

L'informazione sportiva fra educazione e diseducazione

Rosarita Cuccoli

Presidente Network Europeo "Donne e Sport", *Sport et Citoyenneté*, Bruxelles
Consulente Media Sportivi, *Center for International Media Ethics*, Chicago

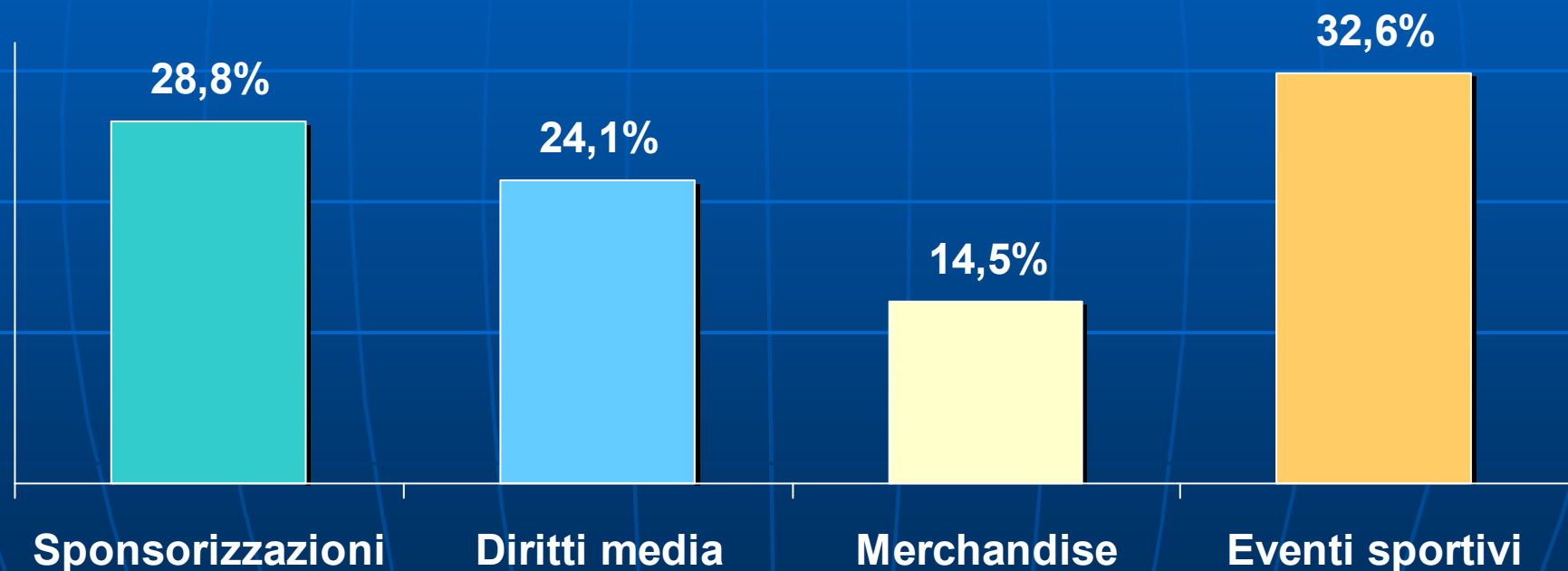
Convegno Nazionale Medi@tando - Rimini, 10 gennaio 2013

I temi

1. Quale sport?
2. Sport e giovani
3. I media e l'informazione sportiva
4. Lo sport nei new e social media
5. Donne e sport

1. Quale sport?

- Mercato globale: **\$121,6 miliardi**
- **\$145.3 miliardi nel 2015**



Il più lucrativo

→ Calcio

Altri sport

→ Tennis

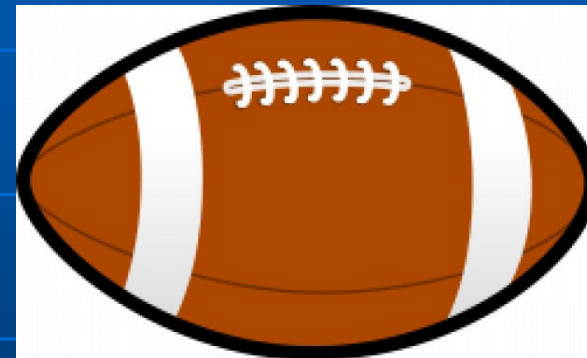
→ Formula 1

→ Golf

→ Altri sport motoristici

L'astro nascente

→ Rugby



- Iper-professionalizzato
- Grandi eventi
- Campioni
- Sponsor / Salari
- Contratti TV
- Merchandise

Lo sport nei media



Sport nei media
=
Sport spettacolo
=
Entertainment

2. Sport e giovani

- Attrazione naturale
- I principali praticanti
- Target prioritario industria
- Legame scuola-sport
- Formazione alla vita





Quali elementi contiene lo sport che favoriscono lo sviluppo personale ?

