentre “gli impegni familiari sottraggono tempo maggiormente alle donne”¹⁹ (42% contro il 25,1% dei maschi).

Anche a livello europeo, i dati rilevati dall'Eurobarometro²⁰ dimostrano che sono gli uomini a praticare sport in misura maggiore rispetto alle donne. Il 43% dei maschi rispondenti ha dichiarato di svolgere attività sportiva regolarmente o quasi (quindi almeno una volta alla settimana), rispetto al 37% delle donne.

La partecipazione femminile in ambito sportivo ha visto un progressivo incremento delle donne che praticano sport a livello agonistico e soprattutto l'affermazione di atlete che gareggiano in competizioni ad alto livello.

Un indicatore di questa realtà è rappresentato ad esempio dalle Olimpiadi. La prima edizione dei Giochi moderni, nel 1896 ad Atene, fu preclusa alle donne, che ottennero la possibilità di partecipare solo nel 1900 a Parigi: gareggiarono 22 donne su un totale di 997 atleti (pari al 2,2%); gli sport con competizioni femminili furono il tennis e il golf.²¹ La quota delle atlete ha visto un graduale incremento, soprattutto a partire dagli anni Settanta, così come il numero delle discipline che prevedono gare delle donne. Se nel 1972, a Monaco, le atlete costituivano il 14,6% del totale dei partecipanti, alle ultime Olimpiadi estive del 2008 a Beijing erano il 42,4% (ovvero 4637 atlete, che hanno gareggiato nel 45,4% degli eventi, ovvero 137 su 302).

Il Comitato Olimpico Internazionale (IOC) ha tra le sue funzioni, riconosciute dalla Carta Olimpica, quelle di “agire contro ogni forma di discriminazione” e “incoraggiare e supportare la promozione delle donne

¹⁷ I.STAT, datawarehouse delle statistiche prodotte dall'Istat (<http://dati.istat.it>).

¹⁸ Istat, *Noi Italia. 100 statistiche per capire il Paese in cui viviamo* (<http://noi-italia.istat.it>).

¹⁹ Regione Emilia-Romagna – Assessorato Cultura e Sport, *L'attività fisico/sportiva svolta nel tempo libero in Emilia-Romagna*, anno 2010, p. 23 (www.regione.emilia-romagna.it/sport).

²⁰ European Commission, Special Eurobarometer 334. Sport and Physical Activity. Fieldwork: October 2009. Publication: March 2010. (http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_334_en.pdf)

²¹ Sito ufficiale dell'IOC – International Olympic Committee (www.olympic.org).

nello sport ad ogni livello e in tutte le strutture, al fine di implementare il principio di parità tra uomini e donne.”²²

Nonostante ciò, “mentre la partecipazione delle donne nelle attività sportive e nei Giochi Olimpici è costantemente aumentata, la percentuale delle donne negli organi di governo e amministrativi del Movimento Olimpico è bassa”²³. Nel 2011, le donne rappresentavano il 17% dei membri dell’IOC; nel 2010, i Comitati Olimpici Nazionali (NOCs) e le Federazioni Internazionali (IFs) vedevano una quota femminile rispettivamente del 17,6% e 18% nei Consigli di Amministrazione, del 4% e 3,2% tra i Presidenti e del 9% e 3,2% tra i Segretari Generali.²⁴

Per migliorare questa situazione, l’IOC si è posto per il 2005 l’obiettivo di riservare alle donne almeno il 20% delle posizioni decisionali di tutti gli organi del Movimento Olimpico.

Nel 1995 è stata istituita la Women and Sport Commission e dal 1996 viene organizzata ogni quattro anni una Conferenza Mondiale sulle donne nello sport: l’ultima, che si è tenuta a febbraio 2012 a Los Angeles (USA), ha portato ad una Dichiarazione, nella quale si afferma che “la promozione della partecipazione nelle attività sportive, manageriali e amministrative dovrebbe, e deve, servire al più ampio obiettivo di supportare l’agenda internazionale per la parità di genere e l’*empowerment* di donne e ragazze.”²⁵

La Dichiarazione ha inoltre messo in relazione l’importanza della partecipazione femminile dello sport con la realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio delle Nazioni Unite²⁶, tra i quali rientra la promozione della parità tra i sessi e l’autonomia delle donne.

A livello europeo, il ruolo rilevante dello sport come mezzo di inclusione sociale e di pari opportunità è stato evidenziato in particolare dal *Libro bianco sullo sport*, adottato dalla Commissione Europea nel 2007, che si rifà alla Dichiarazione di Amsterdam del 1997 e a quella di Nizza del 2000. Riconoscendo la dimensione sociale ed economica dello sport, il testo “mira a integrare lo sport nelle altre politiche dell’UE e a porre le condizioni per una migliore governance dello sport europeo fornendo indicazioni per l’applicazione delle norme comunitarie.”²⁷

Il *Libro bianco* afferma che “lo sport interessa tutti i cittadini indipendentemente da genere, razza, età, disabilità, religione e convinzioni

²² International Olympic Committee, *Olympic Charter*. In force as from 8 July 2011. Chapter 1.2. Mission and Role of IOC (traduzione non ufficiale).

²³ International Olympic Committee, *Women in the Olympic Movement*. Update – June 2011, pp. 1-2, www.olympic.org.

²⁴ *Ibidem*, p. 2.

²⁵ International Olympic Committee, *The Los Angeles Declaration. 5th IOC World Conference on Women and Sport*. 16-18 February 2012 (www.olympic.org).

²⁶ Gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio delle Nazioni Unite sono otto obiettivi che gli Stati che fanno parte dell’ONU hanno sottoscritto e si sono impegnati a raggiungere entro il 2015.

²⁷ Commissione Europea, *Libro bianco sullo sport*, 2007, Prefazione.

personali, orientamento sessuale e provenienza sociale o economica.”²⁸
Stabilisce inoltre il ruolo della Commissione Europea nell’incoraggiare

“l’integrazione delle questioni di genere in tutte le sue attività relative allo sport, con un interesse specifico per l’accesso allo sport da parte delle donne immigrate e delle donne appartenenti a minoranze etniche, nonché per l’accesso delle donne alle posizioni decisionali nello sport e la copertura mediatica delle donne nello sport.”

Sempre a livello europeo, l’Unione Europea e il Consiglio d’Europa hanno recentemente promosso il programma MARS (*Media Against Racism in Sport*)²⁹, che mira a istituire una rete europea di professionisti dei media per combattere il razzismo e la discriminazione. Al centro del MARS, il tema dello sport come strumento di inclusione, per favorire l’espressione della diversità culturale e sociale, soprattutto attraverso una maggiore equità nella rappresentazione mediatica, anche al femminile.

Nel 2011, la UISP (Unione Italiana Sport per Tutti) è stata tra i principali fautori di un importante strumento a livello internazionale, la *Carta Europea dei Diritti delle Donne nello Sport*.³⁰ La Carta evidenzia le disuguaglianze in termini di pari opportunità, prendendo in considerazione diversi aspetti: la pratica dello sport, la leadership, l’educazione fisica, la ricerca e le comunità scientifiche, i media, il tifo. Come si legge nell’introduzione, “la qualità di una società dipende dai pari diritti per tutte le persone, incluse le pari opportunità nello sport, tanto in quello professionistico che nello sport per tutti.”

Nonostante non manchino gli esempi di buone pratiche e i provvedimenti per favorire una maggiore partecipazione femminile, nella sostanza la strada per la parità di accesso e di diritti delle donne nello sport resta in salita.

Basti pensare alla situazione italiana, dove migliaia di atlete, che di fatto portano avanti una carriera agonistica ad alto livello in maniera esclusiva, sono condannate ad una sorta di limbo che le identifica forzatamente come “dilettanti”, con tutto ciò che ne deriva in termini di assenza di tutele (maternità, assistenza sanitaria, infortuni, trattamento pensionistico e Tfr).

Il testo base che disciplina questo settore, la legge 91 del 1981, all’art. 2 stabilisce che “sono sportivi professionisti gli atleti [...] che esercitano l’attività sportiva a titolo oneroso con carattere di continuità

²⁸ Ibidem, cap. 2.6.

²⁹ Cfr. par. 2.1.

³⁰ La Carta europea dei diritti delle donne nello sport è stata promossa nell’ambito del progetto “Olympia: equal opportunities via and within sport”. Oltre all’UISP hanno partecipato al progetto e alla stesura della Carta il Dipartimento di Scienza dello Sport dell’Università di Copenaghen, la VIDC (Vienna Institute for International Dialogue and Cooperation), l’ISCA (International Sport and Culture Association), la LICRA (Ligue Internationale contre le racisme et l’antisemitisme) e l’agenzia francese Interactiva.

nell'ambito delle discipline regolamentate dal CONI". Attualmente, sono solo sei le discipline che hanno riconosciuto il professionismo, tutte praticate in prevalenza da uomini: il calcio, la pallacanestro, il ciclismo su strada, il motociclismo, il pugilato e il golf.

In Italia, pertanto, quasi nessuna donna nel mondo dello sport viene considerata per legge una "professionista". Quello che è definibile come un lavoro a tutti gli effetti, di fatto non viene riconosciuto come tale.

Una possibilità per molte atlete – ma non per tutte, si pensi ad esempio agli sport di squadra – è costituita dall'arruolamento³¹, ma il destino di molte donne resta spesso legato a scritture private, non riconosciute dall'ordinamento sportivo e, talvolta, a contratti capestro con tanto di clausole anti-maternità.³²

Alle mancate tutele, si aggiungono una serie di discriminazioni economiche, che riguardano *in primis* disparità di trattamento, ad esempio nei "rimborsi spese"³³, ma anche notevoli divari negli importi tra i premi previsti per le donne e quelli per gli uomini, a parità di prestazioni.³⁴

³¹ In base alla legge 78 del 2000, in Italia gli/le atleti/e di interesse nazionale possono essere assunti dalle Forze Armate, dai Corpi di Polizia e dai Vigili del Fuoco. "Il risultato è che a oggi circa il 75% delle medaglie italiane vengono vinte da atleti che fanno parte dei gruppi militari." (Seneghini F., "Dilettanti per forza. Anzi per legge", in *D la Repubblica*, 30/10/2010, p. 170).

³² Il CONI, all'interno dei *Principi fondamentali*, prevede un "Principio di tutela sportiva delle atlete in maternità" (art. 14): "gli statuti delle Federazioni Sportive Nazionali e delle Discipline Sportive Associate devono garantire la tutela della posizione sportiva delle atlete madri in attività per tutto il periodo della maternità fino al loro rientro all'attività agonistica. Le atlete in maternità che esercitano, anche in modo non esclusivo, attività sportiva dilettantistica anche a fronte di rimborsi o indennità corrisposti ai sensi della vigente normativa, hanno diritto al mantenimento del tesseramento, nonché alla salvaguardia del merito sportivo acquisito [...]."

Il mancato riconoscimento del professionismo sportivo per le atlete, tuttavia, comporta in pratica l'assenza di tutele fondamentali per coloro che scelgono di diventare madri. "La mancanza di regole impone loro delle scritture private, che non sono riconosciute dall'ordinamento sportivo. Spesso contengono anche delle clausole anti-maternità, nelle quali lo stato di gravidanza dell'atleta rappresenta una causa di risoluzione del contratto. L'ex atleta azzurra di basket Adamoli, ad esempio, nel suo contratto qualche anno fa non solo aveva una clausola anti-maternità, ma anche una seconda clausola, che prevedeva un risarcimento danni al club qualora fosse rimasta incinta." (Rai News, *Diritti, Altre voci, Noi e loro*, puntata "Sport e discriminazioni" del 15/12/2008).

³³ "Secondo un'indagine nazionale del 2007 (*Lo sport femminile tra promozione e diritti*, Publica ReS), [...] soltanto il 29% viene retribuito per svolgere l'attività sportiva agonistica e solo il 14% ha una retribuzione fissa." (Seneghini, testo citato, p. 170).

³⁴ "I montepremi per le donne sono sempre inferiori a quelli maschili. Qualche volta addirittura la metà. Nonostante lo Statuto della federazione Atletica vieti i montepremi diversi, nella prassi avviene. Prendiamo la maratona del Piceno: [...] i vincitori maschi vengono premiati fino al nono classificato, mentre le colleghe solo fino al quarto posto. E soprattutto sono diversi i montepremi: 1500 euro per il primo classificato, [...] mentre le donne partono dai mille euro per la medaglia d'oro. E ancora, come ha

Le differenze economiche non riguardano solo le retribuzioni, ma anche gli investimenti che di fatto permettono la partecipazione, la promozione e lo sviluppo dello sport.

Nel 2011 una ricerca inglese, promossa dalla Women's Sport and Fitness Foundation, ha evidenziato un problema che affligge la pratica agonistica femminile nella maggior parte dei Paesi europei, compresa l'Italia, ovvero quello del basso ammontare dei contributi degli sponsor. Il rapporto rileva, ad esempio, che all'interno del Regno Unito, "nell'anno in cui la finale della Coppa del Mondo femminile è diventato l'evento più "tweettato" del pianeta, lo sport delle donne ha rappresentato solo lo 0,5% di tutte le sponsorizzazioni sportive."³⁵

1.3. La rappresentazione dello sport femminile nei media

*"Even though she's out of the medal race,
she still has a smile."³⁶*

Il tema della discriminazione di genere nello sport è strettamente legato alla rappresentazione mediatica. I mezzi di comunicazione hanno un ruolo fondamentale nel veicolare informazioni e contenuti che, "attraverso le fonti utilizzate, i temi selezionati e le modalità con cui vengono trattati, influenzano l'agenda (*what to think about*) e la percezione pubblica (*how to think*)"³⁷. L'analisi della rappresentazione di una certa categoria o gruppo sociale nei media è utile inoltre per capire i ruoli e le caratteristiche socialmente attribuite a quella categoria o gruppo.

Nel caso dello sport, quanto detto è tanto più importante se si considera che "la grande maggioranza degli spettatori ha un'esperienza mediata degli eventi sportivi."³⁸

A partire dagli anni Ottanta, diversi studi si sono occupati delle differenze nella copertura mediatica dello sport, evidenziando una marcata sotto-rappresentazione delle atlete e degli eventi femminili. In molti Paesi, tra

raccontato la campionessa di ciclismo su pista Vera Carraro: 'L'oro dei Mondiali valeva 20mila euro contro gli 80mila della gara maschile.' (Borromeo B., "L'atleta? Se è donna è dilettante", in *Il Fatto Quotidiano*, 13/05/2011).

³⁵ The Commission on the Future of Women's Sport, *Big Deal? 2011: The case for commercial investment in women's sport*, p. 2.

<http://wsff.org.uk/publications/reports/big-deal> (traduzione non ufficiale).

³⁶ Reporter americano in un commento di gara durante le Olimpiadi, cit. in Eastman S.T., Billings A.C. "Gender Parity in the Olympics: Hying Women Athletes, Favoring Men Athletes", in *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 23, n. 2, May 1999.

³⁷ CoE, presentazione progetto MARS

(http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/presentation_en.asp).

³⁸ Bernstein A., "Is It Time for a Victory Lap?: Changes in the Media Coverage of Women in Sport", in *International Review for the Sociology of Sport*, 37 (3-4), 2002, p. 416 (traduzione non ufficiale).

i quali l'Italia, il dominio del media-calcio ha avuto un ruolo rilevante nel determinare questo gap.

Recentemente, “nonostante molti studi abbiamo riportato differenze nell'ammontare e nel tipo di trattamento riservato ad atleti ed atlete, diverse analisi longitudinali hanno evidenziato che il deficit tra la copertura giornalistica si sta gradualmente riducendo.”³⁹ I cambiamenti sociali, l'aumento della pratica sportiva femminile e l'affermazione a livello internazionale di atlete che sono divenute vere e proprie “celebrità”, hanno fatto sì che le donne trovassero un maggiore spazio nelle pagine e nelle trasmissioni sportive, soprattutto in occasione di grandi eventi internazionali, come i Mondiali o le Olimpiadi.

Nonostante questo, ancora oggi “la copertura mediatica dello sport non riflette la diversità sociale e culturale e non assicura equità per tutti.”⁴⁰ Secondo i dati forniti dal Consiglio d'Europa all'interno del progetto MARS, in Europa solo un quarto dei soggetti delle notizie sono donne; la possibilità delle atlete di ricevere una copertura informativa da parte di un giornalista è quattro volte inferiore rispetto a quella degli atleti (un dato estremamente significativo, se si considera che solo il 5% delle notizie di sport vengono seguite da giornaliste).

Similmente, la Commission on the Future of Women's Sport sostiene che “la copertura nei media tradizionali rimane dominata in modo schiacciante dallo sport degli uomini, in particolare il calcio della Premier League. Lo sport delle donne riceve solo dal 2% al 5% della copertura.”⁴¹

Un progetto finanziato dalla Commissione Europea, condotto dal Centro Islandese per l'Eguaglianza di Genere, ha indagato la rappresentazione dello sport nei media in cinque Paesi (Austria, Lituania, Norvegia, Italia e Islanda): all'interno del panorama informativo di TV e giornali, solo il 13%⁴² (in Italia l'11%) delle notizie riguarda soltanto donne. Tra le discipline sportive trattate, nel nostro Paese ad essere rappresentato è quasi esclusivamente il calcio.⁴³

Anche quando le competizioni femminili vengono coperte, spesso godono comunque di una minore visibilità rispetto allo sport maschile: ad esempio, vengono citate con una minore frequenza nei titoli degli articoli o del sommario del TG; oppure, vengono messe in secondo piano in base alla

³⁹ King C., “Media Portrayals of Male and Female Athletes. A Text and Picture Analysis of British National Newspaper Coverage of the Olympic Games since 1948”, in *International Review for the Sociology of Sport*, 42/2, 2007. p. 188 (traduzione non ufficiale).

⁴⁰ CoE, presentazione progetto MARS (http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default_en.asp).

⁴¹ The Commission on the Future of Women's Sport, op. cit., p. 12.

⁴² Centro Islandese per l'Eguaglianza di Genere, *Sport, media e stereotipi. Donne e uomini nel mondo dello sport e nei media. Sintesi report finale, 2004-2006* (<http://www.dif.unige.it/politica/attivita.html>), p. 6.

⁴³ Centro Islandese per l'Eguaglianza di Genere, *Sport, media e stereotipi. Report Finale Italia, 2004-2006*, pp. 4-5 (<http://www.dif.unige.it/politica/sports.html>).

collocazione in determinate parti della pagina, del giornale, del notiziario o del palinsesto.

Questa sotto-rappresentazione delle atlete finisce per riprodurre l'immagine dello sport come un ambito prettamente maschile, nel quale la pratica e la presenza femminile hanno una rilevanza assai inferiore.

Una delle motivazioni che vengono addotte più frequentemente per spiegare le differenze in termini di copertura mediatica, sia televisiva che giornalistica, consiste nell'affermare che il pubblico di lettori o telespettatori interessati allo sport è principalmente maschile. In realtà, le ricerche citate dalla recente pubblicazione della Women's Sport and Fitness Foundation dimostrano che, nonostante il pubblico che segue gli eventi sportivi sia ancora composto prevalentemente da uomini, "i più grandi eventi femminili godono di un vasto pubblico televisivo, che regge il paragone con quello delle competizioni maschili"⁴⁴; inoltre il 61% dei telespettatori che seguono programmi sportivi vorrebbe vedere più gare femminili di alto livello in TV.

In merito al contesto italiano, l'analisi di Martelli sui pubblici televisivi di Olimpiadi, Paralimpiadi e Campionati europei di calcio ha evidenziato che "le audience femminili dei grandi eventi sportivi trasmessi dalla tv italiana nel periodo 2000-2008 sono minoranze all'interno di un pubblico composto in prevalenza da maschi; però occasionalmente le telespettatrici eguagliano o, talora, sopravanzano i telespettatori."⁴⁵

Secondo uno studio di Capranica e Aversa, che ha preso in esame la copertura televisiva italiana delle Olimpiadi di Sidney del 2000, in quell'occasione l'audience femminile ha rappresentato il 40% dell'audience media totale; non sono state rilevate inoltre differenze statisticamente significative tra il genere dell'audience e il genere dello sport seguito.⁴⁶

Come sottolineato sia dalle ricerche italiane che da quella inglese, lo studio dei comportamenti del pubblico che segue gli eventi sportivi in TV, e in particolare di quello femminile, potrebbe risultare utile sia alle emittenti in merito alle scelte di messa in onda, sia per gli sponsor, che potrebbero investire in un segmento di mercato sottovalutato e in potenziale crescita.

Sicuramente, oltre all'immagine percepita della propria audience, sulla scarsa copertura dello sport femminile influisce il fatto che in Italia, così come in altri Paesi europei, il giornalismo è ancora un ambito professionale in larga maggioranza maschile. Lo stesso si può dire per alcune delle principali professionalità che lavorano nel settore televisivo, come produttori, registi e reporter.

A questo proposito, la sopra citata analisi di Capranica e Aversa sulle Olimpiadi di Sidney, ha portato alla luce un'egemonia maschile in pressoché tutte le categorie professionali rilevate. Per quanto riguarda, ad esempio, i

⁴⁴ The Commission on the Future of Women's Sport, op. cit., p. 2.

⁴⁵ Martelli S., *Lo sport "mediato". Le audience televisive di Olimpiadi, Paralimpiadi e Campionati europei di calcio (2000-2008)*, ed. Franco Angeli, Milano, 2010, p. 149.

⁴⁶ Capranica L., Aversa F., "Italian Television Sport Coverage during the 2000 Sydney Olympic Games. A Gender Perspective", in *International Review for the Sociology of Sport*, 37 (3-4), 2002, p. 347.

professionisti del piccolo schermo, dei 145 addetti di Rai Tre incaricati di seguire l'evento, erano donne solo il 4% delle operatrici TV, l'11% dei registi (ma si trattava di un'unica donna su otto uomini), il 12% dei commentatori esperti, il 16% dei giornalisti.⁴⁷

Un incremento nella quota femminile degli operatori dei media e dell'informazione, tuttavia, non basterebbe da solo a modificare l'orientamento che porta al predominio dello sport maschile in termini di copertura giornalistica e televisiva. Molto più del genere degli operatori della comunicazione, infatti, la sotto-rappresentazione delle atlete è determinata dalle routine produttive.

Theberge e Cronk, occupandosi dei processi di selezione e costruzione delle notizie all'interno dei giornali, hanno evidenziato alcuni elementi che portano a privilegiare lo sport degli uomini. L'assunto di partenza è che i mezzi di informazione necessitano di fonti affidabili e procedure standard che facilitino il processo di selezione e consentano l'accesso a materiale regolare e con un certo grado di prevedibilità.

Sotto questo punto di vista, "il vantaggio di cui gode lo sport maschile non risiede semplicemente nella supposizione di un maggiore interesse da parte del pubblico, ma nelle maggiori risorse organizzative ed istituzionali che garantiscono un accesso preferenziale ai media. [...]"⁴⁸ Possedendo maggiori risorse da investire in attività di promozione e comunicazione, le federazioni e le organizzazioni dello sport maschile sono infatti più attrezzate per venire incontro alle esigenze dei media.

Altre procedure, analizzate dalla ricerca, che determinano una maggiore notiziabilità dello sport maschile riguardano, ad esempio, la pratica di assegnare giornalisti a seguire particolari aree o argomenti (questo garantisce la regolarità delle informazioni ma costituisce un ulteriore ostacolo per lo sport femminile); ancora, strutture rigide e format predefiniti per la costruzione della sezione sportiva; e, infine, l'utilizzo dei lanci di agenzia, soprattutto per quanto riguarda lo sport nazionale.

Com'è facilmente intuibile, le routine produttive non vanno a discapito soltanto dello sport femminile, ma anche, più in generale, degli sport "minori". Tant'è vero che – ricordano i due autori – quando lo sport femminile assume la valenza di sport "commerciale", come nel caso delle Olimpiadi degli ultimi anni, trova una copertura assai maggiore rispetto agli standard abituali.

⁴⁷ Ibidem, p. 341. La percentuale più alta ha riguardato i membri dello staff (si è trattato di donne per il 33%), che tuttavia comprendeva il ruolo tradizionalmente "femminile" della segretaria. In ambito sportivo, all'interno della delegazione italiana la percentuale delle donne è andata dallo 0% delle Presidenti delle Federazioni Sportive Nazionali al 19,2% dei medici; poche le donne Ufficiali del Comitato Olimpico Nazionale (8,7%) o che hanno ottenuto ruoli tecnici, ad esempio come allenatrici (6,9%).

⁴⁸ Theberge N., Cronk A., "Work Routines in Newspaper Sports Departments and the Coverage of Women's Sports", in *Sociology of Sport Journal*, 1986, 3, p. 198 (traduzione non ufficiale).

Anche all'interno di grandi eventi come i Giochi Olimpici, caratterizzati da un maggiore equilibrio di genere nel panorama informativo, diverse ricerche hanno dimostrato che "le atlete hanno molte più possibilità di ricevere attenzione mediatica se competono in sport individuali ritenuti 'socialmente accettabili,'"⁴⁹ come il nuoto, i tuffi, la ginnastica, il pattinaggio, rispetto a sport di squadra o a discipline ritenute "maschili" (ad esempio il lancio col peso).

La percezione dell'adeguatezza dello sport rispetto al genere nasce da stereotipi, che a sua volta contribuisce a confermare, riguardanti caratteristiche socialmente attribuite agli uomini e alle donne: "gli sport adatti ai maschi enfatizzano il contatto fisico attraverso un comportamento attivo, aggressivo e autonomo, mentre gli sport appropriati per le femmine esaltano l'estetica e la bellezza, scoraggiando la fisicità."⁵⁰

Un'autentica equità di rappresentazione, tuttavia, non presuppone soltanto una copertura mediatica equilibrata. Molto più che la dimensione puramente quantitativa, è l'aspetto qualitativo, quello che riguarda le modalità di trattazione, che risulta spesso maggiormente discriminante.

Un'analisi dei *frame* che caratterizzano i contenuti della produzione mediatica sullo sport può risultare utile per approfondire come la pratica delle donne viene definita e valutata, in base agli elementi che vengono selezionati e ai quali viene data salienza nel testo comunicativo.

Riprendendo le parole di Entman, i *frame* presenti nel testo, che contribuiscono a mettere in evidenza alcuni aspetti della realtà descritta rispetto ad altri, "si manifestano attraverso la presenza o l'assenza di determinate parole chiave, immagini stereotipate, fonti di informazione e frasi che rinforzano a livello tematico insiemi di fatti o giudizi."⁵¹

Gli stereotipi di genere da un lato influiscono sulle modalità di copertura dello sport, dall'altro vengono rafforzati dai *frame* che caratterizzano la trattazione degli eventi. La scelta delle immagini e l'utilizzo di determinate parole ed espressioni finisce spesso per marcare una netta distinzione tra ciò che viene etichettato come "maschile" o "femminile".

La tendenza è quella di connotare le atlete facendo riferimento a determinate qualità estetiche (bellezza, grazia e leggiadria, di fronte alla forza e alla potenza associate al corpo maschile), oppure a determinati ruoli sociali (ad esempio attraverso riferimenti all'ambito familiare e alla condizione di mogli o madri).

La tendenza a porre l'accento sulle qualità estetiche delle donne o sul ruolo all'interno della famiglia è stata evidenziata da diversi studi. Un'analisi trasversale sulla copertura televisiva negli USA di tre edizioni delle

⁴⁹ Bernstein A., op. cit., p. 418.

⁵⁰ Jones R., Murrell A.J., Jackson J., "Pretty Versus Powerful in the Sports Pages. Print Media Coverage of U.S. Women's Olympic Gold Medal Winning Teams", in *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 23, n. 2, May 1999, p. 184 (traduzione non ufficiale).

⁵¹ Entman R.M., "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", in *Journal of Communication*, Autumn 1993, p. 52.

Olimpiadi, realizzata da Eastman e Billings, ha mostrato ad esempio che “la probabilità delle atlete di essere etichettate per l’avvenenza [...] è tre volte maggiore rispetto a quella degli uomini (75% v. 25%).” Dallo studio emerge inoltre “una maggiore enfasi sulla vittoria degli uomini rispetto alle donne nelle narrazioni, e più sulla vita familiare delle atlete.” Persino i commenti delle vittorie e delle sconfitte comportano l’uso di espressioni differenti in merito alle spiegazioni addotte o alle reazioni.⁵²

Di fatto, la narrazione sportiva che riguarda le atlete vede l’utilizzo frequente di un linguaggio che in qualche modo le sminuisce: ad esempio, forme che svalorizzano la performance femminile attraverso espressioni che riconducono lo sport, ancora una volta, ad una sfera che viene considerata ad egemonia maschile (“*corre/gioca/... come un uomo*”).

Lo sport femminile viene così “socialmente costruito come un’alternativa al corrispettivo maschile, che pratica la versione dello sport che ‘conta davvero’.”⁵³ È indicativo di questa visione dello sport il fatto stesso di prevedere una forma di specificazione quando si tratta di competizioni riservate alle donne, cosa che raramente accade per quelle degli uomini (ad esempio, *Fifa World Cup* = maschile vs. *Fifa Women’s Cup* = femminile; “la nazionale di pallavolo” = maschile vs. “la nazionale femminile di pallavolo”).

Numerose ricerche hanno evidenziato la pratica, da parte di giornalisti e commentatori, di identificare le atlete solo con il nome proprio, mentre gli uomini vengono sempre, o quasi, nominati attraverso il cognome o nome e cognome. Questa differenza, apparentemente innocua, in realtà “suggerisce l’esistenza (o la creazione) di una diversa – più familiare e meno distante socialmente – relazione tra le atlete e il lettore che tra quest’ultimo e l’atleta uomo.”⁵⁴

La subordinazione dello sport femminile rispetto a quello maschile e la reiterazione di stereotipi su “femminilità” e “mascolinità” viene riprodotta dai media anche e soprattutto attraverso l’utilizzo delle immagini. Si pensi ad esempio al fatto che gli uomini sono immortalati di solito in pose atletiche, ovvero nel corso della competizione o in tenuta da gara, mentre le donne vengono più frequentemente raffigurate in pose estranee al contesto sportivo.⁵⁵ Ancora, spesso le qualità estetiche delle donne vengono messe in risalto più delle capacità atletiche e molte atlete hanno guadagnato la ribalta dei media più per la loro avvenenza che per i risultati ottenuti.

⁵² Eastman S.T., Billings A.C., op. cit., p. 160 (traduzione non ufficiale).

⁵³ Jones R., Murrell A.J., Jackson J., op. cit, p. 190.

⁵⁴ Crolley L., Teso. E., “Gendered Narratives in Spain: The Representation of Female Athletes in Marca and El País”, in *International Review for the Sociology of Sport*, 42/2, 2007, p. 157 (traduzione non ufficiale).

⁵⁵ Alcune ricerche, come quella di King, smentiscono in parte questo assunto. L’autore ha condotto un’analisi sulle pagine sportive di *The Times* e *The Daily News* durante i Giochi Olimpici dal 1948 al 2004. Dallo studio è risultato che, sul totale delle foto delle atlete, l’11% riguardava pose non-atletiche; la percentuale per gli atleti era del 7%, quindi solo leggermente inferiore.

Autori come Messner arrivano a parlare dell'atleta donna come di un "terreno ideologico contestato"⁵⁶: lo sport viene visto in questo caso come una sfera della vita sociale in cui vengono ribadite l'egemonia maschile e gli stereotipi di genere; i media giocherebbero un ruolo strategico nel riprodurre questo modello.

Le questioni sollevate dalla rappresentazione della donna e del corpo femminile nello sport generano il paradosso per cui le atlete si trovano a competere in un campo con regole sostanzialmente definite dagli uomini, e per riuscire devono dimostrare di possedere caratteristiche che vengono etichettate come "maschili" (forza e prestanza fisica, determinazione, competitività). Il raggiungimento del successo però comporta spesso la necessità di esibire la propria "femminilità". Cahn, approfondendo i concetti di genere e sessualità nello sport delle donne nel corso del Novecento, ha affermato che

"[...] Participating and excelling in sport no longer automatically connote masculinity; an appreciative public generally accepts that a woman can actively pursue athletic excellence with no cost to her 'femininity', however one defines it. Yet older associations between masculinity and sport linger on, as do cultural fears about physically strong, sexually independent women. This create peculiar tension: The growing popularity of women's sport hinges on the athlete's success in reassuring the public that, however exceptional her athletics talent, she is still in all respects a 'normal' woman."⁵⁷

Sicuramente i mutamenti sociali, il costante incremento della pratica sportiva femminile e il crescente interesse da parte del pubblico sono elementi che possono mettere in discussione gli attuali modelli e proporre nuove definizioni del rapporto tra donna e sport. Quest'ultimo infatti "appare uno dei principali ambiti dove i giovani, maschi e femmine, vengono socializzati secondo gli stereotipi di genere", ma "potrebbe divenire un importante terreno per la proposizione di nuove forme di maschilità e femminilità."⁵⁸

I mezzi di comunicazione giocheranno un ruolo essenziale in questo processo di ri-definizione. Anche il panorama mediatico sta mutando con rapidità crescente: web, piattaforme digitali e *social network*, favorendo il contatto e lo scambio con il pubblico, potrebbero incentivare il cambiamento, anche se non possono sostituire il ruolo fondamentale dei media tradizionali nell'attrarre grandi pubblici. Una maggiore rappresentazione delle donne, che non si limiti ai grandi eventi come le Olimpiadi, e, soprattutto, una copertura che permetta letture diverse dello

⁵⁶ Messner, op. cit., pp. 197-211.

⁵⁷ Cahn S.K., *Coming on Strong. Gender and Sexuality in Twentieth-Century Women's Sport*, Harvard University Press, 1994, p. 265.

⁵⁸ Sassatelli R, op. cit., p. 215.

sport femminile potrebbero promuovere una maggiore partecipazione alla pratica sportiva a tutti i livelli, più opportunità e più diritti.

Capitolo 2

Nota metodologica

di Rossella Tirota

2.1. Oggetto di studio e obiettivi della ricerca

Attraverso la selezione delle fonti, dei soggetti e del modo di trattare le informazioni, i media influenzano l'agenda pubblica e la percezione degli avvenimenti. Per questo motivo, un'informazione davvero inclusiva è cruciale per la coesione sociale e la partecipazione democratica. Tuttavia, come dimostrato da numerose ricerche, il panorama mediatico europeo vede alcuni soggetti fortemente sotto-rappresentati, se non esclusi, come le donne, gli immigrati e le minoranze etniche, i disabili, le persone lesbiche, gay, bisessuali e trans gender (lgbt).

L'Unione Europea e il Consiglio d'Europa hanno promosso il programma MARS (*Media Against Racism in Sport*), incentrato sul tema dello sport come strumento di inclusione, per favorire una maggiore espressione della diversità culturale e sociale. Un obiettivo condiviso dai cinque Paesi coinvolti: Italia, Francia, Belgio, Finlandia e Romania.

All'interno del programma MARS, il Corecom Emilia-Romagna, insieme al Centro permanente per l'educazione ai media Zaffiria, ha organizzato il seminario italiano: a Bologna, dal 30 novembre al 3 dicembre 2011, rappresentanti delle istituzioni, esperti, docenti e professionisti dell'informazione si sono confrontati, attraverso cicli di workshop, sui temi dell'educazione ai media e del rapporto tra media e sport.

In questa occasione, il Corecom ha inoltre illustrato i primi risultati di uno specifico monitoraggio svolto sui notiziari e sui programmi sportivi delle emittenti televisive locali, per verificare il rispetto del "Codice media e sport" e analizzare i contenuti trasmessi, in relazione alle tematiche della non-discriminazione, dell'espressione della diversità e del rispetto della dignità.

Il seminario "Media, diversità e razzismo nello sport" si è posto come obiettivi:

- 1) incoraggiare lo scambio e la condivisione di pratiche professionali nel campo della formazione giornalistica e della *media literacy*, in relazione alle tematiche sportive, alla non-discriminazione e all'espressione della diversità;
- 2) contribuire allo sviluppo di reti locali e nazionali di formatori ed educatori, in modo da arricchire gli strumenti pedagogici di formazione giornalistica e di *media literacy*;
- 3) promuovere la non-discriminazione e l'espressione della diversità come costanti della copertura mediatica.

Gli obiettivi del monitoraggio svolto dal Corecom sui notiziari e sui programmi sportivi delle emittenti televisive locali sono stati:

- 1) analizzare la rappresentazione dello sport all'interno dei notiziari delle emittenti locali dell'Emilia-Romagna, prestando particolare attenzione alla costruzione della notizia e ai linguaggi utilizzati;
- 2) esaminare la programmazione sportiva delle emittenti locali, in relazione alle seguenti tematiche:
 - rispetto della dignità di individui e gruppi;
 - non-discriminazione;
 - espressione della diversità sociale e culturale;
- 3) verificare il rispetto del "Codice media e sport".

2.2. Il campione

L'analisi è stata condotta sulle edizioni giorno e sera dei telegiornali, dei notiziari sportivi e dei programmi sportivi (approfondimento, intrattenimento/talk, eventi) trasmessi nei giorni 17-23 settembre 2011. Sono stati visionati 124 notiziari suddivisi in 99 edizioni del TG e 25 del TG Sport, 86 programmi sportivi di cui 36 programmi di approfondimento, 32 eventi sportivi, 18 programmi di intrattenimento.

Per la costruzione dell'universo di riferimento si è optato per il "campione probabilistico", una tipologia di campione che consente di estendere i risultati con un certo livello "di fiducia" (detto anche livello "di confidenza") alla popolazione. All'interno del campione probabilistico si è scelto il criterio di campionamento casuale, ossia una selezione creata da un universo all'interno del quale ogni singola unità ha la stessa probabilità di essere estratta. Con l'ausilio di una tavola casuale dei numeri e avendo ex *ante* assegnato ad ogni emittente un numero d'ordine, si è proceduto all'estrazione del campione. Sono rientrate 10 emittenti (pari al 30% degli operatori di rete con sede sul territorio regionale).

Nello specifico, le emittenti oggetto di monitoraggio sono state: DI.TV, Nuova Rete, Tele 1, Teleducato Piacenza, Teleromagna, Telereggio, Telesanerno, Telesense, Telestudio Modena, TV Parma.

Il campione così distribuito ha permesso di avere una copertura rappresentativa del territorio regionale.

2.3. Lo strumento di rilevazione

Visti gli obiettivi dell'indagine e la definizione dell'universo di riferimento, sono state raccolte informazioni rispetto a cinque aree.

La prima area si riferisce alle caratteristiche strutturali dell'unità di analisi: emittente, testata, orario di inizio e di fine, edizione giorno o sera, numero di notizie complessive trasmesse nell'edizione del telegiornale; la seconda raccoglie invece i dati relativi alla copertura tematica della notizia, ovvero l'ambito di riferimento e l'argomento trattato; in terzo luogo sono stati analizzati lo stile di trattazione della notizia e le modalità di presentazione del servizio. Una quarta sezione è dedicata al rispetto del "Codice media e sport". Infine è stato rilevato il tempo di parola, di notizia e di antenna⁵⁹ complessivamente dedicato dai telegiornali alle persone che parlano.

Per la rilevazione delle aree individuate sono state costruite due apposite schede di monitoraggio, che vengono allegate nella loro versione definitiva.

La scheda di monitoraggio relativa alla raccolta di notizie trasmesse dai telegiornali locali, si compone di una parte che raccoglie le informazioni generali, di 18 domande chiuse (tipologia di programma, n. notizie sportive, contesto della notizia, conduttore categoria, argomento, chi parla, struttura della notizia, presenza della notizia nel sommario, corrispondenza tra testo e immagini, notizie complessive, gerarchia delle notizie⁶⁰, incitamento/legittimazione comportamenti contrari a norma di legge, incitamento all'odio/intolleranza/razzismo, espressioni ingiuriose vs individui/gruppi, condotte lesive integrità fisica/dignità/beni, messaggi discriminanti, ruolo conduttore, rispetto del "Codice media e sport") e di uno spazio dedicato alla descrizione della notizia. Infine, è presente una sezione in cui vengono indicati i tempi rilevati.

È stata costruita un'analoga scheda di monitoraggio, con 19 domande chiuse, per la rilevazione delle notizie nelle trasmissioni sportive locali. La differenza è la presenza di cinque item differenti: presenza pubblico in studio, modalità di messa in onda delle trasmissioni, fascia oraria e rispetto della normativa, dibattito su scandali/polemiche, identificazione dell'argomento tifo, presenza di specifici tema all'interno del programma (sport e disabilità, sport e lgbt, sport e razzismo).

La scheda è stata preventivamente testata su un gruppo di telegiornali e trasmissioni sportive scelti casualmente. Questa operazione ha consentito di apportare alcune piccole modifiche nell'impostazione di alcuni item.

⁵⁹ Il tempo di parola è il tempo in cui il soggetto della notizia parla direttamente in voce; il tempo di notizia è il tempo dedicato dai telegiornali a ciascun soggetto della notizia; il tempo di antenna è quello risultante dalla somma dei due precedenti. Tale distinzione è tratta dalle indicazioni date dal Manuale di procedure operative dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

⁶⁰ Per l'indicazione della gerarchia delle notizie si è proceduto con questa classificazione: notizia di apertura: la prima notizia del telegiornale; notizia forte: notizia particolarmente cruenta o particolarmente positiva; notizia di passaggio: notizia letta dal conduttore o notizia con servizio, solitamente di breve durata; notizia di chiusura: ultima notizia del telegiornale.

I dati raccolti sono stati registrati in un foglio elettronico, elaborati con *software* di calcolo e di statistica (Excel, SPSS) e, infine, sintetizzati in tabelle e grafici.

Sono state complessivamente compilate ed analizzate 407 schede (321 per i TG + TG Sport e 86 per i programmi sportivi) per un totale di tempo monitorato di 47h, 45m, 3sec per i primi e 68h, 31m, 8 sec per le trasmissioni sportive.

2.4. Perché il “Codice di autoregolamentazione media e sport”

Il forte legame di interessi reciproci tra sport e mass media, nonché le ripercussioni dirette e indirette sul fenomeno del tifo sportivo violento in Italia, ha portato alla sottoscrizione, nel 2007, del “Codice di autoregolamentazione media e sport”.

Durante il Campionato 2006 – 2007 la violenza legata agli eventi calcistici degenera in alcuni tragici episodi che ottengono ancora una volta la ribalta della cronaca. Il 27 gennaio 2007, nel campionato di calcio di terza categoria, si gioca sul campo di Luzzi il derby Cannellese – Sammartinese; qualche parola di troppo fra i giocatori al fischio finale e alcuni spintoni degenerano in una rissa. Ermanno Licursi, dirigente accompagnatore della Sammartinese, interviene per calmare gli animi e difendere uno dei suoi giocatori, ma viene massacrato a calci e a pugni. Morirà pochi minuti più tardi negli spogliatoi e le indagini porteranno all’arresto di quattro giocatori e del presidente della Cannellese. Pochi giorni più tardi, il 2 febbraio, a rimetterci la vita è l’Ispettore capo della Polizia Filippo Raciti, che si trova in servizio per sedare i disordini al termine del derby Catania – Palermo e viene colpito da un corpo contundente.

L’ondata di indignazione e preoccupazione che attraversa tanto l’opinione pubblica quanto le istituzioni italiane trova un tentativo di risposta in alcuni provvedimenti giuridici, come la legge 41/2007, che inasprisce tutte le sanzioni per chi provoca lesioni, vieta l’esposizione di striscioni che incitano alla violenza o che contengano insulti e minacce e nega l’accesso al pubblico per gli stadi “non a norma”.

Le nuove disposizioni della legge 41 riducono inoltre il numero di biglietti che un singolo tifoso può acquistare, mentre rafforzano il DASPO, ovvero il divieto di accedere allo stadio per coloro che hanno compiuto atti di violenza o si sono macchiati di condotte che hanno messo in pericolo l’incolumità fisica delle persone. Infine, viene introdotta la figura degli *steward* all’interno degli stadi.

Le polemiche riguardanti gli illeciti sportivi, esplose nel 2006 nello scandalo di “Calciopoli”, avevano già minato l’immagine del calcio, provocato una forte disaffezione del pubblico italiano - solo parzialmente ravvivata dalla vittoria degli Azzurri ai Mondiali. I tragici avvenimenti di Luzzi e di Catania contribuiscono a creare un clima di rabbia e disapprovazione

verso il calcio, ritenuto non più un elemento di identificazione e di passione condivisa, bensì l'emblema di un sistema corrotto e violento.

L'indignazione coinvolge anche il mondo dei mass media, "accusati" di sfruttare le polemiche a fini di audience e di alimentare oltremisura le tensioni. È in particolare la televisione, con la sua tendenza alla spettacolarizzazione e all'exasperazione dei toni, a finire sul banco degli imputati. Da parte del pubblico come da buona parte degli operatori dell'informazione è sempre più sentita l'esigenza di riportare le discussioni in ambiti più civili, nonché di eliminare le forme di pseudo-informazione sportiva che alimentano, anche attraverso "risse verbali", messaggi lesivi della dignità personale o che ispirino violenze organizzate.

"The show must go on, lo spettacolo deve continuare, come dichiara il presidente della Lega [...]. Anche l'informazione deve continuare. Ma, a differenza del calcio, non può continuare a porte chiuse. Deve continuare all'aperto, sui giornali, sulle televisioni e sulle radio, anche per non dimenticare quello che è accaduto, per ricordare a tutti la follia di Catania, per condannare la violenza ammantata di tifo e difendere la dignità dello sport. E tuttavia, qualcosa bisogna pur cambiare nel modo di fare informazione. È necessario modificare il linguaggio, il tono e soprattutto la gerarchia dei valori."⁶¹

Nasce così la necessità di elaborare un "codice di comportamento", specifico per l'informazione sportiva, che si ispiri a principi di civiltà, deontologia e buon senso, in modo da concorrere anche dal versante mediatico all'isolamento dei fenomeni di violenza nel calcio.

Il Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva, firmato il 25 luglio 2007, "detta gli indirizzi sulle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi, al fine di contrastare fenomeni di violenza legati allo svolgimento delle manifestazioni sportive, in particolare di quelle calcistiche, e per contribuire alla diffusione dei valori autentici dello sport e di una competizione leale e rispettosa dell'avversario."⁶²

È sottoscritto da tutte le associazioni degli editori radiotelevisivi (Aeranti-Corallo, Alpi, Cnt, Conna, Frt, Rea, Rna) ed inoltre da Europa Tv, Prima Tv, Rai, Rti, Sky, Telecom Italia Media, Ordine dei giornalisti, Federazione nazionale della stampa italiana, Unione stampa sportiva italiana, Federazione italiana editori dei giornali. Attraverso il Codice, i protagonisti dell'informazione si impegnano a condannare nei confronti dell'opinione pubblica ogni forma di violenza legata agli eventi sportivi.

Il Codice entra in vigore col decreto 21 gennaio 2008, n. 36, debuttando in una situazione assai "calda", a meno di tre mesi da un nuovo grave lutto per il calcio italiano: l'11 novembre 2007 era infatti stato ucciso

⁶¹ Valentini G., "Calcio e violenza, autocritica dei media", *La Repubblica*, 17 febbraio 2007, p. 22.

⁶² AGCOM, *Monitoraggio dell'emittenza televisiva locale. Linee guida*, p. 36, delibera n. 632/07/CONS.

Gabriele Sandri, tifoso della Lazio, con un colpo di pistola sparato da un agente della Polizia. La notizia, diffusasi immediatamente, aveva scatenato le violenze degli ultras in molte città italiane, che a Roma erano dilagate in una guerriglia urbana contro le forze dell'ordine.

Il preambolo del "Codice media e sport" fa pertanto diretto riferimento all'attualità, sottolineando "la frequenza con cui in occasione di eventi sportivi, in particolare calcistici, sono avvenuti gravi reati, dalle conseguenze talvolta tragiche, contro l'integrità fisica e la dignità delle persone, oltreché contro beni di proprietà pubblica e privata"; nello specifico, vengono citati i "fenomeni di violenza e di vandalismo che hanno creato indignazione e allarme nei cittadini, inducendo il Governo e il Parlamento ad adeguare in senso più rigoroso la disciplina in materia di ordine pubblico durante gli eventi sportivi".

La tradizione di autodisciplina giornalistica alla quale è riconducibile il Codice viene ribadita attraverso il richiamo alla Carta di Treviso⁶³ del 1990 e alla Carta dei doveri del giornalista⁶⁴ del 1993, ponendo l'accento sull'importanza del diritto-dovere di cronaca del giornalista e del suo necessario bilanciamento con gli altri diritti garantiti dalla Costituzione. Il riferimento diretto alla Carta di Treviso è indicativo della particolare importanza che viene attribuita al tema dei giovani e dei minori, spesso coinvolti negli episodi di violenza sportiva.

È proprio dal preambolo che si può cogliere il duplice intento del Codice, che sembra muoversi su due piani paralleli ma complementari: da un lato, il divieto di trasmissioni che contengano messaggi di incitamento all'odio, alla violenza o all'intolleranza, nel pieno rispetto dei diritti fondamentali di ogni persona; dall'altro, la volontà di diffusione e promozione dei valori positivi dello sport. Viene dunque espressa la consapevolezza del ruolo cruciale giocato dai mezzi di comunicazione di massa, "da quelli tradizionali ai nuovi media", e della necessità di un'azione sinergica e coordinata.

Oltre al preambolo, il "Codice media e sport" è composto da sei articoli, il primo dei quali contiene i principi generali che sono alla base del Codice stesso. Per quanto riguarda la definizione di informazione sportiva, essa viene intesa come quella "veicolata dai diversi media a una pluralità di destinatari che tratta sotto forma di cronaca, commento, dibattiti televisivi e radiofonici con ospiti in studio o collegati dall'esterno, eventi sportivi in generale e calcistici in particolare." Si tratta dunque di un'accezione piuttosto ampia che permette di ricomprendere al suo interno svariati generi e format

⁶³ La Carta di Treviso è un protocollo firmato nel 1990 da Ordine dei giornalisti, Federazione nazionale della stampa italiana e Telefono azzurro, che disciplina i rapporti tra informazione e infanzia. Il documento si basa sul principio della difesa dell'identità, la personalità e i diritti del minore vittima, o colpevole di reati, o comunque coinvolto in situazioni che potrebbero compromettere la sua psiche.

⁶⁴ La Carta dei doveri del giornalista, approvata nel 1993 dall'Ordine dei giornalisti e dalla Federazione Nazionale della Stampa in seguito all'esplosione di Tangentopoli, rappresenta un corpus di norme deontologiche che regolano l'attività del giornalista.

del piccolo schermo. Nella diffusione dell'informazione sportiva, devono essere osservati i principi "della legalità, della correttezza e del rispetto della dignità altrui, pur nella diversità delle rispettive opinioni": le emittenti e i fornitori di contenuti si impegnano pertanto ad evitare qualsiasi forma di incitazione o di legittimazione di comportamenti contrari a norme di legge.

L'articolo 2 sancisce gli elementi chiave del diritto di informazione sportiva, che prevede innanzitutto una "chiara distinzione tra il racconto dei fatti e le opinioni personali che si hanno di essi", ovvero tra cronaca e commento. Quest'ultimo deve comunque avvenire sempre nel rispetto della dignità altrui, evitando l'utilizzo di espressioni minacciose o ingiuriose nei confronti dei singoli individui. Viene inoltre sottolineato l'obbligo di "una corretta informazione relativamente ai reati commessi in occasione di eventi sportivi, tenuto conto della loro rilevanza sociale". Le parti firmatarie "si impegnano a stigmatizzare le condotte lesive dell'integrità fisica delle persone, della loro dignità e dei beni di proprietà pubblica e privata verificatesi in occasione di eventi sportivi."

Le immagini vengono considerate parte essenziale dell'informazione sportiva: pertanto, nel caso di utilizzo di immagini particolarmente forti e non adatte ai minori, il conduttore o il commentatore devono avvertire preventivamente gli spettatori. Oltre alle immagini violente, si deve evitare ad esempio di attribuire visibilità a striscioni provocatori o eccessivi, che contengano messaggi razzisti o lesivi della dignità personale, per non istigare un meccanismo di ostentazione e ritorsioni.