- Disciplina
- Rispetto dell'altro
- Spirito di squadra
- Concentrazione
- Rispetto delle regole
- Fiducia in se stessi
- Superamento dei propri limiti
- Umiltà

**Lo sport come
strumento educativo**

Campioni sportivi come modelli



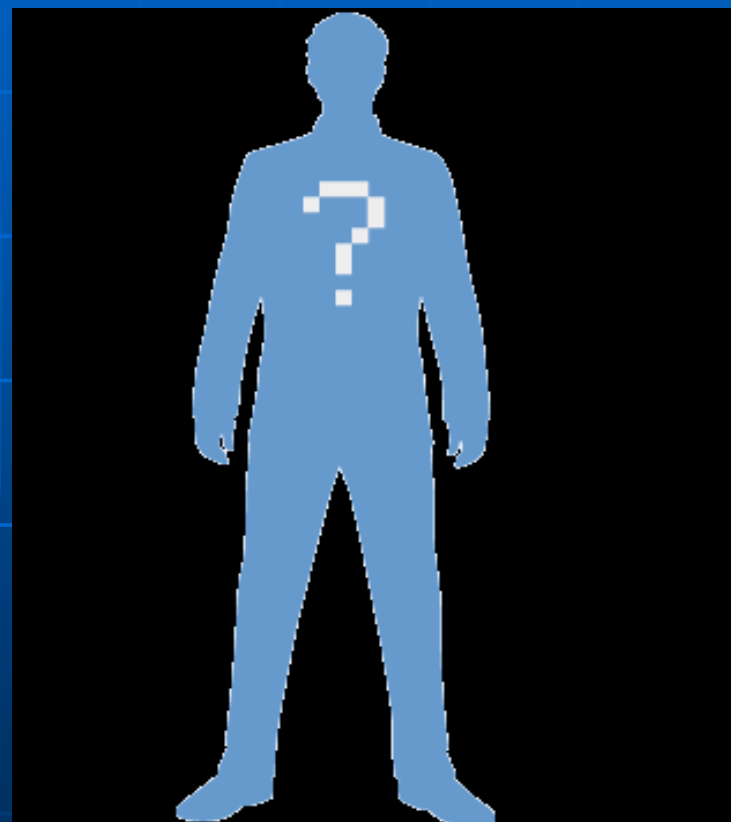
Comportamenti

Consumi

Moda

Costruzione identitaria

- ❖ Sessuale
- ❖ Familiare
- ❖ Professionale
- ❖ Sociale
- ❖ Religiosa
- ❖ Etnica
- ❖ Politica
- ❖ Nazionale, regionale ...



**Media e
costruzione identitaria**



Individuo

Società

Individuo

I media
propongono
identità
collettive

**Sport e
costruzione identitaria**

Praticando l'attività sportiva:

- integrazione sociale
- sport come professione
- politica

Partecipando come spettatori:

- identificazione con altri tifosi

Seguendo l'informazione sportiva:

- scelta degli sport
- scelta dei campioni

Sport + Media → costruzione identitaria

- Rappresentazione dello sport
- Rappresentazione della donna nello sport
- Rappresentazione della violenza nello sport
- Scelta degli sportivi di cui parlare
- Scelta degli sport e degli argomenti
- Scelta dei professionisti dell'informazione

3. Media e informazione sportiva

Sport oggi = fenomeno mediatico

Sport, da élite a popolo
Sport nei media } dal XX sec.

- Gazzetta dello Sport (1896), Mundo Deportivo (1906)
- Lettorato Gazzetta: oltre 4 milioni
- Corriere dello Sport - Stadio (1924),
Tuttosport (1945), Guerin Sportivo (1912)

Funzioni dei media



Informare

- Sorvegliare
- Forum per il dibattito politico
- Strumento di socializzazione
- "Servire" i poteri politici ed economici
- Divertire

"The media's job is to interest the public in the public interest."