La conduzione delle trasmissioni radiofoniche e televisive viene disciplinata e responsabilizzata attraverso l'articolo 3. I conduttori dei programmi di informazione sportiva, oltre ad avere un'adeguata conoscenza del Codice, devono infatti rispettare precise regole.

Nel corso di trasmissioni in diretta, in caso di violazione del Codice da chiunque commesse (inclusi ospiti, membri del pubblico, interlocutori telefonici o via Internet, e così via), il conduttore deve dissociare "con immediatezza l'emittente e il fornitore di contenuti dall'accaduto e ricorrere ai mezzi necessari [...] per ricondurre il programma entro i binari della correttezza"; può arrivare a disporre pertanto di una pausa della trasmissione, la sospensione di un collegamento o l'allontanamento del responsabile.

In caso di trasmissioni registrate, invece, le emittenti e i fornitori di contenuti devono procedere al controllo preventivo, escludendo dalla messa in onda episodi che costituiscono violazioni del Codice; si riservano inoltre di valutare l'idoneità di soggetti che si sono resi responsabili di violazioni alle disposizioni del Codice a partecipare ulteriormente a trasmissioni di informazione o di approfondimento sportivo, tenuto conto della gravità e delle eventuali reiterazioni della violazione. Infine, "nel rispetto di quanto previsto dal Codice in materia di trattamento dei dati personali", devono rendere individuabili i soggetti che si collegano telefonicamente alle trasmissioni.

L'articolo 4 riguarda la promozione dei valori dello sport ed è pertanto quello che si riferisce al ruolo più attivo e propositivo dei media, capaci di dare un importante contributo "alla crescita culturale, civile e sociale" dei fruitori, in particolare dei giovani e dei minori. Le parti firmatarie si impegnano pertanto a "diffondere i valori positivi dello sport e lo spirito di lealtà [...], anche mediante campagne formative concordate e attuate con le istituzioni nazionali e locali."

La vigilanza sul rispetto del Codice e delle sanzioni in caso di eventuali violazioni sono regolati infine dagli articoli 5 e 6. Il controllo del rispetto del Codice è affidato all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che, nel caso in cui vengano riscontrate violazioni, applica le sanzioni amministrative previste.⁶⁵

Attraverso l'articolo 3 della delibera n. 14/08/CSP, come modificato dalla delibera n. 43/11/CSP, l'Autorità per le garanzie attribuisce ai Corecom "la vigilanza sul rispetto delle disposizioni del Codice da parte delle emittenti radiofoniche e televisive e dei fornitori di servizi di media, operanti in ambito locale", nonché la segnalazione delle eventuali violazioni.⁶⁶

Riferendosi all'articolo 4 precedentemente citato, relativo alla diffusione dei valori positivi, le emittenti locali in particolare potrebbero ricoprire un importante ruolo di promozione dello "sport per tutti", esercitato a livello amatoriale e dilettantistico, per favorire la pratica sportiva dei cittadini, valorizzando le funzioni dello sport come elemento di socializzazione e di abbattimento delle barriere sociali discriminatorie. I programmi sportivi delle emittenti locali potrebbero contribuire in maniera rilevante anche alla diffusione delle discipline che trovano minore visibilità a livello nazionale, ma che promuovono una cultura sportiva fondata sul rispetto delle regole, degli arbitri e degli avversari.

I media possono trasformare lo sport in uno strumento di comunicazione culturale che veicoli messaggi positivi, ma è necessario innanzitutto un generale mutamento di prospettiva, che porti a considerare il risvolto violento del tifo sportivo non soltanto un problema di ordine pubblico, bensì un fenomeno sociale multiforme, che come tale va analizzato e affrontato.

⁶⁵ Articolo 35, comma 4-bis del Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177, "Testo unico della radiotelevisione" e successive modificazioni.

⁶⁶ Il Corecom è tenuto a procedere alla "segnalazione delle eventuali violazioni trasmettendo alla Direzione competente, entro 15 giorni dalla verifica dei fatti, una dettagliata relazione con l'evidenziazione della disposizione del Codice che si presume violata, l'individuazione del giorno e dell'ora della presunta infrazione, i dati necessari all'identificazione dell'emittente o fornitore di servizi di media responsabile, i supporti probatori acquisiti in merito alla sussistenza della violazione. [...]" (Art. 3, comma 1-b, Delibera 14/08/CSP come modificata dalla Delibera 43/11/CSP).

Fig. 1. Scheda di rilevazione programmi sportivi.





 Regione Emilia-Romagna Assemblea Legislativa		 CORE.COM Comitato Regionale per le Comunicazioni		Il Codice Media e Sport nelle trasmissioni sportive locali		SCHEDA N. _____	
Emittente: _____		Titolo programma: _____		Ricorrenza: _____ [quotidiana / settimanale / straordinaria]		_____	
Data messa in onda: _____		Ora inizio: _____		Fine: _____		_____	
1 Tipologia di programma		4 Presenza pubblico in studio		8 Fascia di messa in onda		13 Incitamento / legittimazione comportamenti contrari a norma di legge	
1 approfondimento	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	1 16.00-19.00	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	2 19.00-22.30	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	_____
2 intrattenimento/talk	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
3 evento sportivo	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
4 altro	1 <input type="checkbox"/> M 2 <input type="checkbox"/> F	_____	_____	_____	_____	_____	_____
2 Argomento		6 Chi parla		9 Rispetto della fascia		14 Incitamento all'odio / intolleranza / razzismo	
1 calcio	FI FS MI MS	1 co-conduttori	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	1 corruzione / scommesse	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	_____	_____
2 basket	_____	2 inviati	_____	2 doping	_____	_____	_____
3 pallanuoto	_____	3 giornalisti	_____	3 diritti TV	_____	_____	_____
4 golf	_____	4 atleti	_____	4 vita privata	_____	_____	_____
5 ciclismo	_____	5 sportivi amatoriali	_____	5 sciopera	_____	_____	_____
6 boxe	_____	6 allenatori / preparatori	_____	6 altro	_____	_____	_____
7 nuoto	_____	7 presidenti	_____	7 non se ne parla	_____	_____	_____
8 baseball	_____	8 dirigenti/manager (d.s.a.d...)	_____	_____	_____	_____	_____
9 rugby	_____	9 tifosi	_____	_____	_____	_____	_____
10 pattinaggio	_____	10 federazioni / lega	_____	_____	_____	_____	_____
11 motori	_____	11 gente comune	_____	_____	_____	_____	_____
12 sci	_____	12 opinionisti	_____	_____	_____	_____	_____
13 atletica	_____	13 ex atleti	_____	_____	_____	_____	_____
14 scherma	_____	14 arbitri / giudici di gara	_____	_____	_____	_____	_____
15 ippica	_____	15 soci	_____	_____	_____	_____	_____
16 tennis	_____	16 assistenti (vallette/...) / agenti/procuratori	_____	_____	_____	_____	_____
17 arti marziali	_____	17 sponsor	_____	_____	_____	_____	_____
18 nautica/s acquatici	_____	18 pubblico in studio	_____	_____	_____	_____	_____
19 pesca sportiva	_____	20 cariche pubbliche	_____	_____	_____	_____	_____
20 poker	_____	21 altro	_____	_____	_____	_____	_____
21 altro	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
3 Categoria		12 Il programma affronta anche il tema		15 Messaggi discriminatori (sesso, etnia, razza, relig.)		18 Se si (domande 12-16), il conduttore	
1 compet. internaz.	_____	22 telespett. (sms, tel, mail, fb)	_____	1 sostegno alla squadra/atleta	1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	1 s'ignoralizza la condotta	_____
2 prima serie / nazioni	_____	_____	_____	2 organizzazione	_____	2 legittima la condotta	_____
3 seconda serie	_____	_____	_____	3 festeggiamenti	_____	3 non commenta	_____
4 serie minori / amat.	_____	_____	_____	4 tessera del tifoso	_____	4 altro	_____
5 giovanili	_____	_____	_____	5 proteste	_____	_____	_____
6 altro	_____	_____	_____	6 violenza	_____	_____	_____
Descrizione sintetica del programma: _____		7 Messa in onda		16 Condotte lesive integrità fisica/dignità/beni		19 Rispetto del Codice Media e Sport	
_____		1 trasmissione in diretta		1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no		1 <input type="checkbox"/> si 2 <input type="checkbox"/> no	
_____		2 puntata registrata / replica		3 sport e razzismo		3 <input type="checkbox"/> si 4 <input type="checkbox"/> no	
_____		_____		4 nessuno di questi argomenti		4 <input type="checkbox"/> si 5 <input type="checkbox"/> no	

Fig. 2. Scheda di rilevazione notiziari

 Regione Emilia-Romagna Assemblea Legislativa		 ANSA		Il Codice Media e Sport nei notiziari locali		SCHEDA N. _____	
Comitato Regionale per le Comunicazioni CORECOM		ANSA		Testata: _____		Edizione: _____	
Data messa in onda: _____		Ora inizio: _____		Fine: _____		N. notizie complessive _____	
1 Tipologia di programma		4 Contesto della notizia		6 Conduttore		12 Incitamento / legittimazione comportamenti contrari a norma di legge	
1 TG 2 TG Sport		1 campionato/competizioni 2 classifiche 3 acquisizioni atleti 4 assetto societario 5 sponsor 6 scandali 7 doping 8 tifo 9 sciopero 10 promozione sport 11 solidarietà/iniziativa benefiche 12 altro		1 M 2 F		1 si 2 no	
2 Notizie sportive		7 Categoria		Se si		Se si	
1 Da 1 a 3 2 Da 4 a 8 3 Da 9 a 13 4 Oltre 13		1 competizioni internaz. 2 prima serie / nazionali 3 seconda serie 4 serie minori / amatoriale 5 giovanili 6 altro		Se si		Se si	
3 Argomento		8 Struttura della notizia		14 Espressioni ingiuriose vs. individui / gruppi		13 Incitamento all'odio / intolleranza / razzismo	
1 calcio 2 basket 3 pallanuoto 4 golf 5 ciclismo 6 boxe 7 nuoto 8 baseball 9 rugby 10 pattinaggio 11 motori 12 sci 13 atletica 14 scherma 15 ippica 16 tennis 17 arti marziali 18 altro		1 conduttore 2 lancio da studio + servizio 3 servizio 4 immagini repertorio 5 immagini attinenti alla not. 6 ospite in studio		1 si 2 no		1 si 2 no	
5 Chi parla		9 Gerarchia della notizia		15 Condotte lesive integrità fisica/dignità/beni		16 Messaggi discriminatori (sesso, etnia, razza, rel.)	
M F		1 giornalisti 2 atleti 3 allenatori / preparatori 4 presidenti 5 dirigenti/manager (dis. ad...) 6 tifosi 7 federazioni / lega 8 gente comune 9 opinionisti/ospiti 10 ex atleti 11 arbitri 12 soci 13 agenti / procuratori 14 sponsor 15 cariche pubbliche 16 altro		Se si		Se si	
TP		10 Corrispondenza testo / imm.		Se si		Se si	
TA		1 si 2 no		17 Se si (domande 12-16), il conduttore		18 Rispetto del Codice Media e Sport	
Descrizione sintetica della notizia:		1 si 2 no		1 stigmatizza la condotta 2 legittima la condotta 3 non commenta 4 altro		1 si 2 no	

Capitolo 3

I programmi sportivi: analisi dei dati

di Nico Bortoletto

3.1. Dati generali

La prima parte della ricerca Corecom che prendiamo in considerazione è quella relativa alle trasmissioni sportive monitorate nell'azione di rilevamento.

Si tratta di 86 programmi sportivi, dei quali 36 di approfondimento, 18 di intrattenimento/talk show, 32 eventi sportivi. Il tempo di trasmissione complessivo è di quasi 70 ore (68h 30').

Lo scopo della ricerca, svolta nell'ambito del lavoro istituzionale di monitoraggio sul rispetto del "Codice media e sport", è quello di individuare eventuali criticità di tipo informativo segnatamente alla esistenza di elementi discriminatori su disabilità, nazionalità e sesso.

Il periodo di rilevazione, dal 17 al 23 settembre 2011, è stato scelto perché posto all'inizio della 'lunga stagione' dei campionati sportivi che, con particolare riguardo al calcio, spesso costituiscono dei veri e propri punti focali intorno ai quali fare ruotare la programmazione televisiva giornaliera.

Tutte le emittenti monitorate sono a marcata vocazione sub regionale (nella maggior parte dei casi con un riferimento esplicitamente provinciale), con ascolti pari a circa 450.000 contatti nel giorno medio.⁶⁷

Le caratteristiche dell'emittenza locale sono state prese in esame da numerosi studi⁶⁸ che hanno messo in evidenza, in primo luogo, la contiguità dei codici comunicativi usati dalle emittenti col territorio di riferimento. Si è inoltre rilevata, segnatamente allo sport, una particolare modalità di racconto caratterizzata da una spiccata 'personalizzazione' del punto di vista⁶⁹, che sfocia in *talk show* fortemente orientati all'intrattenimento puro: la performance sportiva viene così assunta come mero pretesto narrativo per dare la stura a opinioni in libertà, sovente del tutto svincolate dalla realtà del fatto sportivo. La dimensione narrativo - celebrativa è tipicamente esplicitata in un approfondimento di tipo documentaristico o nella fiction pura e semplice.

Il dato, in sé, non significa molto: è una delle nuove modalità di intrattenimento a basso costo proprie del modello televisivo locale, rivolto ad

⁶⁷ Dati Auditel 2011 (www.auditel.it). La cifra esatta si presenta naturalmente diversificata per zona e periodo. Il dato è riferito ad una ponderazione effettuata sulle emittenti considerate dalla rilevazione Auditel.

⁶⁸ Abbiezzi P., (a cura di), *Sport e media*, numero monografico di "Comunicazioni Sociali", 1, 2006. Grasso A., *La TV del sommerso. Viaggio nell'Italia delle TV locali*, Mondadori, Milano, 2006.

⁶⁹ Abbiezzi P., *La televisione dello sport. Teorie, storie, generi*, Effatà ed., Torino, 2007, p. 131.

un ben determinato pubblico e, come accennato, con determinati canoni linguistici e di programmazione. Nella contestualizzazione verbale delle immagini ritroviamo canovacci narrativi ricorrenti, utili alla creazione di quella serialità che fidelizza un determinato tipo di pubblico.

I dati che qui presentiamo sono stati curati e concepiti soprattutto al fine di segnalare eventuali criticità nell'ambito del "Codice media e sport". Non per questo non costituiscono una fonte assai interessante per la valutazione della produzione di senso attraverso l'informazione (intesa in senso ampio) che permette, in taluni casi, la valutazione dei vincoli che la dimensione economica, politica e mediale impone al fenomeno sportivo.

Ciò che emerge dai nostri dati, pur senza volere anticipare conclusioni che trarremo in altra parte del testo, è l'evidenza di una forza propulsiva, spesso non adeguatamente considerata negli studi sui 'fatti' sociali, ma che potrebbe una volta in più contribuire a definire lo sport moderno sia come prodotto della società di massa sia, dal nostro punto di vista, come meccanismo che concorre alla regolazione della società stessa, strettamente integrato nelle strategie evolutive di una cultura.

Alcuni dei risultati emersi possono sembrare tutto sommato non troppo rilevanti, deducibili dalla normale esperienza quotidiana di telespettatori. In parte è certamente così. D'altra parte, però, è proprio l'aderenza di questi dati alla realtà fenomenica dell'idealtipico telespettatore medio che ne fanno elementi che vale la pena scoprire e sistematizzare.

Per ragioni legate alla dinamica di rilevazione saranno di seguito proposte semplici statistiche mono e bi-variate senza ricorrere all'uso di approcci multivariati.

3.2. La programmazione

Per quanto riguarda gli argomenti rilevati, la tabella n. 1 illustra i dati emersi dall'incrocio con la tipologia del programma.

Come già anticipato, il calcio fa la parte del leone: è infatti al centro di 41 trasmissioni; in particolare, viene trattato dal 56,5% dei programmi di approfondimento e dal 45,8% di quelli di intrattenimento, mentre presenta valori in proporzione inferiori per quanto riguarda le partite messe in onda (solo 4, ovvero il 12,1% di tutti gli eventi sportivi trasmessi). Il calcio è dunque sempre più un pretesto comunicativo per riempire i palinsesti delle TV locali con una spesa assai limitata.

La tabella 1 suggerisce anche altre informazioni. Anzitutto le trasmissioni rilevate con argomento motoristico sono quasi tutte riferite ad eventi sportivi veri e propri. Elevata è la messa in onda di eventi anche per il ciclismo, la nautica e l'atletica.

Curiosa anche l'assenza di trasmissioni relative ad eventi sportivi di pallavolo e rugby e alla presenza di una sola messa in onda di un evento cestistico, in una regione che presenta uno tra i più alti tassi di *follower* di tutta Italia.

Tab. 1. Tipologia del programma per argomento.⁷⁰

ARGOMENTO		TIPOLOGIA DEL PROGRAMMA*			TOTALE
		Approf.	Intratt.	Evento	
CALCIO	V.A.	26	11	4	41
	% rif. tipologia prog.	56,5%	45,8%	12,1%	-
	% rif. totale	25,2%	10,7%	3,9%	39,8%
BASKET	V.A.	3	1	1	5
	% rif. tipologia prog.	6,5%	4,2%	3,0%	-
	% rif. totale	2,9%	1,0%	1,0%	4,9%
PALLAVOLO	V.A.	2	2	0	4
	% rif. tipologia prog.	4,3%	8,3%	0	-
	% rif. totale	1,9%	1,9%	0	3,9%
CICLISMO	V.A.	2	0	4	6
	% rif. tipologia prog.	4,3%	0	12,1%	-
	% rif. totale	1,9%	0	3,9%	5,8%
BASEBALL	V.A.	2	0	1	3
	% rif. tipologia prog.	4,3%	0	3,0%	-
	% rif. totale	1,9%	0	1,0%	2,9%
RUGBY	V.A.	2	3	0	5
	% rif. tipologia prog.	4,3%	12,5%	0	-
	% rif. totale	1,9%	2,9%	0	4,9%
MOTORI	V.A.	0	1	12	13
	% rif. tipologia prog.	0	4,2%	36,4%	-
	% rif. totale	0	1,0%	11,7%	12,6%
SCI	V.A.	0	0	1	1
	% rif. tipologia prog.	0	0	3,0%	-
	% rif. totale	0	0	1,0%	1,0%
ATLETICA	V.A.	0	0	5	5
	% rif. tipologia prog.	0	0	15,2%	-
	% rif. totale	0	0	4,9%	4,9%
SCHERMA	V.A.	0	1	0	1
	% rif. tipologia prog.	0	4,2%	0	-
	% rif. totale	0	1,0%	0	1,0%
NAUTICA	V.A.	0	0	2	2
	% rif. tipologia prog.	0	0	6,1%	-
	% rif. totale	0	0	1,9%	1,9%
PESCA	V.A.	2	0	0	2
	% rif. tipologia prog.	4,3%	0	0	-
	% rif. totale	1,9%	0	0	1,9%
POKER	V.A.	5	0	0	5
	% rif. tipologia prog.	10,9%	0	0	-
	% rif. totale	4,9%	0	0	4,9%
ALTRO	V.A.	2	5	3	10
	% rif. tipologia prog.	4,3%	20,8%	9,1%	-
	% rif. totale	1,9%	4,9%	2,9%	9,7%
TOTALE	V.A.	46	24	33	103
	% rif. totale	44,7%	23,3%	32,0%	100%

* Sono state considerate solo le voci superiori a zero.

⁷⁰ La domanda relativa all'argomento della notizia prevedeva la possibilità di risposta multipla.

Nella tabella n. 2 viene operato un incrocio tra la categoria sportiva oggetto della trasmissione ed il tipo di sport.⁷¹

Ciò che ci viene restituito è che le trasmissioni che si occupano di calcio si occupano soprattutto della Serie A; quelle che si occupano di basket della Serie A2, così come quelle che si occupano di pallavolo. Sport di livello internazionale vengono considerati soprattutto quando si parla di ciclismo e rugby. In tutti i casi le serie cosiddette “minori”, dai giovanissimi agli amatori di tutti gli sport, sono statisticamente sottorappresentate nella produzione televisiva locale.⁷²

Tab. 2. Categoria della competizione per argomento.

ARGOMENTO		LIVELLO DELLA COMPETIZIONE CONSIDERATA*					TOTALE
		Internaz.	I Serie	II Serie	S. min.	Giovanili	
CALCIO	V.A.	8	27	8	19	7	69
	% infra argom.	11,6%	39,1%	11,6%	27,5%	10,1%	-
	% sul totale	5,3%	18,0%	5,3%	12,7%	4,7%	46,0%
BASKET	V.A.	2	2	4	1	1	10
	% infra argom.	20,0%	20,0%	40,0%	10,0%	10,0%	-
	% sul totale	1,3%	1,3%	2,7%	0,7%	0,7%	6,7%
PALLAVOLO	V.A.	4	4	3	2	0	13
	% infra argom.	30,8%	30,8%	23,1%	15,4%	0	-
	% sul totale	2,7%	2,7%	2,0%	1,3%	0	8,7%
CICLISMO	V.A.	3	1	0	4	3	11
	% infra argom.	27,3%	9,1%	0	36,4%	27,3%	-
	% sul totale	2,0%	0,7%	0	2,7%	2,0%	7,3%
BASEBALL	V.A.	2	3	1	1	0	7
	% infra argom.	28,6%	42,9%	14,3%	14,3%	0,0%	-
	% sul totale	1,3%	2,0%	0,7%	0,7%	0,0%	4,7%
RUGBY	V.A.	4	3	1	2	2	12
	% infra argom.	33,3%	25,0%	8,3%	16,7%	16,7%	-
	% sul totale	2,7%	2,0%	0,7%	1,3%	1,3%	8,0%
MOTORI	V.A.	2	6	1	7	2	18
	% infra argom.	11,1%	33,3%	5,6%	38,9%	11,1%	-
	% sul totale	1,3%	4,0%	0,7%	4,7%	1,3%	12,0%
SCI	V.A.	0	1	0	1	0	2
	% infra argom.	0	50,0%	0	50,0%	0	-
	% sul totale	0	0,7%	0	0,7%	0	1,3%
ATLETICA	V.A.	1	0	0	4	3	8
	% infra argom.	12,5%	0	0	50,0%	37,5%	-
	% sul totale	0,7%	0	0	2,7%	2,0%	5,3%
TOTALE	V.A.	26	47	18	41	18	150
	% sul totale	17,3%	31,3%	12,0%	27,3%	12,0%	100%

Percentuali e totali sono basati sulle risposte.

* Per chiarezza tabellare alcune variabili sono state deliberatamente escluse dal calcolo.

⁷¹ La tabella si basa sulle rilevazioni e non sui casi: vi sono ovviamente casi di rilevazione multipla.

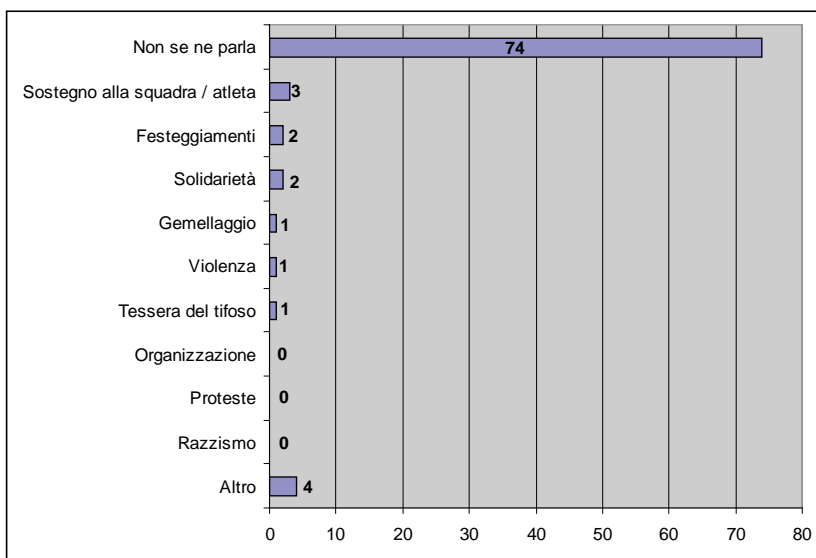
⁷² Si confrontino i marginali di riga col totale.

Una delle ulteriori variabili che qui considereremo (sulle rimanenti, dati i coefficienti percentuali ed assoluti scarsamente significativi, si ricorrerà all'analisi del contenuto del programma considerato) è la variabile legata al *tifo*. La figura 1, impostata su scala logaritmica, mostra anzitutto come l'argomento 'tifo' non sia stato particolarmente usato nelle trasmissioni considerate.

Solo in 14 casi nelle trasmissioni considerate si sono avuti dei commenti sul tifo e, nell'ambito di questi, solo in due casi relativi alla tessera del tifoso o alla violenza.

Si tratta, per lo più, di commenti ad evidente sfondo integrativo, senza praticamente elementi di critica o polemica.

Fig. 1. Si parla di tifo in merito a...



3.3. Chi parla

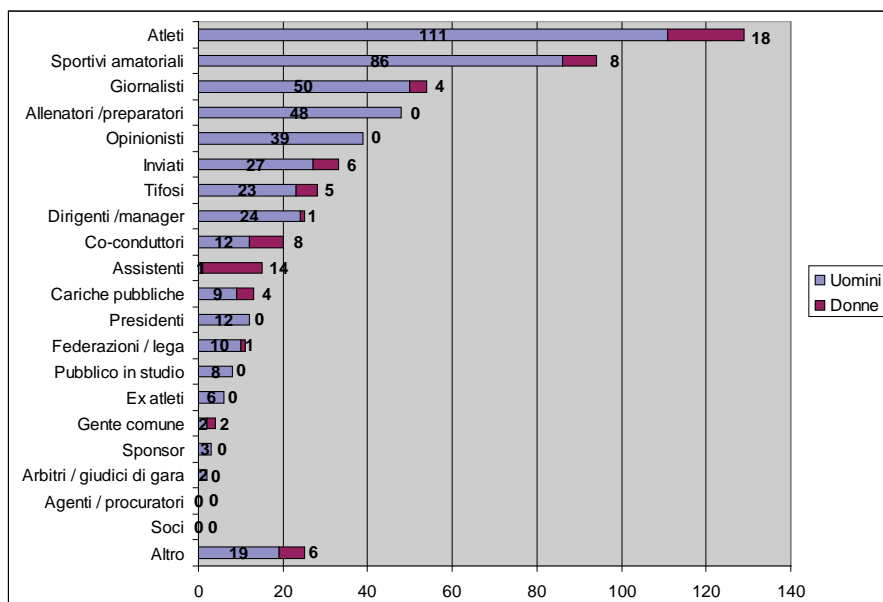
La griglia di rilevazione relativa alle trasmissioni sportive locali, che è possibile vedere in allegato, si compone di un numero considerevole di variabili: 170 considerando le trasformazioni e le ponderazioni; variabili per lo più trattate dicotomicamente. Delle varie rilevazioni operate l'elemento centrale è senz'altro il dato relativo a *chi parla* nel corso della trasmissione. L'item nella scheda di rilevazione presente in allegato corrisponde al numero 6.

Lo stesso si può, in via del tutto generale, suddividere in tre gruppi di appartenenza: in primo luogo, giornalisti, inviati e opinionisti vari; in secondo

luogo, atleti, dirigenti e personale delle federazioni; infine, pubblico, cariche pubbliche e persone comuni.

Il grafico n. 2 è riassuntivo rispetto al dato analitico contenuto nella rilevazione. Chi parla di più in assoluto all'interno delle trasmissioni sono gli atleti, sia professionisti che non. Altre categorie hanno un impatto molto più ridotto.

Fig. 2. Chi parla all'interno delle trasmissioni sportive (v.a.).⁷³



Una prima considerazione riguarda categorie decisamente sottorappresentate: vi è una scarsa propensione, ad esempio, a dare la parola sia al pubblico in studio che alle persone intervistate a caso (gente comune).

Vi è inoltre una importante e statisticamente significativa sottorappresentazione di genere, dovuta sia al tipo di sport al centro della trasmissione (il calcio nel 40% dei casi), sia alla costruzione delle trasmissioni sportive locali che generano uno scarso *appeal* per il pubblico femminile (non a caso, ad esempio, mai presente negli interventi da studio o da casa). Raramente ci si occupa di sport femminile, a tutti gli effetti considerato in queste trasmissioni (ma non solo) sport di nicchia.

⁷³ I valori indicati nel grafico si riferiscono al numero di persone che intervengono nel corso dei programmi sportivi presi in esame.

Accennando alle differenti sistematizzazioni possibili relativamente a 'chi parla', sono state individuate delle macro tipologie, esemplificate dalla tabella n. 3.

Tab. 3. Chi parla – suddivisione in macro tipologie (v.a.).

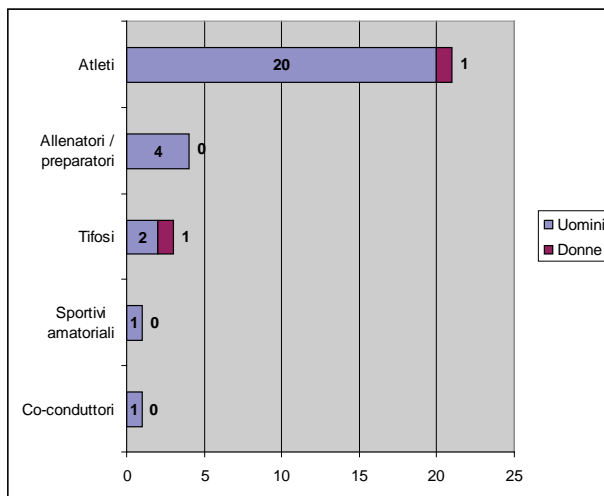
Chi parla	Uomini	Donne
Persone direttamente coinvolte nello sport rappresentato (atleti, dirigenti, federazioni, ...).	293	28
Persone che professionalmente commentano o illustrano lo sport rappresentato (giornalisti, inviati, commentatori, ...).	135	32 (di cui 14, il 43,7%, nel ruolo di assistenti di studio/valette)
Pubblico, tifosi, autorità, sponsor, altro.	64	17
Totale	492	77

Come si può notare abbastanza agevolmente, lo sport viene portato in trasmissione soprattutto attraverso l'uso di sportivi o persone direttamente coinvolte nell'organizzazione sportiva. Questo avviene, per lo più, nel caso del calcio e degli sport motoristici. In altri casi, tutti con coefficienti di presenza in video limitati (il più elevato è il ciclismo con 6 casi pari al 5,8%), l'illustrazione dell'evento è per lo più delegata al giornalista o all'esperto di turno.

La rilevazione ha operato anche una distinzione tra *persone italiane* e *persone straniere*. Risultano assai poche le persone straniere che intervengono in trasmissione (2 donne e 28 uomini; 25 sono atleti o allenatori). Anche in questo caso (cfr. fig. 3), dunque, si tratta di persone appartenenti per lo più al mondo dello sport praticato, con un numero assai limitato di presenze femminili.

La maggioranza assoluta (14 persone) degli intervistati stranieri è stata interpellata nel corso di programmi che ruotano intorno al calcio. Stranieri appartenenti ad altri sport sono presenti soprattutto nei programmi relativi ai motori (8 persone), al basket (5 persone) e alla pallavolo (4 persone). Qualche rappresentante anche durante le trasmissioni legate al baseball (2), al rugby (2), all'atletica (1) ed altri ancora nei programmi con argomento 'altro'.

Fig. 3. Chi parla per nazionalità (stranieri) – valori assoluti.



Attraverso una serie di incroci, sono state prese in considerazione alcune tipologie particolari di persone intervenute in trasmissione.

Abbiamo ritenuto interessante proporre la distinzione per fascia oraria e tipologia di programma sulla presenza di *personale delle federazioni*.

Questo serve per valutare, pur in maniera grossolana, il grado di autoreferenzialità della trasmissione: ovviamente meno personale delle federazioni presente equivale ad un maggior grado di libertà nelle affermazioni, tecniche e non, effettuate in trasmissione senza confronto.

Il personale delle federazioni, è possibile vedere dalla figura n. 4, è distribuito in modo proporzionale alla distribuzione generale, con una leggera prevalenza nelle trasmissioni di approfondimento.

Per quanto concerne la fascia oraria (fig. 5), tale personale è del tutto assente durante le trasmissioni pomeridiane, ma è distribuito proporzionalmente nelle altre due fasce.

Fig. 4. Personale delle federazioni per tipo di programma.

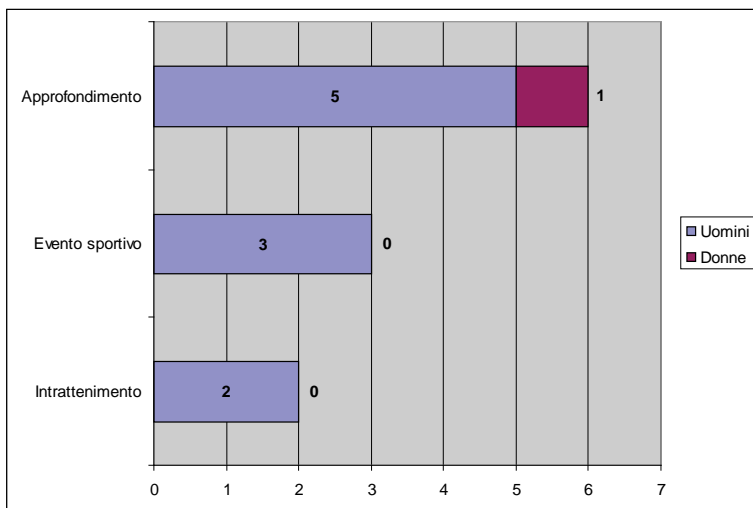
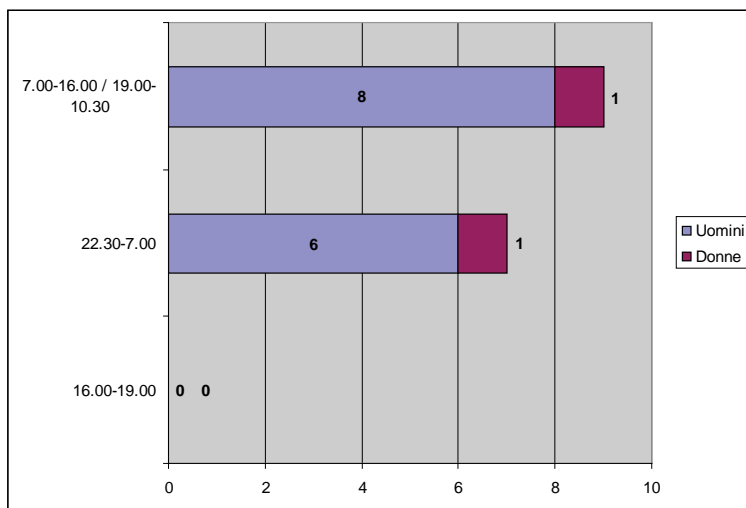


Fig. 5. Personale delle federazioni per fascia oraria.⁷⁴



⁷⁴ Domanda a risposta multipla.

Un successivo passaggio è l'evidenziazione delle *persone con carica pubblica* (amministratori, forze dell'ordine, ...) presenti in trasmissione. Dalla tabella n. 4 è possibile evidenziare come queste persone siano del tutto assenti dal cosiddetto *prime time*.

Tab. 4. Cariche pubbliche per fascia oraria.

Fascia oraria*	Cariche pubbliche	
	M	F
16.00 – 19.00	3	1
7.00 – 16.00 / 19.00 – 22.30	0	0
22.30 – 7.00	6	3
TOTALE	9	4
* Item a risposta multipla.		

Le prossime tabelle da noi considerate sono relative alla presenza di *atleti e persone facenti capo al sistema sportivo* nell'ambito delle differenti trasmissioni con una diversificazione per tipologia di programma (tab. 5), fascia oraria (tab. 6) e genere del conduttore (tab. 7).

Tab. 5. Atleti e persone del sistema sportivo nelle trasmissioni – per tipologia di programma.

Tipologia progr.	Atleti		Amatori		Allenatori		Presidenti/ dirigenti		TOTALE
	M	F	M	F	M	F	M	F	
Approfondimento	53	4	45	3	32	0	16	0	153
Intrattenimento	14	5	0	0	14	0	10	0	43
Evento sportivo	44	9	41	5	2	0	10	1	102
TOTALE	111	18	86	8	48	0	36	1	298
Percentuale	36	5,8	27,9	2,6	15,6	0	11,7	0,3	

In linea con quanto già sostenuto nelle pagine precedenti, i dati che qui presentiamo mostrano una marcata differenziazione di genere nell'ambito della presenza degli sportivi nelle trasmissioni. Le percentuali di presenza registrate sono disarmanti. Le atlete sono presenti a qualche titolo solo nel 9% dei programmi sportivi. Di allenatrici, semplicemente, non ne sono state rilevate; scarsa pure la presenza di dirigenti/presidenti donna (1 solo caso di intervista nel corso di un evento).

Le atlete professioniste compaiono in misura minima nei programmi di approfondimento (4 contro i 53 atleti uomini presenti), un po' maggiore nelle trasmissioni di intrattenimento (5 vs. 14 atleti professionisti invitati),

dove però sono 'antitetiche' dalle assistenti di studio. Sembra quasi esplicitarsi una sorta di regola generale a fronte della quale la presenza di vallette precluderebbe il programma ad ospiti atlete. Infatti, nei dati da noi rilevati, in nessun caso vi è la presenza di assistenti di studio ed atlete.

*Tab. 6. Atleti e persone del sistema sportivo nelle trasmissioni – per fascia oraria.*⁷⁵

	Atleti		Amatori		Allenatori		Pres./dirig.		TOT.
	M	F	M	F	M	F	M	F	
16.00 – 19.00	4	0	8	0	7	0	2	0	21
7-16 / 19 – 22.30	85	13	16	2	41	0	24	0	181
22.30 – 7.00	38	9	63	6	17	0	18	1	152
TOTALE	127	22	87	8	65	0	44	1	354
Percentuale	35,9	6,2	24,6	2,3	18,4	0	12,4	0,3	

Nella tabella n. 6, viene evidenziata una scarsissima presenza di persone del mondo dello sport in video nelle ore pomeridiane, oltre ad un problema oggettivo di sottorappresentazione di genere trasversale alle diverse fasce considerate.

⁷⁵ Domanda a risposta multipla.

Tab. 7. Atleti e persone del sistema sportivo nelle trasmissioni – per genere nella conduzione.

	Atleti		Amatori		Allenatori		Pres./dirig.		TOT.
	M	F	M	F	M	F	M	F	
Conduttore	99	13	48	3	47	0	32	1	243
Conduttrice	10	5	38	5	1	0	6	0	65
TOTALE	109	18	86	8	48	0	38	1	308
Percentuale	35,4	5,8	27,9	2,6	15,6	0	12,3	0,3	

La tabella n. 7 qui proposta parte dall'ipotesi che la scarsa presenza in video del genere femminile possa essere legata al genere di conduzione posto in essere dalle diverse emittenti.

Vengono infatti evidenziati due elementi da considerarsi, in parte già accennati. Anzitutto il problema della disparità di genere che si pone nella conduzione, che verrà ulteriormente analizzato nel paragrafo successivo. La seconda riguarda le atlete, professioniste e dilettanti: la loro presenza in studio sale complessivamente al 21% a fronte del 10% di presenza nelle trasmissioni a conduzione maschile.

Esiste dunque un problema di scelta e programmazione nell'ambito delle trasmissioni sportive che va probabilmente meglio evidenziato.

3.4. La conduzione dei programmi

Interessante, dal nostro punto di vista, è la suddivisione per generi della conduzione del programma. Anche in questo abbiamo un profondo gap tra i due sessi: solo il 15% dei conduttori appartiene al genere femminile, come evidenziato dal grafico numero 6.

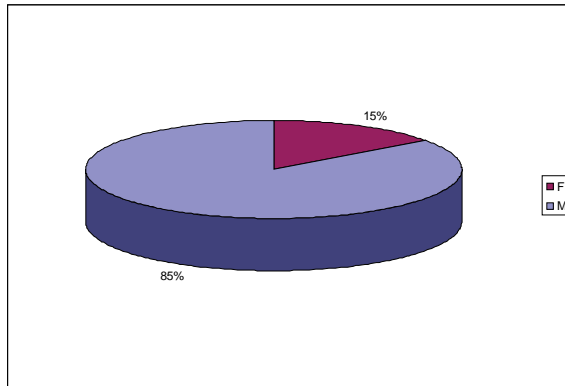
Al di là dell'evidenza dei dati, in parte già accennata, interessante è l'utilizzo degli incroci per variabili. È singolare, ad esempio, il fatto che nel condurre la programmazione relativa al calcio la percentuale delle conduttrici sopra evidenziata, già assai bassa, scenda ulteriormente fino al 9,7%.

Per contro abbiamo il 100% di conduttrici per programmi di *gambling* (poker) e il 30% di conduttrici nei programmi non meglio classificati, ma quasi sempre concernenti sport minori o iniziative para-sportive.

Anche in questo caso non è certo difficile rilevare la stretta aderenza all'idealtipo femminile dominante tra gli spettatori televisivi in generale, e delle TV locali in particolare, con la donna legata a ruoli ad evidente richiamo ludico, comunque declinato.⁷⁶

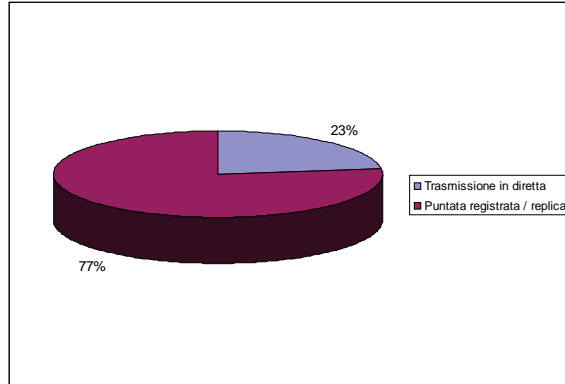
⁷⁶ Giaccardi et al., *Il paese catodico*, Franco Angeli, Milano, 1998.

Fig. 6. Conduzione dei programmi sportivi – per genere.



La figura n. 7 mostra la quantità di trasmissioni registrate e trasmissioni in diretta proposte dalle televisioni monitorate.

Fig. 7. Tipologia di messa in onda.



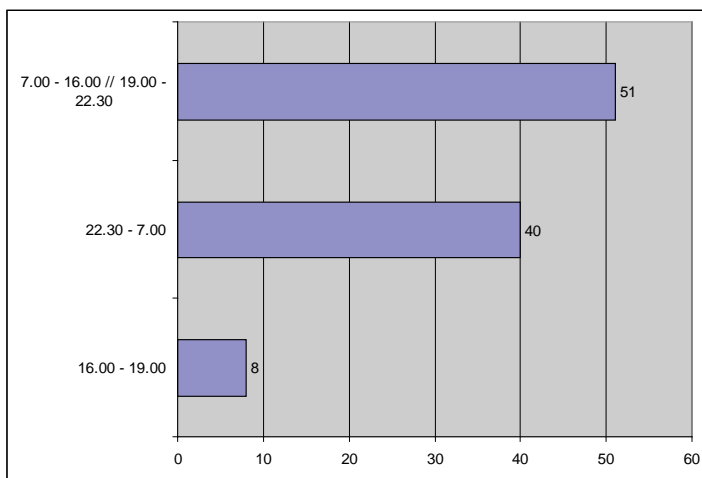
Nell'ambito delle trasmissioni in diretta, solo in 2 casi su 20 (10%) abbiamo la conduzione da parte di una donna, anche qui con un evidente gap rispetto al già non esaltante dato generale di conduzione (15% donne).

La rilevazione successiva è quella, piuttosto tecnica, relativa alla fascia oraria di trasmissione.

Dobbiamo in questo caso rilevare che il numero elevato di programmi trasmessi in fascia notturna è importante (cfr. fig. 8). Curiosamente, la maggior parte delle conduttrici è impiegata proprio in questa fascia (9 volte su 12 casi). Chiaramente vi è anche qui, in una qualche misura, una forma di

discriminazione legata al non impiego delle conduttrici nei programmi in diretta in termini percentualmente equi.

Fig. 8. Fascia di messa in onda dei programmi.



3.5. Il pubblico

In gran parte delle trasmissioni il pubblico è assente. Solo nel 19% dei casi è presente un pubblico in trasmissione e, all'interno di questi programmi, in un solo caso il conduttore è una donna.

Si assiste ad un approccio televisivo legato soprattutto al contenimento dei costi, con l'esclusione dalle trasmissioni di contenuti soggetti a diritti di esclusività, evidentemente non sostenibili dal sistema televisivo locale. La stessa presenza di soggetti esterni (il pubblico) implicando un minimo di possibilità e responsabilità d'ordine strutturale ed organizzativo, viene spesso esclusa. Il pubblico è presente nei programmi di intrattenimento per 5 volte e nei programmi di approfondimento per una sola volta.

Si procederà ora ad illustrare alcune elaborazioni operate incrociando alcune variabili. Focalizzeremo anzitutto l'attenzione sulle differenti modalità di interazione sia con il pubblico televisivo sia con gli spettatori presenti.

La tabella n. 8 mostra i vari livelli di interazione registrati, oggetto di specifica rilevazione. Si sono prese in considerazione sia le classiche modalità telefoniche di comunicazione col pubblico (chiamate, sms), sia le modalità tramite rete (Twitter, Facebook, blog, altro).

Tab. 8. Momenti di interazione con gli spettatori per tipologie di programma e categorie di eventi.⁷⁷

TIPOLOGIA PROGRAMMA	CATEGORIA EVENTO	NUMERO INTERAZIONI
Approfondimento	Competizioni nazionali	4
	Competizioni minori	3
	Competizioni giovanili	3
Intrattenimento	Competizioni nazionali	7
	Competizioni minori	4
	Competizioni giovanili	1
	Competizioni internazionali	3
	Serie B	4
	Altro	1

Su 15 interazioni registrate, la maggior parte si concentra nei programmi di intrattenimento e, all'interno di questi, nell'ambito degli eventi televisivi dedicati ai campionati nazionali.

In ultima analisi si conferma la tendenza a veicolare messaggi sportivi cognitivamente già noti, operando variazioni minime su temi e canovacci già trattati dal sistema televisivo nazionale, ai fini della massimizzazione dell'effetto di ridondanza dei messaggi stessi.

Degni di attenzione sono pure i dati relativi alle interazioni segnatamente ai campionati minori e a quelli giovanili, presenti in misura tutto sommato percentualmente importante nell'ambito delle interazioni registrate. La relatività di questi dati è certo marcata, ma non per questo possiamo omettere di cogliere almeno un tentativo del sistema televisivo locale di collocarsi in relazione col proprio territorio anche attraverso approcci di questo tipo.

La maggior parte delle interazioni con il pubblico, come riportato nella tabella 9, avviene sul calcio. La presenza di altri sport non pare essere significativa in termini assoluti anche se, come nel caso della scherma, pur a fronte di un solo programma rilevato, si è registrata una interazione con il pubblico a casa.

⁷⁷ Risposte multiple.

Tab. 9. Interazione con gli spettatori.

INTERAZIONE SPETTATORI*	CON	GLI	SI'	NO
V.A.			15	71
%			17%	83%
* Item a risposta multipla				

Argomento*	
Calcio	15
Basket	1
Rugby	1
Motori	1
Scherma	1

3.6. Analisi del testo: disabilità, razzismo, lgbt⁷⁸

Una specifica sezione della scheda di rilevamento era stata predisposta al fine di verificare la relazione tra mondo dello sport, disabilità, razzismo e orientamento sessuale.

Alla luce dei risultati emersi dopo l'analisi dei dati, è apparso evidente come questi temi siano poco trattati e approfonditi all'interno delle televisioni locali, le quali li considerano di scarsa notiziabilità e, dunque, poco attraenti dal punto di vista mediatico.

Sembra esservi un interesse minimo rispetto a questi argomenti, cui viene dedicato pochissimo spazio all'interno dei programmi. Sono stati osservati, infatti, solamente due casi di trasmissioni che hanno toccato il tema della disabilità e uno in merito al razzismo. Nessun programma, invece, ha affrontato il tema dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere.

Non ci sono trasmissioni di approfondimento che si occupino di questi aspetti in maniera sistematica, né tantomeno rubriche o spazi dedicati al loro interno. I casi che sono stati riscontrati, infatti, fanno riferimento a episodi particolari (un progetto scolastico, i mondiali di arrampicata, una lite tra un calciatore e un allenatore). A questi specifici avvenimenti è stata applicata un'analisi di tipo qualitativo, che ha posto l'attenzione sui contenuti e sul linguaggio utilizzato per la loro presentazione.

⁷⁸ Acronimo utilizzato per riferirsi a persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender.

3.6.1. Sport e disabilità

La prima emittente ad affrontare la tematica della disabilità all'interno della sua programmazione è Teleducato Piacenza che, nella puntata del 20 settembre 2011 de *I progetti sociali 2011 – I volontari e le associazioni*, presenta il progetto dal titolo “La promozione dell’attività sportiva per ragazzi disabili nella provincia di Piacenza”. Il Centro di servizi per il volontariato di Piacenza SVEP si è posto l’obiettivo di analizzare il rapporto tra disabilità e sport negli istituti scolastici del territorio. La trasmissione è strutturata come un unico servizio della durata di circa sei minuti, durante i quali si alternano le interviste ai protagonisti del progetto.

Il tema ricorrente è quello dell’accessibilità:

“[...] Non sempre si riesce ad accedere a queste strutture in modo facile per chi ha disabilità gravi [...]”.

“[...] Per chi ha carrozzine eccetera l’accesso ad alcune palestre è un po’ complicato[...].”.

“[...] La collaborazione con il centro di volontariato e con lo SVEP in questo caso è nata proprio da un’esigenza di ricerca, di accessibilità agli impianti, di collaborazione da parte delle scuole [...]”.

Il secondo caso, invece, viene mandato in onda dall’emittente Tv Parma la quale, all’interno dell’approfondimento settimanale *Hard Trek*, dedica una pagina ai Mondiali di arrampicata sportiva che si sono svolti ad Arco di Trento dal 15 al 24 luglio 2011. Proprio all’interno di questa importante manifestazione si sono tenute anche le gare di Paraclimbing, disciplina che coinvolge atleti con una disabilità.⁷⁹ Si tratta della prima competizione di questo genere e ha segnato una svolta importante per dare visibilità a questo sport. Anche in questo caso il tema dell’accessibilità assume un ruolo determinante all’interno della notizia:

“[...] Oltre al Climbing Stadium, sarà adeguatamente attrezzata per consentire l’accesso e la pratica dello sport da parte di atleti diversamente abili anche una delle pareti naturali di Arco [...]”.

Nonostante il concetto di “accesso” costituisca il punto focale all’interno di entrambe le notizie, esso si presenta sotto due sfaccettature diverse.

Il progetto realizzato a Piacenza si fonda sul principio che il gioco e il divertimento, elementi su cui si basa lo sport, siano fattori fondamentali del processo di apprendimento, di sviluppo e di adattamento di ogni ragazzo.

⁷⁹ Definizione tratta da Arrigoni C., *Paralimpici. Lo sport per disabili: storie, discipline, personaggi*, Editore Ulrico Hoepli Milano, Milano, 2008, pag. 223.

Obiettivo principale dello sport è la socializzazione: il rispetto delle regole, il fare parte di un gruppo, il continuo misurarsi con i propri limiti sono elementi imprescindibili per migliorare il rapporto con gli altri. Tutto questo è molto importante per una persona con disabilità, perché permette di aumentare il livello di integrazione sociale attraverso la partecipazione e la competitività, rafforzando così il carattere e le capacità della persona stessa.

L'attività sportiva permette a un ragazzo disabile di:

1. esprimere l'aggressività necessaria per affermarsi in un ambiente competitivo e poco favorevole;
2. confrontarsi con degli avversari nel pieno rispetto delle regole;
3. imparare ad affrontare e gestire le sconfitte;
4. sviluppare l'autodisciplina necessaria per allenarsi costantemente;
5. partecipare a esperienze motorie e sensoriali, in grado di motivare l'individuo fornendogli scopi e motivazioni⁸⁰.

Come sottolinea ancora Pierluigi Raimondo "lo sport è un'attività umana fondata su valori sociali, educativi e culturali essenziali, ma è altresì un fattore di inserimento, di partecipazione alla vita sociale, di tolleranza, di accettazione delle differenze e del rispetto delle regole".⁸¹ Sviluppare la pratica sportiva e l'attività fisica all'interno dell'ambiente scolastico significa per i ragazzi disabili avere a disposizione uno strumento in grado di aiutarli a integrarsi nel tessuto connettivo sociale in maniera efficace.

È Andrea Alborghetti, membro del CIP (Comitato Italiano Paralimpico) a ribadire questo concetto all'interno del servizio:

"[...] Per un ragazzo disabile fare attività sportiva è fondamentale per due motivi molto semplici. Primo è quello di fare sport quindi far sì che il proprio corpo si muova e faccia il possibile per rimanere tonico per certi versi, ma soprattutto per integrarsi con gli alti, cosa fondamentale ed è quello che facciamo noi con il CIP e il progetto scuole che portiamo avanti da qualche anno a questa parte [...]"

La scuola diviene il luogo in cui questo processo di inserimento può essere messo in atto, così come stabilito dalla legge n. 517/1977, la quale ribadisce l'enorme importanza dell'educazione fisica come momento di socializzazione a cui il bambino disabile non può non partecipare.⁸²

Il progetto, portato avanti nelle scuole di Piacenza e provincia da alcuni anni, aveva dunque l'obiettivo di verificare il grado di accessibilità alle palestre e alle attrezzature sportive per i ragazzi con disabilità e far loro conoscere e provare diverse discipline, affinché si avvicinassero al mondo dello sport. Inoltre, si è cercato di sensibilizzare i ragazzi normodotati su questo problema, facendo svolgere loro alcune attività sportive in condizioni

⁸⁰ Raimondo P., *Handicap e attività motorie: profili normativi*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna (RN), 2007, pag. 180.

⁸¹ Ibidem, pag. 214.

⁸² Legge 4 agosto 1977, n. 517, Norme sulla valutazione degli alunni e sull'abolizione degli esami di riparazione nonché altre norme di modifica dell'ordinamento scolastico.

disagiate e ricreando una situazione di disabilità temporanea (ad esempio bendandoli o facendoli sedere su una carrozzina).

Il secondo aspetto che riguarda il tema dell'accessibilità fa riferimento alla possibilità di partecipare a una competizione internazionale (i Mondiali di paraclimbing appunto) al pari di atleti cosiddetti normodotati.

L'inserimento di persone disabili all'interno di contesti sportivi, infatti, è relativamente recente e alcune discipline non sono ancora riconosciute e praticate a livello agonistico.

Utilizzando le parole di Raimondo, "l'emozione di partecipare ad una competizione avente carattere internazionale è una grande esperienza ma lo è ancor di più per chi convive quotidianamente con la difficoltà di muoversi, viaggiare, inserirsi, integrarsi. L'idea di confrontarsi con altri atleti aiuta a acquisire la consapevolezza che è un fatto comune avere dei limiti e che la priorità non è essere il migliore ma riuscire a trovare il modo di superare i limiti stessi".⁸³ Il giuramento di Special Olympics, infatti, recita: "Che io possa vincere, ma se non riuscissi, che io possa tentare con tutte le mie forze".⁸⁴

Accanto a questo si pone il desiderio, portato avanti da tutti i movimenti paralimpici e dalle associazioni impegnate in questo ambito, di raggiungere un maggiore grado di uniformità tra competizioni sportive rivolte ad atleti normodotati e quelle rivolte ad atleti disabili. Questi ultimi devono essere considerati alla pari dei loro "colleghi" privi di disabilità, meritando di essere trattati nello stesso modo. La volontà di azzerare qualsiasi forma di disuguaglianza e di discriminazione è alla base dei movimenti nazionali e internazionali che ogni giorno si battono per l'affermazione dei diritti degli atleti disabili. Viene ribadito all'interno del servizio che:

"[...] Questo primo mondiale di paraclimbing è stato anche l'occasione per completare il regolamento della disciplina, un passo importante per permettere al paraclimbing di essere un vero sport ufficiale, esportabile e condivisibile in tutto il mondo [...]".

In conclusione, possiamo affermare che entrambi i programmi affrontano il tema della disabilità legato allo sport in modo molto positivo, sottolineando il valore e l'impegno di chi lotta per promuovere la diffusione della pratica sportiva a tutti i livelli, affinché tutte le persone possano sentirsi accettate socialmente e realizzate.

⁸³ Raimondo P., op. cit., pag. 206.

⁸⁴ Special Olympics è un programma internazionale di allenamento sportivo e competizioni atletiche per quasi 3.700.000 persone, ragazzi e adulti, con disabilità intellettiva. Si tratta di un percorso educativo che propone, ovunque nel mondo e ad ogni livello (locale, nazionale ed internazionale) allenamenti ed eventi solo per persone con disabilità intellettiva, qualunque sia il loro livello di abilità. Le manifestazioni sportive sono aperte a tutti e premiano tutti, sulla base di regolamenti internazionali continuamente testati e aggiornati. <http://www.specialolympics.it>

Ciò che emerge, tuttavia, è quadro in cui le emittenti locali considerano ancora marginale un argomento delicato come questo, del quale si parla solamente grazie all'impegno di pochi singoli e associazioni.

3.6.2. Sport e razzismo

All'interno del monitoraggio è stato rilevato un solo programma sportivo che abbia affrontato il rapporto tra razzismo e mondo dello sport.

B-Side, trasmissione di approfondimento dell'emittente Nuova Rete, si occupa principalmente del campionato di Serie B di calcio, senza però tralasciare la Serie A e le coppe europee (Champions League ed Europa League). All'interno della puntata del 17 settembre 2011 si fa riferimento all'episodio della lite scoppiata tra il calciatore Aniello Cutolo e il tecnico Andrea Mandorlini durante il derby Verona – Padova del giorno precedente. Cutolo, ex calciatore del Verona che ora milita nel Padova, viene continuamente fischiato dai tifosi avversari ogni volta che entra in possesso di palla. Quando segna il gol dell'1 a 1, che determina il momentaneo pareggio per la sua squadra, si abbandona a un'esultanza esagerata, andando sotto la curva veronese e alzando le mani a coppa vicino alle orecchie, come a dire "non vi sento". Non contento, litiga con il tecnico del Verona Mandorlini, rivolgendogli alcune parole (dal labiale si legge "stai muto!") che lo fanno andare su tutte le furie e scatenano un piccolo parapiglia. Una volta sedati gli animi, il giocatore sarà ammonito e il tecnico espulso.

Il fatto viene raccontato dall'allenatore della nazionale della Liberia Roberto Landi, presente in studio in qualità di ospite, il quale ricorda le risorse impiegate e i soldi stanziati dalla FIFA per contrastare fenomeni di razzismo e di violenza.

Il commissario tecnico Roberto Landi, nel suo discorso, fa riferimento a un altro episodio, avvenuto a luglio del 2011, che aveva coinvolto sempre Mandorlini. Quest'ultimo, durante la cerimonia di presentazione del Verona allo stadio, intonò cori razzisti contro la Salernitana, rivolgendosi ai calciatori con l'appellativo di "terrori". Questo a causa di alcune rivalità sorte durante i *play off* di Lega Pro 1° Divisione, in cui le due squadre si erano affrontate in finale. Il Verona aveva vinto la partita, raggiungendo così la Serie B, mentre la Salernitana, sconfitta, era stata costretta a dichiarare fallimento. Ai cori si unirono anche alcuni giocatori e tifosi presenti.

Il tecnico aveva poi cercato di smorzare i toni, definendo l'episodio come goliardico, ma la sua condotta gli era costata il deferimento da parte della Figc "per aver proferito pubblicamente espressioni lesive della reputazione della Salernitana Calcio 1919 S.p.A. nonché per aver posto in essere una condotta discriminatoria recante offesa, denigrazione ed insulto

per origine territoriale o etnica e configurante propaganda ideologica inneggiante a comportamenti discriminatori”.⁸⁵

Landi è sconcertato dall’episodio che, a suo dire, potrebbe avere un impatto molto negativo, vanificando gli sforzi che quotidianamente vengono compiuti per contrastare fenomeni di razzismo e di violenza nella pratica sportiva, soprattutto nel calcio (“[...] *nelle nazionali noi riceviamo un contributo per il discorso del no al razzismo, noi riceviamo un contributo e la FIFA si sta svenando per arrivare a questa cosa [...]*”).

A causa dell’enorme visibilità raggiunta da questo sport in Italia e dalla valenza sociale da esso ricoperta, sarebbe opportuno che i protagonisti coinvolti – giocatori e allenatori in primis – dessero il buon esempio affinché eventi del genere non debbano più verificarsi, prendendosi la responsabilità delle proprie azioni e riflettendo sulle conseguenze che un gesto del genere potrebbe avere sui telespettatori, compresi i bambini. Questo concetto è ribadito con forza da Landi, il quale ripete il termine “allenatore” quattro volte nel suo discorso:

“[...] noi allenatori siamo i primi a dare adito a questo tipo di discorso [...]”.

“[...] Hai parlato di un allenatore che è stato nell’occhio del ciclone quest’estate, ma per un motivo molto semplice, perché l’allenatore non si può mettere a fare le goliardate con i giocatori e poi dopo pensare che tutto finisca lì [...]”.

“[...] non posso vedere che un allenatore professionista scenda a livello di cose di questo genere [...]”.

Quella dell’allenatore è una figura determinante all’interno di una squadra poiché, soprattutto a livello giovanile, deve fornire ai propri giocatori dei modelli di comportamento, basati sulla lealtà sportiva, sul rispetto delle regole e degli avversari. Le sue azioni comportano una serie di conseguenze e di ripercussioni le quali, come in questo caso, possono essere notevolmente amplificate dai media. Per questa ragione Landi predica una maggiore presa di coscienza da parte delle persone coinvolte nel mondo dello sport, al fine di evitare che gli sforzi sin qui compiuti risultino vani.

⁸⁵ <http://www.figc.it/it/204/29244/2011/07/News.shtml>

Capitolo 4

I notiziari: analisi dei dati

di Nico Bortoletto, Alessandra Donattini, Rossella Tirota

4.1. Dati generali

La seconda parte del nostro lavoro concerne i notiziari locali. Il notiziario, a differenza del programma sportivo, rappresenta un momento informativo generalista, anche se declinato attraverso la dimensione sportiva.

Il telegiornale è, a suo modo, un fedele indicatore di vari elementi costitutivi di una determinata cultura: elementi materiali (come viene costruito e presentato) ed elementi immateriali (il tipo di comunicazione, ciò che viene comunicato, ciò che viene sotteso, ciò che si evidenzia e ciò che si tace). Tutto questo gioco di rimandi tra significato e significante⁸⁶ genera alla fine un modello idealtipico attorno al quale potere rappresentare un pensiero riflessivo, condizionato ad un estremo dalla necessità di farsi comprendere e dall'altro dalla necessità di creare comprensione di sé.

Come per i programmi sportivi, anche in questo caso la rilevazione è stata compiuta nell'arco di una settimana, dal 17 al 23 settembre del 2011, su 10 emittenti, prendendo in considerazione i TG (edizioni giorno e sera) e i TG Sport, qualora fossero previsti all'interno del palinsesto. Sono stati monitorati in totale 124 notiziari, suddivisi in 99 edizioni del TG e 25 del TG Sport.

Particolare attenzione è stata prestata, ovviamente, alle notizie sportive. Ne sono state rilevate in tutto 293. La maggior parte, 176, si trovavano all'interno dei TG generalisti, che hanno mandato in onda un totale di 1634 notizie: lo spazio dedicato allo sport ha rappresentato quindi circa l'11% di questi notiziari. Le edizioni dei TG totalmente prive di notizie sportive sono risultate 28. Le 25 edizioni di TG Sport monitorati hanno invece trasmesso complessivamente 117 notizie sportive.

⁸⁶ Eco U., *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Torino, Einaudi, 1984.

Fig. 1. Percentuale di notizie sportive sul totale delle notizie nei TG.

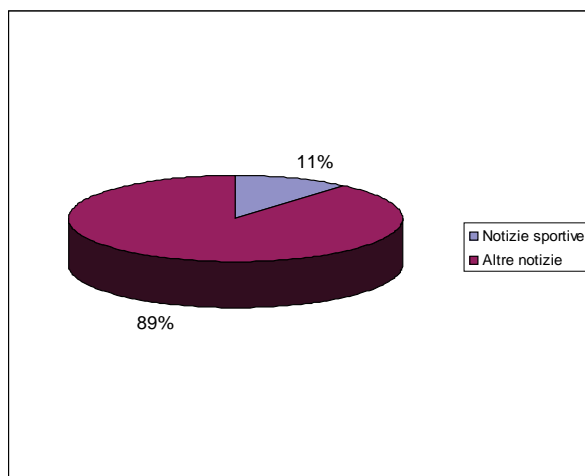
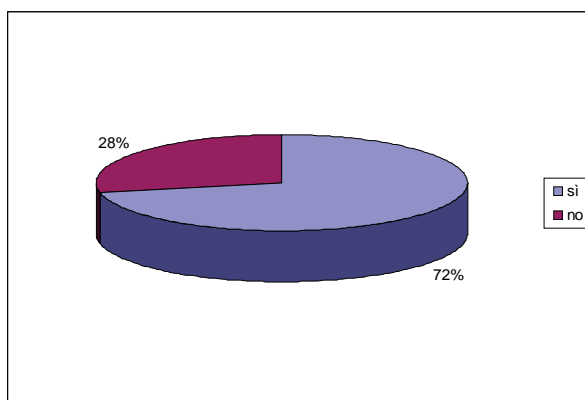


Fig. 2. Presenza di notizie sportive all'interno dei TG.



La tabella n. 1 mostra la distribuzione per tipologia di telegiornale della consistenza numerica delle notizie sportive all'interno del TG stesso. Vi è un'ovvia distribuzione verso l'alto delle notizie sportive date dai TG Sport. Per quanto riguarda i TG generalisti, si può osservare che più di un terzo delle notizie rilevate si trovava all'interno di un notiziario con almeno 4 notizie sportive: questo dato è indicativo di una marcata attenzione verso l'argomento.

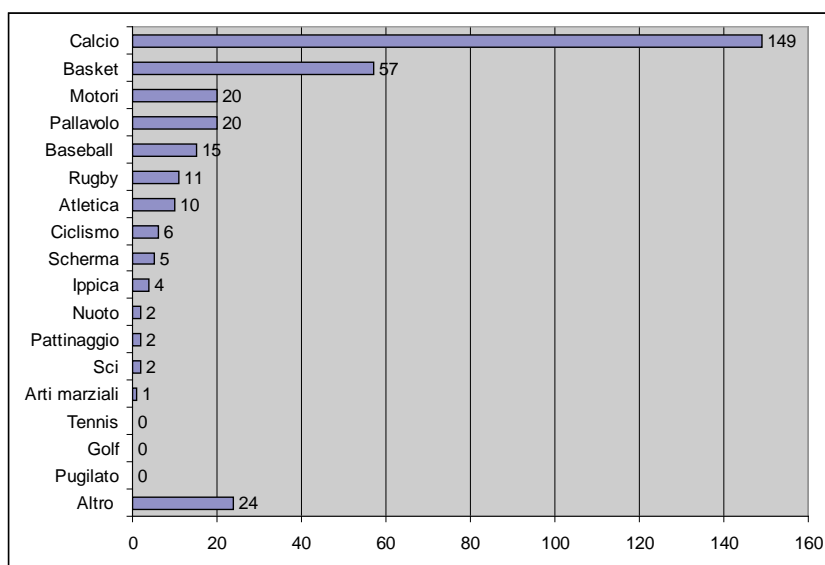
Tab. 1. N. notizie sportive all'interno dei notiziari (TG e TG Sport).

	Da 1 a 3	Da 4 a 8	Da 9 a 13	Totale
TG	63%	32%	5%	100%
TG Sport	20%	59%	21%	100%

4.2. Il contenuto delle notizie

Il calcio, come prevedibile, risulta di gran lunga l'argomento più rappresentato all'interno dei notiziari (149 notizie, ovvero oltre la metà delle notizie sportive rilevate). Con un numero di notizie assai più contenuto, seguono i motori e i principali sport di squadra (basket, rugby, pallavolo, baseball).⁸⁷

Fig. 3. L'argomento delle notizie nei TG e TG Sport (v.a.).⁸⁸



⁸⁷ Nella categoria "altro" (24 notizie; 29 risposte, se si considera che in alcune notizie sono stati citati più sport) sono rientrati: canottaggio (7), sport non specificati (5), pallamano (3), ginnastica e ginnastica artistica (3), ultra trail (3), gioco delle bandiere (2), tiro a segno (2), tiro con l'arco (2), strike zone (1), danza sportiva (1).

⁸⁸ Domanda a risposta multipla. Il totale degli argomenti rilevati è pari a 328.

Tab. 2. L'argomento delle notizie nei TG e TG Sport (v.a. e %).

	V.A.	% sulle risposte	% sulle notizie sportive
Calcio	149	45,4%	50,9%
Basket	57	17,4%	19,5%
Motori	20	6,1%	6,8%
Pallavolo	20	6,1%	6,8%
Baseball	15	4,6%	5,1%
Rugby	11	3,4%	3,8%
Atletica	10	3,0%	3,4%
Ciclismo	6	1,8%	2,0%
Scherma	5	1,5%	1,7%
Ippica	4	1,2%	1,4%
Nuoto	2	0,6%	0,7%
Pattinaggio	2	0,6%	0,7%
Sci	2	0,6%	0,7%
Arti marziali	1	0,3%	0,3%
Altro	24	7,3%	8,2%
Totale	328	100%	-

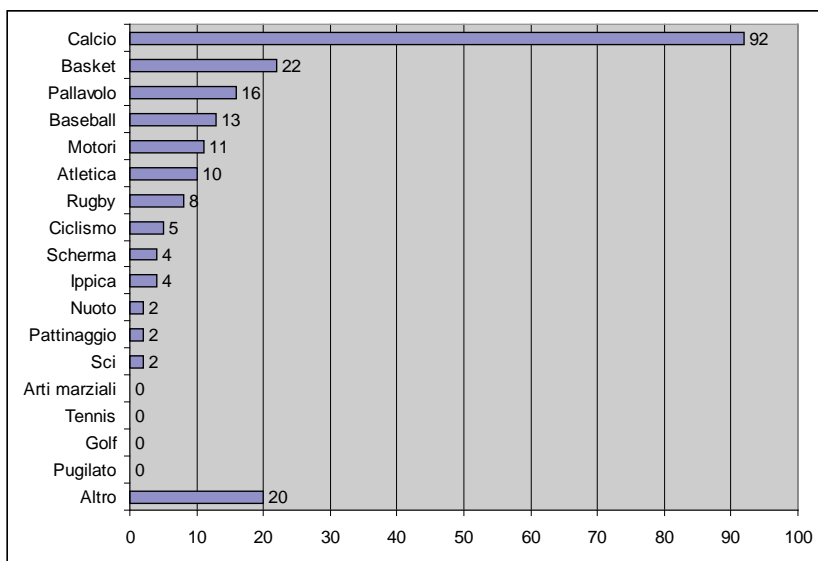
Un dato interessante è legato alla divisione delle notizie per argomento secondo la tipologia del programma. Sebbene il *calcio* sia l'argomento preponderante in tutti i notiziari, i TG presentano, rispetto ai TG sportivi, una maggiore varietà nella rappresentazione degli sport; al contrario, i TG sportivi sono dedicati al *calcio*, al *basket* e, in misura minore, ai *motori* e ai principali sport di squadra, mentre le altre discipline restano in secondo piano o sono del tutto assenti. I grafici 4 e 5 evidenziano che i notiziari sportivi tendono a trascurare quelli che vengono generalmente definiti come "sport minori" e in particolare gli sport individuali.

Si può ipotizzare che i notiziari locali valutino la notiziabilità di un avvenimento sportivo soprattutto in base a criteri di rilevanza all'interno della comunità locale: questo determina la presenza di notizie riferite, ad esempio, a manifestazioni sportive – anche amatoriali – sul territorio, iniziative cittadine, scolastiche e dei centri sportivi, oppure a vittorie ottenute da atleti della città di riferimento, anche in discipline con minor seguito.

I notiziari sportivi, al contrario, pur mantenendo una prospettiva localistica, prendono a riferimento valori notizia improntati alla gerarchia di telegenicità preponderante nel sistema mediatico: il *calcio* conquista così

quasi la metà delle notizie⁸⁹, seguito dal *basket* (altro sport particolarmente adatto alla trasposizione televisiva, che in Emilia-Romagna vanta alcune squadre di eccellenza che competono nelle massime serie⁹⁰).

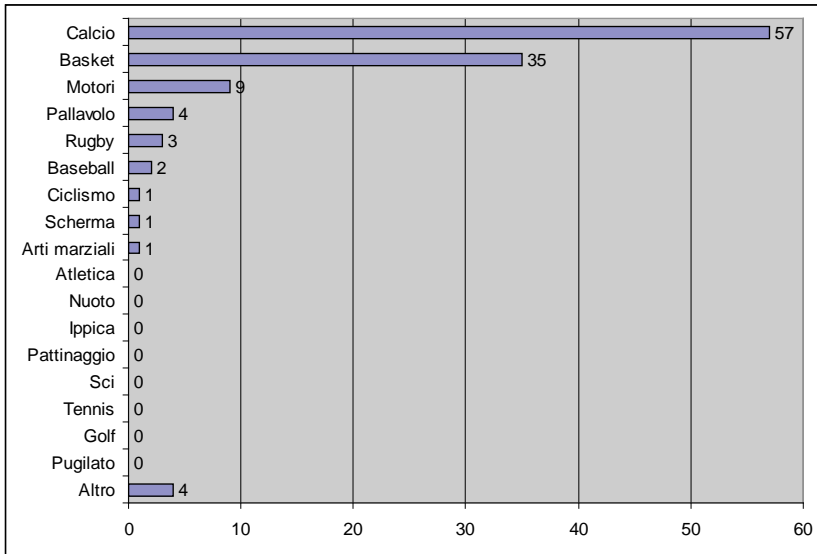
Fig. 4. L'argomento delle notizie nei TG (v.a.).



⁸⁹ Sono diverse le squadre del territorio regionale che nel campionato 2011-2012 gareggiano in Serie A e B, ottenendo ampio spazio nell'informazione locale: Bologna, Parma e Cesena (Serie A), Modena e Sassuolo (Serie B).

⁹⁰ Nel campionato 2011-2012, ad esempio, si possono citare Canadian Solar Bologna (Lega Basket), Trenkwalder Reggio Emilia, Aget Service Imola, Conad Bologna, Morpho Basket Piacenza, Marcopoloshop.it Forlì (Lega 2), Lavezzini Parma, Roberta Faenza (Basket femminile A1).

Fig. 5. L'argomento delle notizie nei TG Sport (v.a.).

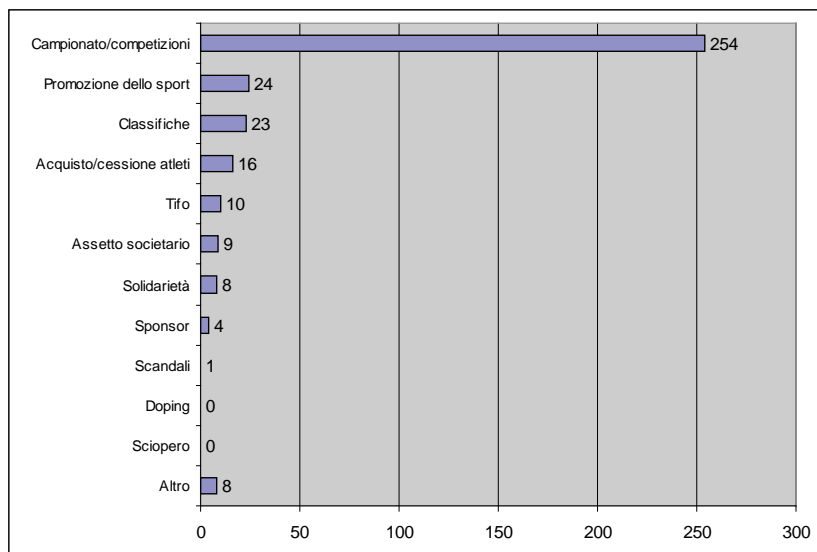


Un altro costituente importante al fine di qualificare l'offerta informativa relativa allo sport regionale è l'identificazione del *contesto* nel quale le notizie vengono comunicate. Nella figura n. 6 risulta evidente che nella maggior parte dei casi si tratta dell'illustrazione dei vari campionati o competizioni. All'interno dei notiziari, tuttavia, si può osservare che in 32 casi (poco meno del 10% complessivo delle risposte) le notizie sono legate ad iniziative di tipo solidaristico oppure alla promozione dello sport.

Non sono state rilevate notizie relative allo sciopero dei calciatori.⁹¹ Anche il problema del doping è rimasto escluso dal contesto informativo: si tratta di una tematica che raramente trova attenzione e spazio di approfondimento in assenza di casi eclatanti. È stata invece riportata una notizia in merito ad uno scandalo del calcio-scommesse.

⁹¹ La voce relativa allo "sciopero dei calciatori" era stata inserita nella scheda di rilevazione poiché la prima giornata del campionato di calcio di Serie A 2011-2012, che si sarebbe dovuta giocare il 28 agosto 2011 (quindi a ridosso del periodo della ricerca), è stata rinviata a causa delle proteste dei giocatori, in merito al rinnovo del contratto collettivo nazionale dei professionisti.

Fig. 6. Contesto delle notizie nei TG e TG Sport (v.a.).⁹²



La tabella n. 3 permette di riscontrare alcune differenze in merito alla tipologia di notizie trasmesse dai TG e dai TG Sport: i primi si dimostrano ancora una volta più attenti agli avvenimenti e alle iniziative di rilievo locale – trovano infatti spazio la promozione dello sport, il tifo e la solidarietà; i secondi pongono l’accento su informazioni e argomenti più tecnici, come le classifiche, l’acquisto o la cessione di atleti, gli sponsor.

⁹² Domanda a risposta multipla. Il numero complessivo di risposte è stato pari a 357.

Tab. 3. Contesto delle notizie nei TG e TG Sport (v.a.).

	TG	TG Sport
Campionato / competizioni	143	111
Promozione dello sport	19	5
Classifiche	3	20
Acquisto / cessioni atleti	2	14
Tifo	10	0
Assetto societario	6	3
Solid. / iniziative benefiche	7	1
Sponsor	0	4
Scandali	1	0
Doping	0	0
Sciopero	0	0
Altro	7	1
Totale	198	159

Usando una semplice tecnica multivariata, è stato possibile verificare alcune peculiarità dell'associazione tra contesto della notizia e differenti sport (tab. 4). Di seguito commenteremo solo alcuni tra gli sport rilevati con uno score superiore alle dieci rilevazioni.

Il calcio, probabilmente, costituisce il caso più interessante, anche perché è quello più robusto in termini di casi. L'incrocio mostra che le notizie vengono spesso legate alle classifiche e al tifo. Per contro, è significativamente esiguo in proporzione il numero delle notizie legate alla promozione dello sport.

Per quanto riguarda il basket, invece, è interessante rilevare una correlazione statisticamente significativa proprio con la promozione dello sport, oltre che con le notizie sugli sponsor; si evidenzia al contempo una totale assenza di notizie legate al tifo e agli scandali.

La promozione dello sport è un elemento presente in modo importante anche nel volley, dove inoltre trovano spazio in misura rilevante notizie legate alla sfera sociale-solidaristica e alla voce "altro"; quest'ultima si riferisce spesso a informazioni para-sportive in merito all'urbanistica o della gestione del territorio. Completamente assenti, anche in questo caso, associazioni con gli scandali e con gli assetti societari; poco nominati sono gli acquisti/cessioni, mentre mancano del tutto le classifiche di gioco.

Anche il baseball si trova ad essere citato spesso in merito alla promozione dello sport, così come l'atletica risulta frequentemente associata alla solidarietà.

Infine, il rugby è stato spesso al centro delle notizie relative agli assetti societari, mentre i motori vengono quasi sempre correlati ai commenti sulle competizioni e, talvolta, anche alla promozione dello sport.

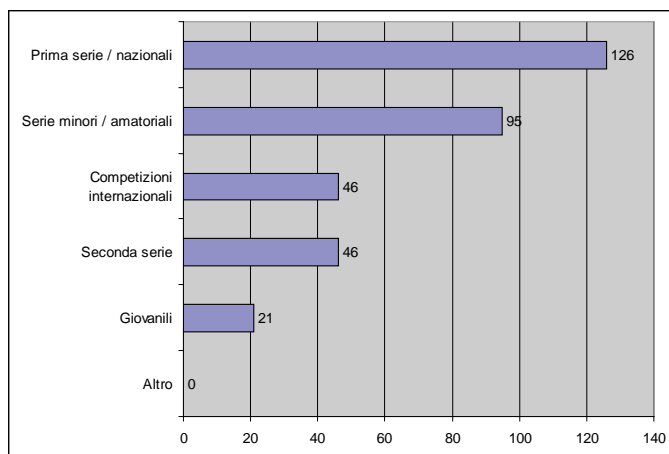
Tab. 4. Contesto della notizia per argomento sportivo (TG e TG Sport, v.a.).⁹³

	Calcio	Basket	Motori	Volley	Atletica	Baseball	Rugby
Campionato/ competizioni	134	46	19	9	9	11	6
Promozione dello sport	7	7	5	5	0	4	0
Classifiche	21	0	2	0	0	0	0
Acquisto / cessioni atleti	3	11	0	1	0	0	0
Tifo	9	0	0	1	0	0	0
Assetto societario	6	2	0	0	0	0	1
Solid./ iniz. benefiche	3	2	0	2	2	0	1
Sponsor	0	3	0	0	0	0	0
Scandali	1	0	0	0	0	0	0
Doping	0	0	0	0	0	0	0
Sciopero	0	0	0	0	0	0	0
Altro	1	1	0	2	8	0	4
Totale	185	72	26	20	19	15	12

Per quanto riguarda le *categorie* di gara rappresentate, i notiziari si occupano in misura preponderante, come indicato dalla fig. 7, delle competizioni e dei campionati che riguardano lo sport professionistico di alto livello (prima serie e nazionali); uno spazio non trascurabile, tuttavia, viene dedicato anche alle serie minori e alle competizioni internazionali.

⁹³ Domanda a risposta multipla.

Fig. 7. La categoria dello sport nelle notizie di TG e di TG Sport (v.a.).



Come evidenziato dalla tab. 5, non si rilevano differenze statisticamente significative nelle categorie rappresentate dai TG rispetto ai TG Sport, con alcune eccezioni: la Seconda Serie arriva ad essere rappresentata nel 20% delle risposte relative alle notizie dei TG Sport (la percentuale si attesta sul 9,5% per i TG), a discapito delle competizioni giovanili (9,5% nei TG, 1,5% nei TG Sport).

È un dato che va ad ulteriore conferma della tesi secondo la quale i notiziari dedicano in generale più spazio ad eventi che riguardano il territorio in generale (iniziative di promozione dello sport, progetti scolastici o delle associazioni sportive, eventi cittadini...). Al contrario, la considerevole presenza della Seconda Serie nei TG Sport è il risultato dell'ampio spazio dedicato a discipline come il calcio e il basket e alle squadre locali più affermate.

Tab. 5. La categoria dello sport nei TG e nei TG Sport.⁹⁴

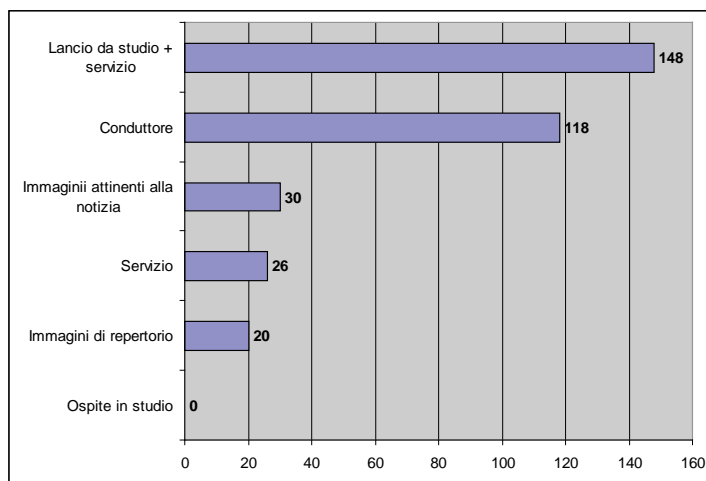
	TG			TG SPORT		
	v.a.	% sulle risposte	% sulle notizie	v.a.	% sulle risposte	% sulle notizie
I serie / Nazionali	75	37,7%	42,6%	51	37,8%	43,6%
Serie min./amat.	57	28,6%	32,4%	38	28,1%	32,5%
Internazionali	29	14,6%	16,5%	17	12,6%	14,5%
II Serie	19	9,5%	10,8%	27	20,0%	17,1%
Giovanili	19	9,5%	10,8%	2	1,5%	1,7%
Totale	199	100%	-	135	100%	-

⁹⁴ Domanda a risposta multipla.

4.3. La struttura delle notizie sportive

Le notizie sportive sono trasmesse, nella maggior parte dei casi, attraverso la *struttura* del lancio da studio seguito da un servizio (148); molto spesso, tuttavia, il conduttore si limita a leggere la notizia in studio (118).

Fig. 8. Struttura delle notizie sportive (TG e TG Sport).⁹⁵



Significativa è la distribuzione relativa alla strutturazione che viene attribuita alla notizia. Anche in questo caso, dividendo per tipologia di sport riportato, è possibile (cfr. tab. 6) notare alcuni elementi utili.

In particolare, dall'analisi dei coefficienti di riga, risulta che nel calcio, nel baseball e nell'atletica è d'uso fornire la notizia accompagnata da immagini attinenti. Nel basket, invece, l'uso di immagini attinenti all'evento commentato è inferiore rispetto ad altri sport.

Un'altra modalità interessante dal punto di vista statistico è l'uso del servizio senza introduzione. Questo avviene soprattutto negli sport motoristici e, in misura minore, nel rugby. Per contro è molto meno usuale nel calcio dove la conduzione, in generale, risulta sempre introdurre un determinato repertorio immagini.

⁹⁵ Domanda a risposta multipla.

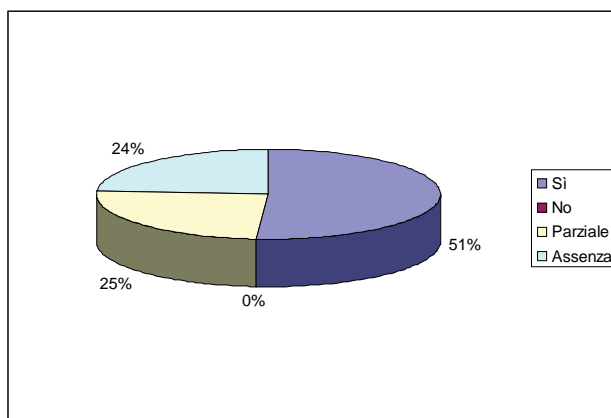
Tab. 6. Strutt. notizia per disciplina sportiva (TG e TG Sport, v.a.).

	Calcio	Basket	Volley	Base.	Rugby	Motori	Atletica
Conduttore	53	23	10	9	2	9	5
Lancio + servizio	88	28	9	6	6	7	4
Servizio	7	6	1	0	3	4	1
Immagini di rep.	10	4	1	1	0	0	1
Immagini attinenti	20	3	1	4	0	0	2

Si è poi ritenuto opportuno sondare la *corrispondenza tra immagini e testo* descritto dal commentatore. La figura n. 9 mostra come, al di là dell'assenza di immagini 'sul' testo, non vi siano stati casi di totale dissonanza tra testo ed immagini.

Vi sono stati, invece, casi di parziale dissonanza, illustrati nella tabella 7. Molto alto, in proporzione, è il numero di commenti non congruenti nell'atletica, nel calcio e nei motori.

Fig. 9. Corrispondenza testo / immagini nei TG e TG Sport.



Tab. 7. PARZIALE corrispondenza testo / immagini per argomento nei TG e TG Sport (v.a.).

	Calcio	Basket	Volley	Base.	Rugby	Motori	Atletica
No	106	45	19	14	8	16	6
Sì	43	12	1	1	3	4	4
Totale	149	57	20	15	11	20	10

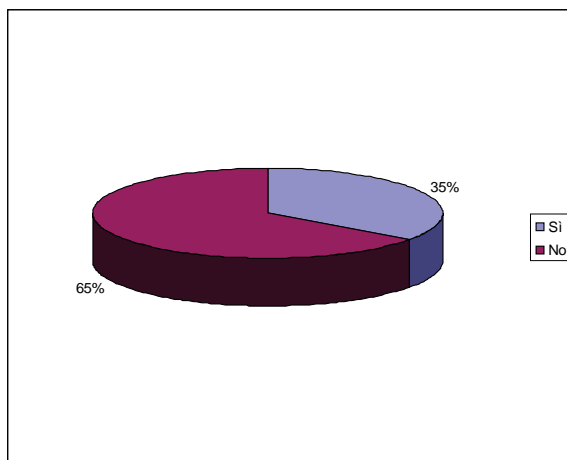
La scheda di rilevazione ha previsto anche una domanda che indagava il *posizionamento* delle notizie sportive all'interno dei notiziari, al fine approfondire le modalità di costruzione del TG e il grado di notiziabilità attribuito alle notizie stesse – quella che è stata definita “gerarchia” delle notizie.

Per quanto riguarda i TG – ovviamente in questo caso è necessario trattare i TG Sport a parte – l'informazione sportiva si colloca soprattutto, come nella struttura tradizionale dei notiziari, in chiusura (47%) o tra le notizie di passaggio (53%).

Un ulteriore indicatore del livello di notiziabilità di un'informazione sportiva può essere ricavato dalla *presenza della notizia del sommario*. I notiziari sportivi sono risultati privi di sommario nella totalità dei casi. Per quanto riguarda i TG, poco più della metà delle notizie sportive, il 53%, è stata trasmessa all'interno di un TG in assenza di titoli di apertura. Quando, invece, la struttura del TG prevedeva un sommario, il numero di notizie che vi sono state riportate è risultato pari a 29 (in percentuale, il 35% delle notizie sportive nei TG con titoli).

Tra queste, quasi la totalità riguardava il calcio (25); pochissime si sono occupate di altri sport di squadra (1 basket; 1 pallavolo e rugby) e di motori (1); l'argomento ippica e atletica è stato riscontrato in merito a una notizia sul Palio di Parma.

Fig. 10. Presenza della not. sportiva all'interno del sommario (TG).⁹⁶



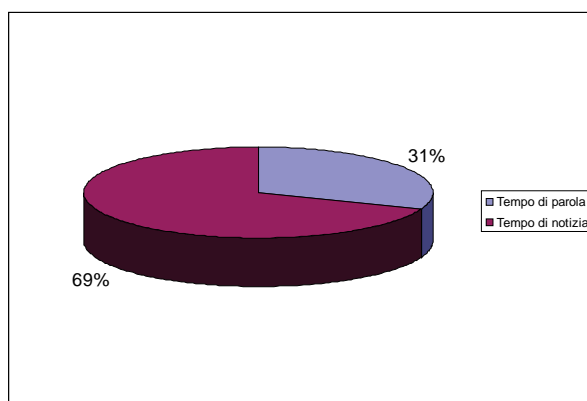
⁹⁶ La percentuale è stata calcolata sul totale delle notizie trasmesse all'interno dei notiziari che prevedevano un sommario.

4.4. Chi parla

Il focus della ricerca, come già sottolineato, consisteva nell'indagare la presenza di eventuali discriminazioni nella rappresentazione dello sport. La domanda n. 5 ha permesso di calcolare il tempo di parola⁹⁷ concesso, all'interno delle notizie trasmesse, a diverse categorie professionali o relative all'ambito sportivo.

Il tempo di antenna relativo alle notizie sportive monitorate corrisponde a 7 ore, 8 minuti e 48 secondi: a partire da questo dato, si può affermare che il tempo di parola delle persone intervistate è in generale abbastanza elevato (2 ore, 12 minuti e 43 secondi). Sono i TG Sport a lasciare maggiore spazio alle interviste (35% sul totale del tempo di antenna, rispetto al 28% dei TG).

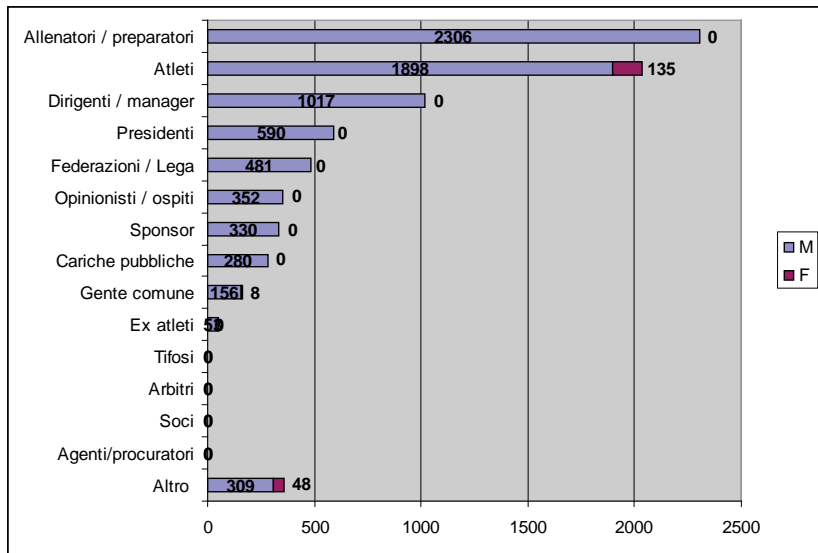
Fig. 11. T. parola e t. notizia sul t. antenna delle notizie sportive.



Anche nel caso dei notiziari, come era stato evidenziato per i programmi sportivi, la maggior parte del tempo viene dedicata a persone direttamente coinvolte nella pratica dello sport, in primis allenatori e atleti, ma anche dirigenti, presidenti e federazioni; decisamente residuali risultano altre voci, come le persone con cariche pubbliche, i tifosi, gli opinionisti (fig. 12).

⁹⁷ Il tempo di notizia è quello dedicato dal giornalista/dal conduttore all'illustrazione di un argomento/evento. Il tempo di parola è quello in cui ciascun soggetto parla direttamente in voce. Il tempo di antenna consiste nella sommatoria del tempo di notizia e del tempo di parola.

Fig. 12. Chi parla nei TG e TG Sport (per genere).⁹⁸



Per ciascuna delle categorie prese in esame, si è operata un'ulteriore distinzione in base al sesso. I risultati hanno evidenziato un profondo gap di genere, che sembra ribadire lo stereotipo dello sport come ambito considerato ad appannaggio maschile. Su un tempo di antenna delle notizie sportive che, come già illustrato, è di più di 7 ore, le donne parlano soltanto per 191 secondi, ovvero 3 minuti e 11 secondi.

Questo tempo di parola femminile è attribuibile per lo più ad atlete: 135 secondi racchiudono gli interventi di una giocatrice di basket, una schermitrice e una sbandieratrice. Il tempo rimanente è così suddiviso: 8 secondi di intervista ad una donna che ha assistito al Palio; 48 secondi all'interno di un servizio, replicato in due edizioni del notiziario, nel quale viene trasmessa un frammento di un talk show televisivo, condotto da un uomo e da una donna.

⁹⁸ I valori indicati nel grafico rappresentano il numero di secondi in cui i soggetti considerati parlano in voce.

4.5. Conduttori e giornalisti

I dati rilevati hanno mostrato, nella *conduzione* dei notiziari, una distinzione di genere che sembra evidenziare, ancora una volta, l'accezione dello sport come ambito "maschile". Mentre le notizie dei TG sono state trasmesse prevalentemente all'interno di edizioni con conduttrici donne, per i TG Sport è vero il contrario, come evidenziato dai grafici 13 e 14.

Un ulteriore elemento che vale la pena sottolineare riguarda i TG totalmente privi di notizie sportive: ben 22 di queste 28 edizioni, infatti, erano condotte da donne, 2 erano costituite da servizi senza conduttore, mentre solo 4 erano condotte da uomini.

Fig. 13. La conduzione nei TG (per genere).

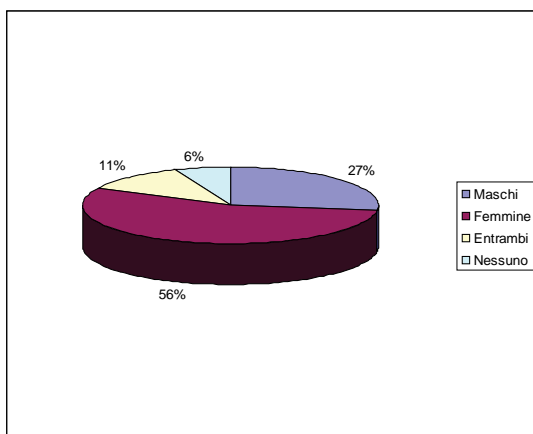
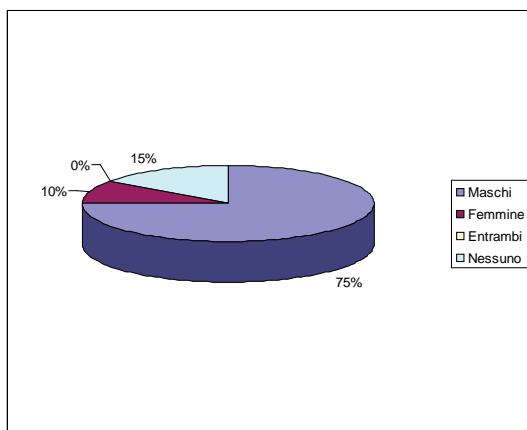


Fig. 14. La conduzione nei TG Sport (per genere).



Gli stereotipi di genere si evidenziano anche attraverso la rilevazione del sesso dei *giornalisti* nelle notizie sportive. Su 159 giornalisti rilevati che hanno realizzato i servizi dei TG e TG Sport, 128 sono uomini, ovvero l'81%, mentre le donne sono solo 31 (pari al 19%). La percentuale di giornaliste si abbassa ulteriormente all'interno dei TG Sport, dove la percentuale si attesta sul 15%, rispetto al 23% dei TG.

Fig. 15. *Giornalisti all'interno delle notizie sportive nei TG e TG Sport (per genere).*⁹⁹

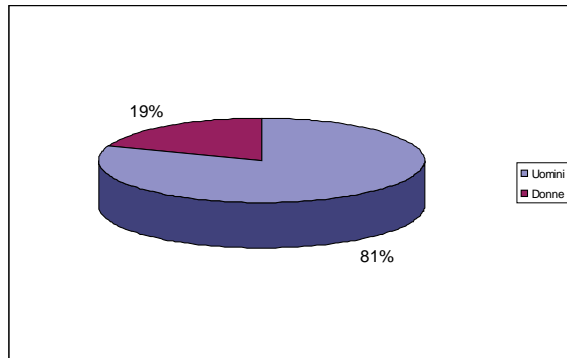
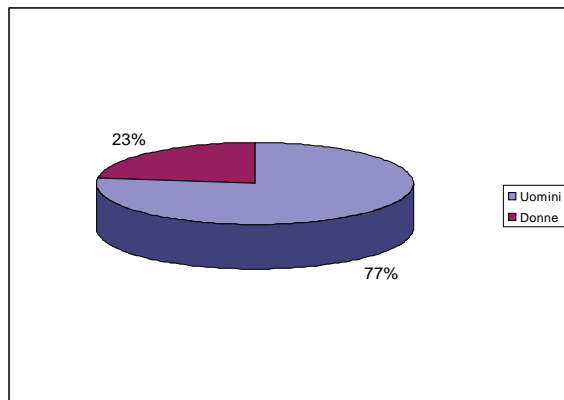
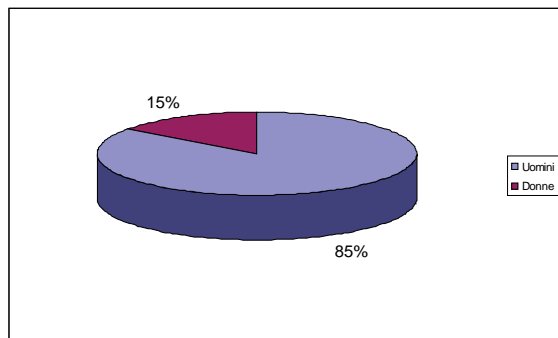


Fig. 16. *Giornalisti all'interno delle notizie sportive nei TG (per genere).*



⁹⁹ Percentuali calcolate sul totale dei giornalisti rilevati all'interno delle notizie sportive.

Fig. 17. Giornalisti all'interno delle notizie sportive nei TG Sport (per genere).



Non si tratta di una questione puramente numerica: alle giornaliste che si occupano di sport vengono affidati servizi che riguardano ambiti molto diversi rispetto ai colleghi uomini. Questo emerge, ad esempio, dall'incrocio tra il genere del/della giornalista che riporta la notizia e la categoria dell'evento sportivo.

I dati riportati dalla tabella 8 evidenziano che le donne vengono incaricate in proporzione meno spesso, rispetto agli uomini, di coprire competizioni di prima serie o nazionali, mentre in quasi un quinto dei casi (7 su 38) si occupano di iniziative sportive dedicate ai giovani o ai bambini – circostanza che ai giornalisti capita in 7 casi, ma su 148.

Tab. 8. Categoria dell'evento sportivo coperto da giornalisti/e nei TG e TG Sport (per genere, v.a.).¹⁰⁰

	M	F
Competizioni internazionali	11	7
Prima serie / nazionali	66	11
Seconda serie	23	4
Serie minori / amatoriali	41	9
Giovanili	7	7
Totale	148	38

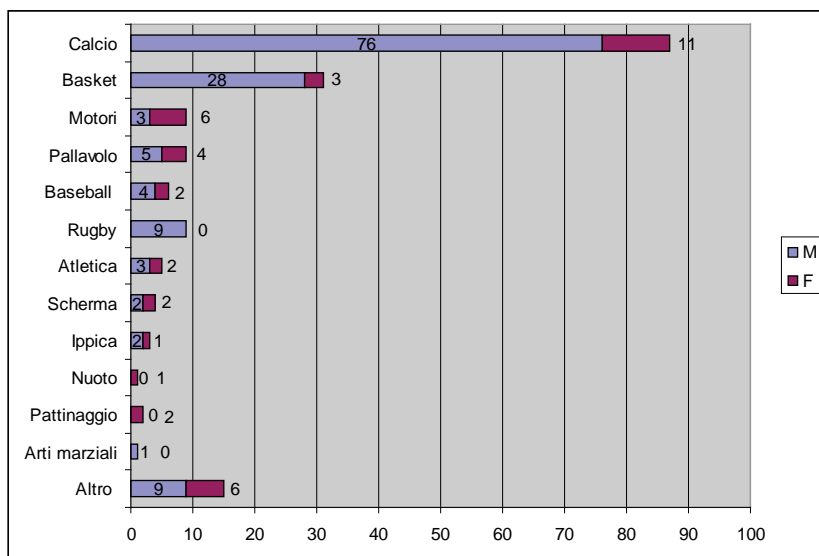
Oltre alla categoria, anche l'argomento della notizia vede alcune differenziazioni nella copertura giornalistica per genere. Sembra emergere

¹⁰⁰ Domanda a risposta multipla.

una distinzione tra discipline considerate prevalentemente o esclusivamente maschili, come il calcio, il basket, il rugby e le arti marziali, e discipline che prevedono la presenza femminile, come la pallavolo, il pattinaggio e il nuoto: i primi vengono coperti in prevalenza da giornalisti uomini, i secondi vengono spesso affidati alle giornaliste (ovviamente in proporzione alla loro presenza generale all'interno dell'informazione sportiva).

L'eccezione è rappresentata dalle gare motoristiche, quasi esclusivamente maschili, che vedono invece una presenza maggioritaria di giornaliste nei servizi dedicati, ricalcando lo stereotipo, ben presente nell'immaginario collettivo, del binomio "donne e motori".

Fig. 18. Argomento delle notizie coperto dai giornalisti nei TG e TG Sport (per genere; v.a.).



Capitolo 5

Il rispetto del “Codice media e sport”

di Marco Guiati

Un altro degli obiettivi principali che si poneva il monitoraggio era di analizzare l'informazione sportiva a livello locale verificando il rispetto del “Codice media e sport”. Per informazione sportiva s'intende, come specificato chiaramente all'interno del Codice stesso, “quella veicolata dai diversi media a una pluralità di destinatari che tratta sotto forma di cronaca, commento, dibattiti televisivi e radiofonici con ospiti in studio o collegati dall'esterno, eventi sportivi in generale e calcistici in particolare”.¹⁰¹

Questo è risultato essere un punto molto importante per verificare la condizione attuale delle televisioni locali in relazione ai principi di correttezza e *fair play* portati avanti dal MARS.

L'indagine è stata strutturata in due parti. Una prima parte si è occupata dei servizi mandati in onda all'interno dei telegiornali delle emittenti locali, prestando particolare attenzione ai notiziari sportivi oppure, qualora questi non fossero presenti, alla pagina dedicata allo sport all'interno dei notiziari tradizionali. La seconda parte, invece, si è occupata dei programmi sportivi, suddivisi in programmi di intrattenimento, di approfondimento, talk show o eventi sportivi veri e propri come partite, gare o competizioni.

Entrambe le schede contenevano, tuttavia, un'identica sezione volta a verificare il rispetto del “Codice media e sport” all'interno delle emittenti dell'Emilia-Romagna. Questa sezione comprendeva le domande dalla numero 12 alla numero 18 per quanto riguarda i telegiornali, mentre quelle dalla 13 alla 19 per i programmi sportivi.

Obiettivo delle schede era quello di accertare la presenza o meno dei seguenti aspetti specificati nel Codice:

1. incitamento o legittimazione di comportamenti contrari a norma di legge;
2. incitamento all'odio, all'intolleranza o al razzismo;
3. espressioni ingiuriose verso individui o gruppi;
4. condotte lesive dell'integrità fisica, della dignità o di beni;
5. presenza di messaggi discriminanti per quanto riguarda sesso, etnia, razza, religione.

In caso positivo, cioè qualora fosse presente uno di questi elementi, l'attenzione dell'analisi veniva spostata sulla reazione del conduttore. Affinché sussista la violazione non è sufficiente la sola presenza di uno di questi aspetti, ma occorre anche che tali condotte vengano legittimate all'interno della trasmissione televisiva. Molte notizie, infatti, possono essere

¹⁰¹ Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva denominato “Codice media e sport”, Articolo 1, Comma 1.

riportate per semplice dovere di cronaca e non comportano necessariamente la presenza di un'infrazione al Codice. Viene, invece, considerata violazione la legittimazione di questi comportamenti da parte di chi conduce il programma o di chi presenta le notizie. Era essenziale, dunque, verificare se quest'ultimo assumesse o meno le distanze dall'episodio, condannando i colpevoli oppure difendendoli, prendendone le parti. Infatti, come previsto al comma 1 dell'articolo 2 del "Codice media e sport", denominato *Diritto di informazione sportiva*, "il commento degli eventi sportivi dovrà essere esercitato sui diversi media in maniera rispettosa della dignità delle persone, dei soggetti e degli enti interessati, con la chiara distinzione tra il racconto dei fatti e le opinioni personali che si hanno di essi".

L'ultima domanda prevista all'interno di questa sezione serviva a determinare finalmente l'effettivo rispetto del "Codice media e sport", cosa che si è verificata in tutti i casi. Infatti, nonostante alcuni sporadici episodi di espressioni ingiuriose e di condotte violente, l'osservanza delle norme in materia è sempre stata rispettata.

5.1. La verifica sui contenuti trasmessi

All'interno della sezione sul rispetto del "Codice media e sport", il primo argomento oggetto di indagine riguardava l'eventuale presenza di comportamenti illeciti, nonché il loro incoraggiamento da parte di giornalisti o conduttori televisivi. Come specifica chiaramente l'articolo 2, comma 2 del Codice, nel diffondere l'informazione sportiva le emittenti devono assicurare "l'osservanza dei principi della legalità, della correttezza e del rispetto della dignità altrui, pur nella diversità delle rispettive opinioni". Il successivo comma 3, invece, prevede l'impegno a "evitare qualsiasi forma di incitazione o di legittimazione di comportamenti contrari a norme di legge".

Per quanto riguarda i telegiornali delle emittenti locali, su un totale di 293 notizie sportive analizzate, non sono stati riscontrati casi di incitamento o legittimazione di condotte contrarie a quanto stabilito dalla giurisprudenza.

Lo stesso discorso vale per gli 86 programmi sportivi visionati, nessuno dei quali presentava episodi di questo tipo.

La seconda domanda era volta a indagare la presenza di comportamenti atti a incoraggiare atteggiamenti di odio, di intolleranza o di razzismo.

Il "Codice media e sport" si è sviluppato e ha trovato terreno fertile "nel condividere i principi enunciati nella Direttiva comunitaria *Televisione senza frontiere*¹⁰² e nella sua revisione perché i servizi dei media audiovisivi

¹⁰² Direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive.

È possibile consultare una sintesi dei contenuti principali e delle successive modificazioni al testo della Direttiva sul sito:

http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_it.htm

non contengano alcun incitamento all'odio; nel condividere il divieto di trasmissioni che contengano messaggi di incitamento all'odio o che inducano ad atteggiamenti di intolleranza secondo quanto previsto dal Testo unico della radiotelevisione; nel condividere gli atti di indirizzo dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni sul rapporto tra informazione e rispetto dei diritti fondamentali della persona".¹⁰³

Anche in questo caso non sono stati rilevati elementi contrari alla vigente normativa, sia per quanto riguarda i telegiornali, sia per quanto riguarda i programmi sportivi.

Successivamente, sulla base del principio stabilito all'interno del Codice secondo cui "il commento degli eventi sportivi dovrà essere esercitato sui diversi media in maniera rispettosa della dignità delle persone, dei soggetti e degli enti interessati, con la chiara distinzione tra il racconto dei fatti e le opinioni personali che si hanno di essi"¹⁰⁴, si è passati a esaminare questo particolare aspetto.

A tal fine, è stata predisposta una particolare domanda in entrambe le schede che aveva lo scopo di rilevare la presenza di eventuali messaggi discriminanti riguardanti il sesso, l'etnia o la razza, l'orientamento religioso.

5.2. Il ruolo del conduttore

Come accennato in precedenza, durante il monitoraggio si sono verificati alcuni episodi in cui, nonostante si sia rilevata la presenza di espressioni ingiuriose o di condotte lesive, non è stato riscontrato nessun tipo di violazione al Codice.

Una specifica domanda della scheda di rilevazione aveva lo scopo di individuare la presenza o meno di parole offensive nei confronti di singole persone o gruppi.

Il "Codice media e sport", infatti, stabilisce che si deve "evitare il ricorso a espressioni minacciose o ingiuriose nei confronti di singoli individui o di gruppi di persone quali, ad esempio, atleti, squadre, tifosi avversari, arbitri, giornalisti, forze dell'ordine, soggetti organizzatori di eventi sportivi, etnie, confessioni religiose".¹⁰⁵

L'analisi dei TG ha dato esito negativo in questo senso, non facendo riscontrare nessun caso su un totale di 293 notizie sportive.

Diverso il discorso per i programmi sportivi. Su 86 trasmissioni analizzate, sono stati riscontrati 2 casi di espressioni ingiuriose rivolte a gruppi o individui, pari al 2% del totale. Analizziamo ora singolarmente i due episodi.

¹⁰³ Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva denominato "Codice media e sport", Preambolo.

¹⁰⁴ Codice media e sport, cit., Articolo 2, Comma 1.

¹⁰⁵ Codice media e sport, cit., Articolo 2, Comma 2.

Il primo avviene all'interno della trasmissione *Banana Sport* dell'emittente Nuova Rete, andata in onda il 18 settembre 2011. Si tratta di un programma di intrattenimento che fa il punto sulla giornata di campionato disputata dalle principali squadre locali di calcio e pallacanestro. Durante un intervento telefonico Vincenzo Lepore, inviato allo stadio Dall'Ara di Bologna per seguire la partita Bologna – Lecce, riferisce di essere stato pesantemente insultato da alcune persone sedute accanto a lui.

“Oggi sono stato al Dall'Ara e mi sono preso anche delle infamate [...]. Voglio ringraziare i tifosi, qualche tifoso del Bologna che mi ha infamato, ero anche con mia figlia quindi magari c'è stata anche qualche brutta parola, c'era anche una bambina di sette anni [...]”.

La replica del presentatore in studio non si fa attendere:

“Io [...] non lo accetto. Le offese nei confronti di chi esprime il suo parere in maniera educata e civile come fai tu, come facciamo noi, se a uno non va bene questa trasmissione cambia canale, ma che deve infamare una persona allo stadio è veramente da poco intelligente”.

Il gesto viene prontamente condannato e l'autore di tale comportamento maleducato viene definito *“poco intelligente”*. Viene difeso il ruolo del giornalista che si trova in uno studio televisivo oppure allo stadio semplicemente per fare il proprio lavoro, esprimendo le sue opinioni in maniera corretta e rispettosa.

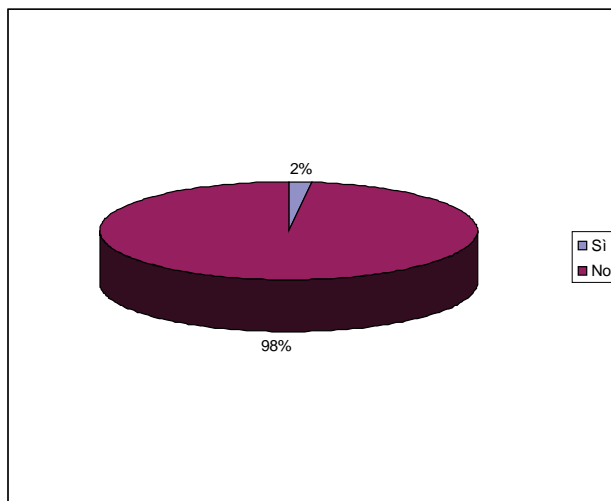
Il secondo episodio si verifica all'interno di *Lato A*, programma di intrattenimento che segue in diretta le partite del campionato di Serie A e di alcuni campionati minori. La trasmissione è andata in onda sempre su Nuova Rete il 18 settembre 2011.

Durante la partita Catania – Cesena, un giocatore della squadra romagnola viene allontanato dal campo dal direttore di gara, al quale vengono rivolti diversi insulti. È il conduttore a narrare l'episodio, mentre segue la diretta da un monitor non visibile ai telespettatori a casa:

“Il Catania sta continuando ad attaccare, il Cesena sta continuando a soffrire [...]. C'è un'espulsione per il Cesena, viene allontanato un giocatore non so se espulso oppure deve uscire perché sanguina, comunque ha allegramente mandato a quel paese l'arbitro usando anche delle espressioni che non si possono ripetere in televisione”.

L'episodio è raccontato con un tono falsamente ironico (*“[...] ha allegramente mandato a quel paese [...]”*) che ha lo scopo di criticare la condotta del giocatore, come ribadito subito dopo (*“[...] espressioni che non si possono ripetere in televisione [...]”*).

Fig. 1. Espressioni ingiuriose verso individui e gruppi.



Obiettivo del Codice inoltre, così come stabilito dall'articolo 2, comma 4, è anche quello di "stigmatizzare le condotte lesive dell'integrità fisica delle persone, della loro dignità e dei beni di proprietà pubblica e privata verificatesi in occasione di eventi sportivi".

All'interno dei Tg dell'Emilia-Romagna, su 293 notizie esaminate, 4 facevano riscontrare la presenza di condotte lesive a cose o persone, pari all'1%. Si tratta di un unico episodio, mandato in onda in quattro differenti edizioni del telegiornale dall'emittente Teleducato Piacenza; fa riferimento al derby tra la squadra locale e la Cremonese, previsto per il 25 settembre 2011 allo stadio Leonardo Garilli di Piacenza. Si tratta di tre servizi in totale, in quanto lo stesso servizio va in onda due volte, la prima nell'edizione giorno mentre la seconda nell'edizione sera.

Tra le due città, molto vicine tra loro e separate solamente dal fiume Po, esiste una rivalità storica, al punto che la partita tra le due squadre di calcio locali viene denominata "il Derby del Po". In passato, infatti, le due tifoserie si sono scontrate più volte, tra loro e con la polizia. Per questo motivo c'è grande tensione tra le forze dell'ordine, le quali hanno intensificato le procedure di sicurezza e la vigilanza in vista di questo evento particolare.

Il primo servizio va in onda il 21 settembre durante l'edizione giorno del Tg. Già dal lancio, fatto dalla conduttrice in studio, si intuisce la tensione che si cela dietro questa partita.

"È conto alla rovescia [...] per il derby del Po che vedrà domenica sfidarsi al Garilli il Piacenza contro la Cremonese. Allerta sicurezza: la questura ha predisposto 150 agenti di rinforzo [...]".

Il servizio vero e proprio, poi, continua nello stesso modo, descrivendo gli scontri passati tra le due tifoserie ed elencando le misure poste in essere dalle forze dell'ordine per prevenire eventuali incidenti in occasione del derby.

“Il derby è sempre una sfida dal sapore particolare, anche in Lega Pro. Poco conta la serie nella quale si gioca una partita carica di aspettative e spesso tensioni. Domenica è l’atteso giorno della sfida tra Piacenza e Cremonese al Garilli, una gara che gli appassionati vale un’intera stagione, senza dimenticare la storica rivalità tra le opposte tifoserie. Proprio per questo motivo dalla Questura di Piacenza è partita la richiesta di rinforzi per 150 unità. Un primo sopralluogo è già avvenuto. L’imponente macchina della sicurezza si è già messa in moto. Quella di domenica sarà una gara all’insegna della tensione. I servizi di controllo e prevenzione prenderanno il via da venerdì. [...] L’ultimo derby casalingo risale al 27 marzo 2006. In quell’occasione il Piacenza si impose per 2 a 1 ma la gara venne sospesa per venti minuti per il lancio di lacrimogeni. All’esterno del Garilli poi, scontri tra le forze dell’ordine e tifosi di entrambi gli schieramenti. [...]”.

Non viene fatto, tuttavia, nessun commento agli spiacevoli episodi occorsi in passato tra le due tifoserie. Né la conduttrice né il giornalista prendono posizione riguardo al contenuto del servizio, che fa un resoconto degli incidenti avvenuti per semplice dovere di cronaca.

Il secondo servizio viene, invece, trasmesso il 23 settembre durante l’edizione giorno, con replica anche in quella della sera. In questo caso il servizio assume una connotazione leggermente diversa. Dopo un lancio piuttosto neutrale, il servizio racconta la storia della rivalità tra Piacenza e Cremonese, fatta di aneddoti divertenti e sfottò, di tradizione e folklore.

“Meglio retrocedere e tornare a giocare il derby che vivacchiare in Serie B. Condivisibile o no è stato questo nelle ultime stagioni il pensiero fisso della tifoseria più accesa. La Lega Pro, insomma, non sarebbe stato l’inferno a braccetto con la Cremonese. Una rivalità atavica tra bianco-rossi e grigio-rossi in una sfida spesso macchiata anche da scontri ed episodi di violenza, ma soprattutto segnata da sfottò e imprese alla soglia della goliardia e del campanile. Nessuno dimentica l’invasione dei cremonesi in bicicletta e in motorino in un’edizione dimessa della sfida, con il Piacenza battuto in casa e ormai destinato alla retrocessione in Serie C. Ma tutti a Piacenza ricordano i colori di un Garilli stracolmo per l’edizione del derby più blasonato in Serie A, con quintali di carote sparse sulla pista dello stadio ad accogliere i tifosi grigio-rossi. [...] Tradizione, colore e fascino di un sano derby di provincia con aneddoti e storie che si intrecciano [...]”.

Si accenna solamente ai brutti episodi di violenza cui si faceva riferimento nel precedente servizio, che vengono condannati con parole dure (“[...] una sfida spesso macchiata anche da scontri ed episodi di violenza [...]”). L’attenzione viene spostata sulla partita, sottolineando il

coinvolgimento emotivo dei tifosi, in grado di regalare negli anni imprese ricordate ancora oggi, basate su sani valori e principi sportivi di agonismo e di lealtà e che nulla hanno a che vedere con la violenza.

Il terzo servizio viene mandato in onda durante l'edizione serale del telegiornale il giorno 23 settembre 2011 e presenta un'impostazione differente rispetto ai due precedenti.

"[...] Ed ora parliamo di Piacenza Calcio per occuparci di ordine pubblico. Più avanti nella pagina sportiva parleremo del derby di domenica. C'è grande preoccupazione per quanto riguarda la sicurezza. Sono attesi più di mille supporter che arriveranno da Cremona. Massima allerta da parte delle forze dell'ordine. Sono stati effettuati dei sopralluoghi allo stadio Garilli, l'obiettivo è quello di prevenire eventuali incidenti tra le opposte tifoserie, proprio come accaduto sei anni fa in occasione dell'ultimo derby qui allo stadio Garilli, ma anche a Cremona".

La giornalista concentra il focus del servizio direttamente sui problemi di ordine pubblico, mentre l'aspetto sportivo viene spostato in secondo piano (*"[...] Più avanti nella pagina sportiva parleremo del derby di domenica. [...]"*). La notizia assume un atteggiamento di condanna verso le violenze tra tifosi più con i toni che con le parole. Le tensioni generate dalla partita divengono quasi palpabili, a scapito dell'elemento ludico dell'evento. Grande importanza viene attribuita al lavoro delle forze dell'ordine, che hanno il compito di arginare possibili intemperanze tra i tifosi.

Passando alle trasmissioni sportive, il 5% di quelle analizzate riporta episodi di condotte lesive, vale a dire 4 su un totale di 86 visionate.

L'emittente Nuova Rete inserisce il medesimo caso all'interno di due differenti trasmissioni. Si tratta del bruttissimo fallo commesso da Lucio, giocatore brasiliano dell'Inter, ai danni del portiere della Roma, l'olandese Maarten Stekelenburg, svenuto due volte per un colpo subito alla tempia. La prima trasmissione ad occuparsene è *Lato A*, programma d'intrattenimento andata in onda il 18 settembre 2011. Il conduttore e alcuni opinionisti sottolineano l'intenzionalità del fallo del calciatore interista, il quale è colpevole di aver allungato apposta la gamba per colpire l'avversario. È soprattutto uno degli opinionisti ad esprimere ferma condanna nei confronti del gesto del giocatore brasiliano.

"[...] Allora il Signor Lucio, personalmente ci vorrebbe un regolamento che dicesse: allora adesso Lucio sta fuori tutto il periodo che sta fuori il portiere della Roma e che non mi venga a dire che l'ha fatto involontariamente perché si vede lontano un miglio che mette il piede quando la palla è già andata. [...] Poteva rimetterci non solo la carriera, ma qualcosa di più. [...] Ha messo a repentaglio la vita, perché il suo piede, il calcio è andato alla tempia, è svenuto il giocatore due volte per 11 minuti, 11 minuti. [...] Ci vorrebbe un regolamento: tu fai un fallo grave, chi ha subito il fallo sta fuori due mesi? Tu stai fuori due mesi".

La condotta di Lucio viene fermamente condannata dall'opinionista in studio, il quale ne critica il comportamento molto duramente.

L'episodio è riportato anche nell'edizione del 18 settembre di *Banana Sport*, settimanale di intrattenimento in onda in prima serata, durante il quale interviene la stessa persona, in questo caso in veste di conduttore.

"[...] Poteva rimetterci non solo la carriera sportiva Stekelenburg, ma anche la vita. Lucio non è vero che è stato involontario, ha tirato da metterci la scarpa contro al corpo e ha preso la tempia del giocatore che è svenuto due volte in 10 minuti. [...] Ci vorrebbe un regolamento che dice: tu fai un fallo, involontario o no non mi interessa, tu fai un fallo grave, lasci fuori l'avversario che hai colpito tre mesi, adesso stai fuori anche te tre mesi, ci vuole un regolamento del genere, vedrai che se fai un regolamento del genere la gente smette di fare quelle entrate lì. Perché Lucio è entrato per far male e ci è riuscito. [...]"

Anche in questo caso il comportamento di Lucio viene ampiamente stigmatizzato dal conduttore, che ne prende le distanze.

Il secondo episodio di condotte lesive ai danni di cose o persone è riportato all'interno della trasmissione *Le ultimissime*, rubrica settimanale di approfondimento del Tg Sport, andata in onda il 17 settembre su Tv Parma. Durante la puntata viene trasmesso un servizio di presentazione della partita Parma – Chievo, in programma la domenica successiva. Ripercorrendo la storia delle due squadre, viene raccontata la lite tra Silvio Baldini (allora allenatore del Catania) e Domenico Di Carlo (all'epoca dei fatti tecnico del Parma e attualmente sulla panchina del Chievo), avvenuta il 26 agosto del 2007 durante la partita Catania – Parma.

"[...] Dopo un battibecco, l'allora tecnico etneo Baldini si indirizzò verso Di Carlo e gli sferrò un calcio nel fondoschiena. Una scena degna delle migliori comiche che fece ridere, ma al tempo stesso lasciò increduli tutti i presenti allo stadio e non solo. Un calcio nel sedere sì, ma non una botta di fortuna per Mimmo che dovette salutare Parma a seguito di numerosi insuccessi. [...]"

L'episodio viene raccontato in maniera scherzosa, quasi per sdrammatizzare il comportamento negativo del tecnico del Catania. Una sorta di riso amaro, sottolineato anche dalla battuta che chiude il servizio:

"[...] Domenica il tecnico e la sua ex squadra si ritroveranno, entrambi alla caccia dei tre punti in uno dei primi scontri diretti per la salvezza. Chissà se per vincere i crociati avranno bisogno anche di una botta di... fortuna?"

Il terzo e ultimo caso è riportato all'interno del programma di approfondimento Speciale dilettanti, sempre a cura della redazione del

telegiornale sportivo di Tv Parma e trasmessa il 18 settembre 2011. La trasmissione fa il punto sui campionati dilettantistici di calcio nella provincia di Parma. Durante la partita Bobbiese – San Secondo, valevole per il campionato di Prima Categoria, girone A, si è verificata un'aggressione ai danni di un giocatore della squadra ospite. È il conduttore a descrivere l'accaduto:

"[...] Inizio positivo anche per Mussi, doppietta la sua contro la Bobbiese in un match caratterizzato da questo episodio davvero disdicevole. La dinamica dei fatti è stata più o meno questa: quasi ad incontro finito, mentre comunque la gara era ancora in corso, sono stati espulsi Cardinali – giocatore del San Secondo – e un avversario e una volta uscito dal perimetro del campo il giocatore è stato avvicinato da una casa limitrofa al campo da tre non tesserati a quanto sembra della Bobbiese che l'hanno appunto malmenato, una vera e propria aggressione, il giocatore è stato proprio preso a schiaffi, credo anche a calci, almeno così ci è stato riportato dalla dirigenza del San Secondo e adesso il San Secondo sta valutando il da farsi anche a livello appunto di denunce. Certo che son cose che nel calcio dilettanti sono incredibili".

Un giornalista della *Gazzetta di Parma*, presente in studio in qualità di ospite, rincara la dose:

"Ci sono alcuni campi caldi che diventano la terra franca in cui accadono veramente dei fatti incredibili tutte le settimane, soprattutto in quelle categorie inferiori che non hanno la visibilità della Serie A o di Champions League. Insomma, sono episodi davvero incredibili. Un episodio increscioso, tra l'altro mi pare che anche il presidente Bandini valuterà nelle prossime ore come agire. Di sicuro però questi episodi col calcio non hanno nulla a che vedere. C'era stato 3-4 anni fa l'episodio alla fine di Pro Piacenza – Fornovo di un'aggressione che coinvolse addirittura i giocatori, quindi un'ulteriore aggravante. Questo episodio di Cardinali è davvero incredibile, direi senza commenti".

È chiara la posizione di condanna espressa dai due, come si evince chiaramente da alcune espressioni utilizzate tra cui *"episodio davvero disdicevole"*, *"episodio increscioso"*, *"questi episodi col calcio non hanno nulla a che vedere"*, *"è davvero incredibile, direi senza commenti"*.

Fig. 2. Condotte lesive integrità fisica/dignità/beni nei TG e TG Sport.

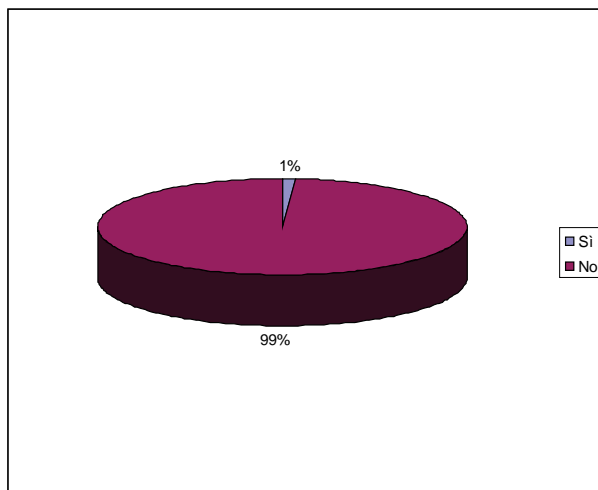
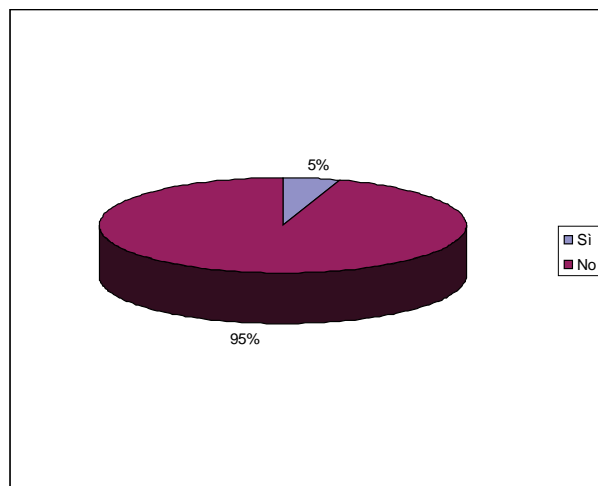


Fig. 3. Condotte lesive integrità fisica/dignità/beni nei progr. sportivi.



Come si evince da quanto detto in precedenza, la figura del conduttore riveste un ruolo di primo piano all'interno di una trasmissione televisiva. Il suo compito è quello di "raccontare" i fatti nel modo più imparziale e trasparente possibile, distinguendo la notizia in sé dalle opinioni personali su di essa. Questo avviene anche in ambito sportivo, in cui deve

essere garantita “una corretta informazione relativamente ai reati commessi in occasione di eventi sportivi, tenuto conto della loro rilevanza sociale”.¹⁰⁶

Di fronte a condotte contrarie alla vigente normativa nell’ambito del diritto dello sport, il conduttore deve impegnarsi a “stigmatizzare le condotte lesive dell’integrità fisica delle persone, della loro dignità e dei beni di proprietà pubblica e privata verificatesi in occasione di eventi sportivi”.¹⁰⁷

In altre parole, qualora si verificasse una violazione del “Codice media e sport”, il conduttore non può legittimare la condotta ritenuta irregolare, simpatizzando per chi ha commesso l’infrazione o giustificandone il comportamento. Come accennato brevemente in precedenza, il conduttore ha il compito di stigmatizzare chiaramente la condotta ritenuta illecita, prendendone le distanze e criticandola in modo fermo e convinto. Al più, in alcuni casi è possibile non commentare l’evento e raccontarlo ai telespettatori in maniera neutrale e distaccata. Questo succede, ad esempio, all’interno dei telegiornali dove, per esercitare il diritto ad informare, le testate giornalistiche possono realizzare servizi che riguardano episodi di violazione al Codice.

Per questo motivo all’interno delle schede era inserita una domanda volta a verificare il comportamento del conduttore del telegiornale o della trasmissione sportiva in determinate circostanze, cioè qualora si verificasse la presenza di elementi ritenuti potenzialmente lesivi dei diritti dei telespettatori.

All’interno dell’analisi dei singoli casi è già stata ampiamente descritta la reazione del conduttore. Riassumiamo di seguito questi comportamenti suddivisi tra Tg e programmi sportivi.

Nel primo caso, ovvero all’interno dei telegiornali, su 4 episodi di condotte lesive la conduttrice stigmatizza la condotta 3 volte (pari al 75%) e non commenta 1 volta (pari al 25%).

Nel secondo caso, invece, il conduttore del programma stigmatizza la condotta 3 volte (pari al 75%), mentre 1 volta (pari al 25%) la reazione del conduttore viene catalogata in “altro”, in quanto la descrizione dell’episodio avviene all’interno di un servizio lanciato nel corso della trasmissione. Questo a fronte di 2 avvenimenti di condotte lesive e 2 di espressioni ingiuriose, per un totale di 4 possibili violazioni al Codice rilevate.

5.3. Considerazioni finali

Nonostante la presenza di alcuni episodi di condotte lesive dell’integrità fisica di beni o persone o di espressioni ingiuriose nei confronti di individui o gruppi, non si sono riscontrate violazioni del “Codice media e sport”, sia per quanto concerne i telegiornali, sia per quanto concerne le

¹⁰⁶ Codice media e sport, cit., Articolo 2, Comma 3.

¹⁰⁷ Codice media e sport, cit., Articolo 2, Comma 4.

trasmissioni a carattere sportivo. La domanda sul rispetto del Codice ha registrato, dunque, la totalità di risposte affermative in entrambe le schede.

Questo è stato reso possibile dal comportamento dei conduttori i quali, stigmatizzando le condotte rilevate o non commentandole, hanno fatto sì che alcuni avvenimenti incresciosi legati al mondo dello sport non venissero spettacolarizzati o interpretati in maniera positiva dai telespettatori. A causa dell'enorme rilevanza dello sport a livello sociale, infatti, è necessario evitare che i media fungano da cassa di risonanza per condotte di questo genere che, se alimentate e amplificate, possono dare origine a comportamenti imitativi.

Una cosa interessante da notare è come tutti i casi rilevati che riguardavano la presenza di condotte lesive o di espressioni ingiuriose siano legati al mondo del calcio. Questo si può spiegare col fatto che il calcio sia lo sport maggiormente seguito dalle emittenti locali della Regione, come approfondito nei paragrafi precedenti, in linea con quanto succede nel nostro Paese. Ciò non significa che episodi del genere non accadano anche in altri sport ma, poiché l'attenzione mediatica viene catalizzata dal calcio, ogni altro avvenimento sportivo passa in secondo piano. Del resto la consuetudine di mettere il calcio sotto i riflettori si evince chiaramente anche dal già citato articolo 1, comma 1 del Codice in cui si parla dell'informazione sportiva, definita come quella che tratta "eventi sportivi in generale e calcistici in particolare".¹⁰⁸

¹⁰⁸ "Codice media e sport", cit., Articolo 1, Comma 1.

Conclusioni

di Rossella Tirota e Nico Bortoletto

“Le etichette vanno bene per archiviare. Le etichette servono per i vestiti. Le etichette non sono fatte per le persone.”¹⁰⁹ Sono le parole di una delle più grandi sportive di tutti i tempi, la tennista Martina Navratilova. In realtà, sappiamo che proprio lo sport, in particolare nella sua versione mediata, è spesso veicolo di contenuti che tendono a riprodurre stereotipi, soprattutto per quanto riguarda il genere e la definizione di ciò che viene considerato “maschile” e “femminile”.

Numerosi studi hanno evidenziato che la rappresentazione dello sport all'interno dei media comporta spesso una caratterizzazione dello stesso come ambito maschile; questo avviene sia attraverso la sotto-rappresentazione delle donne (soprattutto tra gli sportivi, ma anche tra i professionisti dei media che si occupano dell'argomento), sia attraverso la scelta delle immagini e le espressioni linguistiche utilizzate.

La presente ricerca, realizzata dal Corecom Emilia-Romagna, ha preso le mosse da questo assunto. In particolare, l'indagine si è sviluppata nell'ambito del progetto europeo MARS (*Media Against Racism in Sport*)¹¹⁰ e si è focalizzata sulla rappresentazione dello sport in ambito televisivo locale, attraverso un'attività di monitoraggio che ha riguardato dieci emittenti televisive del territorio. Gli obiettivi dell'indagine consistevano nella definizione delle cornici cognitive usate dal media televisivo, al fine di evidenziare forme di stereotipo culturale a sfondo discriminatorio.

I contenuti trasmessi e le modalità di trattazione sono stati analizzati in relazione ad alcune tematiche chiave, come il rispetto della dignità di individui e gruppi, la non-discriminazione, l'espressione della diversità sociale e culturale. Oggetto di monitoraggio, attraverso specifiche schede di rilevazione, sono state sia la copertura informativa che la programmazione sportiva.

Il punto di partenza di questo lavoro ha considerato lo sport come luogo di rappresentazione del sociale. Si è inoltre affermato che lo sport mediato costituisce la base sulla quale vengono formate le costruzioni sociali relative alla realtà sportiva.

La comunicazione sportiva, creando una conoscenza che diviene distribuita e che contribuisce circolarmente a collegare significato e significante, consente alle persone di interpretare una realtà che diviene in tal modo oggettivata. L'astrazione della realtà, che si esprime anche attraverso l'uso pedissequo dell'esperto nella comunicazione sportiva, diviene un passaggio fondante per una costruzione identitaria che aiuti il soggetto ad

¹⁰⁹ Cit. in Amnesty International, *Identità negata. La discriminazione sessuale nel mondo*. EGA Editore, Torino, 2003.

¹¹⁰ Cfr. par. 2.1.

interpretare questo sottomondo che, seguendo Berger e Luckman, potremmo definire istituzionale, in quanto altamente socializzante.¹¹¹

La riflessione sui modelli di comunicazione sportiva proposti si è concentrata, nel primo capitolo di analisi, sugli eventi (gare, iniziative, campionati) e sulle trasmissioni di approfondimento e di intrattenimento: sono state presi in esame la struttura dei programmi, la collocazione all'interno del palinsesto, gli argomenti trattati, le persone che hanno preso la parola – rilevate per genere e per categoria professionale o ruolo all'interno del contesto. Si è inoltre proceduto ad un'analisi del testo in relazione ad alcuni programmi che hanno toccato il tema della disabilità e del razzismo in ambito sportivo.

Un secondo capitolo si è invece occupato delle notizie sportive trasmesse all'interno dei notiziari delle emittenti locali: anche in questo caso, oltre alla struttura delle notizie, sono stati considerati da un lato i contenuti delle stesse, mettendo in evidenza argomenti e contesti, per cogliere gli elementi che, all'interno delle routine produttive delle redazioni, trasformano l'avvenimento sportivo in un evento "notiziabile"; dall'altra, i tempi di parola di ciascun soggetto, ancora una volta con una particolare attenzione al fattore di genere.

Infine, l'ultima sezione di questo lavoro si è soffermata sul rispetto del "Codice di autoregolamentazione Media e Sport", che disciplina l'informazione sportiva in ambito televisivo: un elemento importante non solo ai fini delle attività di vigilanza attribuite al Corecom, ma anche per comprendere i temi e le definizioni proposti dalle emittenti. In particolare, è stata accertata la correttezza in merito ad alcuni aspetti strettamente connessi ai contenuti del MARS, tra i quali l'incitamento all'odio o al razzismo, le espressioni ingiuriose verso individui o gruppi, i messaggi discriminanti.

Sulla scorta dei dati rilevati all'interno di questo percorso, è possibile concludere con una proposta di identificazione di almeno quattro idealtipi comunicativi di sport:

1. Sport spettacolo;
2. Sport business;
3. Sport istituzionale;
4. Sport sociale.

Lo *sport spettacolo*, del quale abbiamo avuto chiari indizi nel corso della rilevazione, si rifà anzitutto ad un modello comunicativo caratterizzato dalla pedissequa proposizione di elementi conoscitivi che hanno lo scopo di operare una socializzazione secondaria, mirata ad un determinato campo del consumo umano, il consumo simbolico.

¹¹¹ Berger P., Luckmann T., *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, Il Mulino, 1997.

Lo *sport business* traduce immediatamente la socializzazione secondaria operata dallo – e nello – sport spettacolo in una commodificazione del sistema simbolico ottenuta attraverso la vendita, diretta od indiretta, degli eventi e dei simboli prima interiorizzati.

Lo *sport istituzionale*, abbiamo visto, è un modello di comunicazione sportiva che usa lo sport per veicolare alcuni elementi funzionalisticamente legati al mantenimento del sistema società in essere. La presenza delle cariche pubbliche, l'uso di determinati sport piuttosto che di altri, la comunicazione caratterizzata anche dal genere del conduttore, contribuiscono a veicolare una rappresentazione dello spazio istituzionale aderente alla auto-rappresentazione delle istituzioni stesse.

Infine, lo *sport come veicolo del sociale*: lo sport usato per spiegare alcune istanze di tipo solidaristico attraverso la trasmissione di valori ritenuti come generalmente positivi ed accettabili per la gran parte della utenza televisiva. L'aspetto più caratteristico di questa modalità comunicativa è il partire da una notizia legata a sport non di particolare richiamo televisivo per introdurre istanze solidaristiche, spesso connesse a rappresentazioni istituzionali determinate.

Il valore di questa indagine, in sintesi, sta nell'aver confermato l'uso ideologico e commodificativo che la comunicazione sportiva opera degli eventi sportivi.¹¹²

La ricerca ha inoltre evidenziato una significativa sotto-rappresentazione delle donne tra le persone intervenute, all'interno tanto dei programmi o degli eventi sportivi quanto dei notiziari. La rilevazione del numero di persone intervistate o del tempo di parola attribuibili basterebbe, da sola, a confermare l'assunto di una mancanza di equità nella rappresentazione televisiva dello sport, che tende a ricalcare e riprodurre un'immagine stereotipata di genere e della pratica sportiva stessa.

Questo dato, tuttavia, è ancora più eloquente se affiancato al ruolo che assumono le donne all'interno della narrazione sportiva: dai programmi di intrattenimento, ai quali partecipano per lo più in qualità di assistenti o vallette, fino ai telegiornali dove, praticamente assenti come soggetti delle notizie, anche tra gli operatori dell'informazione sembrano essere relegate a contesti rigidamente non-sportivi.

Le conclusioni che è possibile trarre non sono particolarmente confortanti. Da quanto abbiamo esposto è inoppugnabile l'esistenza di un consistente *gap* di genere, fortemente indicativo di un modo di produrre cultura ancora presente, nonostante i profondi cambiamenti che hanno caratterizzato l'avvento della post-modernità.¹¹³ L'importante *bias* di genere rilevato va nel senso di una conferma, stereotipizzante, dello sport come luogo di eminente rappresentazione del sociale, come spia di un possibile approccio al cambiamento da operarsi nei modelli culturali continuamente veicolati dai nostri media.

¹¹² Sorgi G. (a cura di), *Lo sport dopo le ideologie*, Rimini, Guaraldi, 2009.

¹¹³ Braidotti, op. cit.

Mentre nel mondo occidentale si è cominciato già da tempo a parlare di *mix gender*, cioè del superamento della tradizionale barriera della divisione tra i sessi nelle competizioni sportive¹¹⁴, mentre il numero di giovani spettatrici delle partite della massima serie di calcio è in continuo aumento in controtendenza rispetto ad altre tipologie di spettatori¹¹⁵, l'emittenza locale si trincerava dietro a dei *plot* di programma oramai desueti, superati abbondantemente dalla realtà, con il preteso effetto di fidelizzare alle trasmissioni l'utenza televisiva.

L'effetto prodotto consiste nel relegare i programmi proposti a rappresentazioni televisive delle acrobazie gergali ben illustrate nel noto testo di P. Russo, *Pallonate* (2003), dove vengono con sapienza tratteggiati gli eccessi, le manie, gli strafalcioni che hanno contraddistinto (e contraddistinguono) il giornalismo sportivo italiano.

Quello che emerge, in ultima analisi, è un tentativo da parte delle televisioni locali di ricercare l'audience soprattutto attraverso l'imitazione dei format e dei modelli di comunicazione predominanti nel contesto nazionale. È proprio il legame di queste emittenti con il territorio, invece, che lascerebbe intravedere la possibilità di proporre interpretazioni differenti dello sport, calandolo nella complessità della dimensione locale e offrendone un panorama più composito.

¹¹⁴ Russo P., op. cit.

¹¹⁵ Dati SIAE, 2010 (www.siae.it).

Bibliografia

- Abbiezzi P., (a cura di), *Sport e media*, numero monografico di "Comunicazioni Sociali", 1, 2006.
- Abbiezzi P., *La televisione dello sport. Teorie, storie, generi*, Effatà ed., Torino, 2007.
- Amnesty International, *Identità negata. La discriminazione sessuale nel mondo*. EGA Editore, Torino, 2003.
- Arrigoni C., *Paralimpici. Lo sport per disabili: storie, discipline, personaggi*, Editore Ulrico Hoepli, Milano, 2008.
- Balestri C., Polidari C., "Razzismo e cultura del calcio in Italia", in Brown A., *Fanatics!*, Routledge, London, 1998.
- Balestri C., Viganò G., "Il fenomeno ultras: origini, storia e sviluppi recenti di un mondo ribelle", in *Quaderni di sociologia – Calciopolitiche*, 2004.
- Barba B., *Un antropologo nel pallone*, Meltemi, Roma, 2007.
- Berger P., Luckmann T., *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, Il Mulino, 1997 (ed. orig. 1966).
- Bernstein A., "Is It Time for a Victory Lap?: Changes in the Media Coverage of Women in Sport", in *International Review for the Sociology of Sport*, 37 (3-4), 2002.
- Bettetini G., *La conversazione audiovisiva*, Bompiani, Milano, 1984.
- Borromeo B., "L'atleta? Se è donna è dilettante", in *Il Fatto Quotidiano*, 13/05/2011.
- Braidotti R., *Soggetto nomade. Femminismo e crisi della modernità*, Donzelli, Milano, 1995.
- Cahn S.K., *Coming on Strong. Gender and Sexuality in Twentieth-Century Women's Sport*, Harvard University Press, 1994.
- Capranica L., Aversa F., "Italian Television Sport Coverage during the 2000 Sydney Olympic Games: A Gender Perspective", in *International Review for the Sociology of Sport*, 377/(3-4), 2002.

- Centro Islandese per l'Eguaglianza di Genere, *Sport, media e stereotipi. Donne e uomini nel mondo dello sport e nei media. Sintesi report finale*, 2006.
- Centro Islandese per l'Eguaglianza di Genere, *Sport, media e stereotipi. Report finale Italia*, 2006.
- Commission on the Future of Women's Sport (The), *Big deal? 2011: The case for commercial investment in women's sport*, 2011.
- Commissione Europea, *Libro bianco sullo sport*, 2007.
- CORECOM della Regione Emilia-Romagna, *Sport e Comunicazione in Emilia-Romagna. Rapporto tra lo sport e il sistema dei media*, Minerva Edizioni, Bologna, 2006.
- CONI, *Primo rapporto sport e società*, 2008.
- CONI, *Principi fondamentali degli Statuti delle Federazioni Sportive Nazionali, delle Discipline Sportive Associate e delle Associazioni Benemerite*, 2011.
- Crolley L., Teso E., "Gendered Narratives in Spain: The Representation of Female Athletes in Marca and El País", in *International Review for the Sociology of Sport*, 42/2, 2007.
- Dal Lago A., *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Il Mulino, Bologna, 1990.
- Dayan D., Katz E. (1992), *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eastman S.T., Billings A.C., "Gender Parity in the Olympics: Hying Women Athletes, Favoring Men Athletes", in *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 23, n. 2, May 1999.
- Eco U., *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino, Einaudi, 1984.
- Entman R.M., "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", in *Journal of Communication*, Autumn 1993.
- European Commission, *Special Eurobarometer 334. Sport and Physical Activity*, 2010.
- Giaccardi et al, *Il paese catodico*, FrancoAngeli, Milano, 1998.

- Giobbe M. (a cura di), *In diretta da ...: le radio telecronache sportive*, Rai-Eri, Roma, 1997.
- Goffman E. (1974), *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Grasso A., Scaglioni M., *Che cos'è la televisione*, ed. Garzanti, Milano, 2003.
- Grasso A., *La TV del sommerso. Viaggio nell'Italia delle TV locali*, Mondadori, Milano, 2006.
- Iozzia G., Minerva L., *Un matrimonio d'interesse. Sport e televisione*. ERI/Edizioni Rai, Torino, 1986.
- International Olympic Committee, *Olympic Charter*. In force as from 8 July 2011.
- International Olympic Committee, *Women in the Olympic Movement*, 2011.
- International Olympic Committee, *The Los Angeles Declaration. 5th IOC World Conference on Women and Sport*, 2012.
- Istat, "Lo sport che cambia. I comportamenti emergenti e le nuove tendenze della pratica sportiva in Italia", *Argomenti n. 29*, 2005.
- Istat, *La pratica sportiva in Italia*, 2007.
- Jones R., Murrell A.J., Jackson J., "Pretty Versus Powerful in the Sports Pages. Print Media Coverage of U.S. Women's Olympic Gold Medal Winning Teams", in *Journal of Sport & Social Issues*, Vol. 23, No. 2, May 1999.
- King C., "Media Portrayals of Male and Female Athletes. A Text and Pictures Analysis of British National Newspaper Coverage of the Olympic Games since 1948", in *International Review for the Sociology of Sport*, 42/2, 2007.
- Martelli S., *Lo sport "mediato". Le audience televisive di Olimpiadi, Paralimpiadi e Campionati europei di calcio (2000-2008)*. Franco Angeli, Milano, 2010.
- Messner M.A., "Sports and Male Domination: The Female Athlete as Contested Ideological Terrain", in *Sociology of Sport Journal*, 1988, 5.
- Porro N., *Lineamenti di sociologia dello sport*, Carocci editore, Roma, 1991.

- Porro N., *Sociologia del calcio*, Carocci editore, Roma, 2004.
- Raimondo P., *Handicap e attività motorie: profili normativi*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna (RN), 2007.
- Regione Emilia-Romagna – Assessorato Cultura e Sport, *L'attività fisico/sportiva svolta nel tempo libero in Emilia-Romagna*, 2010.
- Roversi A., Triani G., *Sociologia dello sport*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 1995.
- Russo P., *Pallonate. Tic, eccessi e strafalcioni del giornalismo sportivo italiano*, Meltemi, Perugia, 2003.
- Russo P., *Sport e società*, Carocci editore, Roma, 2004.
- Sassatelli R., "Sport e genere. Lo sport al femminile", in *Enciclopedia dello Sport Treccani*, 2003.
- Seneghini F., "Dilettanti per forza. Anzi per legge", in *D la Repubblica*, 30/10/2010.
- Sorgi G., (a cura di), *Lo sport dopo le ideologie*, Rimini, Guaraldi, 2009.
- Theberge N., Cronk A., "Work Routines in Newspaper Sports Departments and the Coverage of Women's Sports", in *Sociology of Sport Journal*, n. 3, 1986.
- UISP, Università di Copenaghen, FairPlay – VIDC, ISCA, LICRA, Interactiva, *Carta Europea dei Diritti delle Donne nello Sport*, 2011.
- Valeri M., *Black Italians. Atleti neri in maglia azzurra*. Palombi Editori, Roma, 2006.
- Valeri M., *Che razza di tifo. Dieci anni di razzismo nel calcio italiano*. Donzelli Editore, Roma, 2010.

Fonti normative

Legge n. 517/1977, “Norme sulla valutazione degli alunni e sull'abolizione degli esami di riparazione nonché altre norme di modifica dell'ordinamento scolastico.”

Legge n. 91/1981, “Norme in materia di rapporti tra società e sportivi professionisti”.

Decreto legislativo n. 177/2005, “Testo unico della radiotelevisione”.

Legge n. 78/2000, “Delega al Governo in materia di riordino dell'Arma dei carabinieri, del Corpo forestale dello Stato, del Corpo della Guardia di finanza e della Polizia di Stato. Norme in materia di coordinamento delle Forze di polizia.”

Decreto-legge n. 8/2007, “Misure urgenti per la prevenzione e la repressione di fenomeni di violenza connessi a competizioni calcistiche.”

Legge n. 41/2007, “Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 8 febbraio 2007, n. 8, recante misure urgenti per la prevenzione e la repressione di fenomeni di violenza connessi a competizioni calcistiche.”

Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva denominato “Codice media e sport”, sottoscritto il 25 luglio 2007.

Decreto-legge n. 36/2008, “Recepimento del Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi.”

Decreto legislativo n. 44/2010, “Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive.”

Delibere AGCOM

Delibera n. 14/08/CSP, “Approvazione del regolamento sulle procedure di vigilanza e sanzionatorie relative al «Codice media e sport»”.

Delibera n. 43/11/CSP, “Modifiche al regolamento sulle procedure di vigilanza e sanzionatorie relative al «Codice media e sport»”.

Siti internet

Agcom – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
www.agcom.it

Auditel
www.auditel.it

Commissione Europea
http://ec.europa.eu/index_it.htm

CONI – Comitato Olimpico Nazionale Italiano
www.coni.it

Consiglio d'Europa – Progetto MARS
http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/default_en.asp

CORECOM della Regione Emilia-Romagna
<http://assemblealegislativa.regione.emilia-romagna.it/corecom>

FARE – Football Against Racism in Europe
www.farenet.org

FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio
www.figc.it

Il Corriere della Sera
www.corriere.it

Il Fatto Quotidiano
www.ilfattoquotidiano.it

IOC – International Olympic Committee
www.olympic.org

I.STAT, datawarehouse delle statistiche prodotte dall'Istat
<http://dati.istat.it>

Istat
www.istat.it

Istat – Noi Italia
<http://noi-italia.istat.it>

La Gazzetta dello Sport
www.gazzetta.it

La Repubblica
www.repubblica.it

London 2012 – Official Site
www.london2012.com

Londra 2012 – Italia Team
<http://www.londra2012.coni.it/>

Mondiali Antirazzisti
<http://www.mondialiantirazzisti.org/>

Osservatorio Nazionale sulle Manifestazioni Sportive
www.osservatoriosport.interno.it

Play The Game
www.playthegame.org

Progetto Ultra
www.progettoultra.it

Rai News 24
www.rainews24.rai.it

Regione Emilia-Romagna
www.regione.emilia-romagna.it

Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE)
www.siae.it

Special Olympics
www.specialolympics.it

Università degli studi di Genova – Dipartimento di Filosofia
<http://www.dif.unige.it/>

Unione Europea
http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/

Women's Sport and Fitness Foundation
<http://wsff.org.uk/>

Il Comitato Regionale per le Comunicazioni dell'Emilia-Romagna (Corecom) ha funzioni di governo e controllo del sistema delle comunicazioni sul territorio della Regione e indirizza la propria attività alla comunità regionale, in particolare cittadini, associazioni e imprese, operatori delle telecomunicazioni e al sistema dei media locali. Istituito con legge regionale n. 1/2001, il Corecom svolge funzioni per la Regione e l'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna, per l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) tramite convenzione e per conto del Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento delle Comunicazioni. Il Corecom offre servizi a supporto dell'attività dell'Ente e della società regionale, che comprendono:

- **funzioni di garanzia** per i cittadini e le imprese (conciliazione nelle controversie tra i gestori dei servizi di telecomunicazioni e gli utenti, regolazione dell'accesso alle trasmissioni televisive di RAI 3 Emilia-Romagna da parte di soggetti collettivi organizzati, diritto di rettifica sulle tv locali);
- **funzioni di controllo** sul sistema regionale della comunicazione (verifica del rispetto della parità di accesso ai mezzi di informazione nel periodo elettorale e ordinario, vigilanza sul rispetto delle norme in materia di tutela dei minori nel settore radiotelevisivo, vigilanza sulla pubblicazione e la diffusione dei sondaggi);
- **funzioni di supporto** alle decisioni (attività consultive e di studio in materia di comunicazione, gestione di specifiche banche dati sui media locali, promozione dell'educazione ai media).