John Dewey (1859-1952)

Doppia connotazione dei media

Interesse generale

Creazione intellettuale
per informare la gente

Dimensione commerciale

Prodotto industriale
che dev'essere venduto

Definire il tema "sport"



Dove si trova l'informazione sportiva

Stampa generalista
Stampa sportiva

Media locali
Mass media

Giornali
Riviste
Televisione
Radio
Internet
Mobile

Il linguaggio dell'informazione sportiva

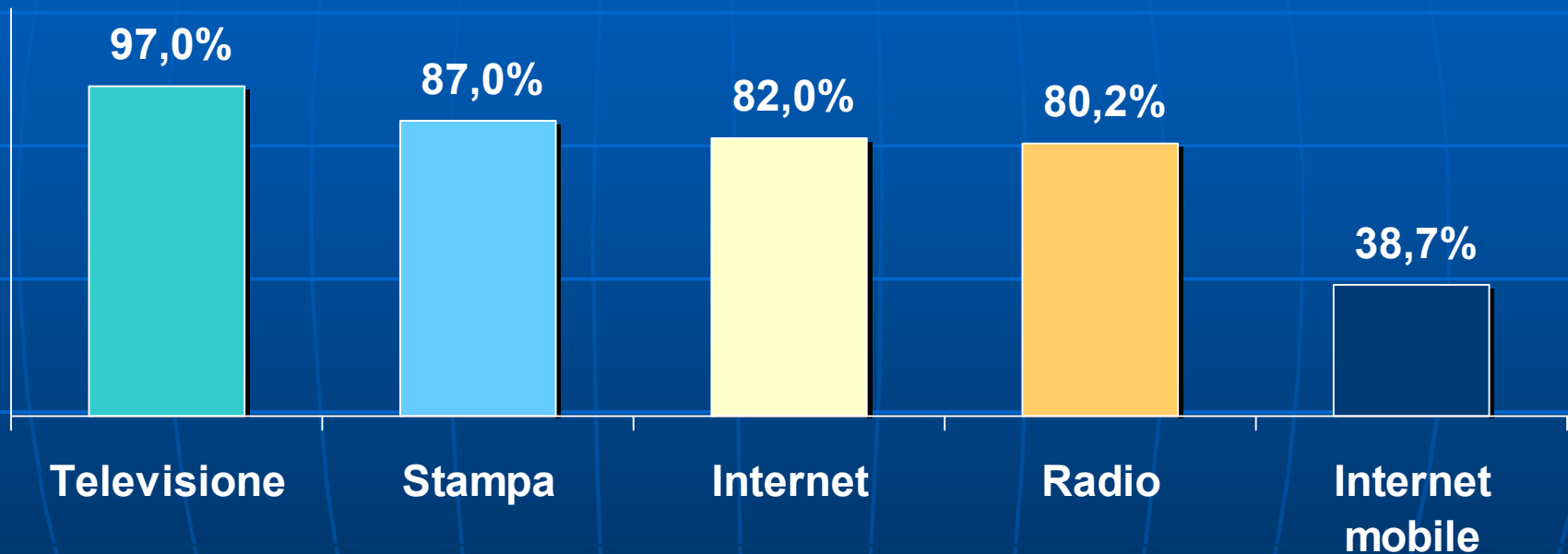
- Uso di espressioni popolari
- Ricorso a legami affettivi: club, nazione ...
- Termini tecnici - gergo sportivo
- Stranierismi e neologismi
- Forma del racconto-resoconto

4. Lo sport nei new e social media

Fasi storiche:

- Sport nella carta stampata
- Sport nella televisione
- Sport nei new media
- Sport nei social media

Frequenza consumo contenuti sportivi in Europa



Trend

- 18-35: Internet preferita alla TV
- Under 18: Facebook e Twitter i siti più visitati
- Media tradizionali sorpassati da:
 - breaking news sul web
 - campioni su Twitter e Facebook

Numero di followers su Twitter

- Valentino Rossi: 1 milione e mezzo
- Fernando Alonso: 1 milione 380 mila
- Jenson Button: 1 milione 300 mila
- **Cristiano Ronaldo: 15 milioni 200 mila**
- Lionel Messi: 1 milione 400 mila
- Roger Federer: 111.000
- David Beckham: 207.000

Un buon "Tweeter"

1. Informa sulla propria vita
2. Coinvolge il pubblico
3. Parla positivamente del team
4. Twitta in modo costante



Effetti diffusione social media:

- Minor qualità a livello di contenuti
- Minor qualità a livello di linguaggio
- Aggregazione tifoserie "malsane"



-
- Maggior accessibilità informazione
 - Interattività
 - Superamento censure



5. Donne e sport

Territorio tradizionalmente maschile



Territorio di "rivendicazione" femminile



Suzanne Lenglen
(1899-1938)



Barón Pierre de Coubertin

Pierre de Frédy,
Barone de Coubertin
(1863-1937)

Fondatore del Comitato
Olimpico (1894)

La situazione odierna

Olimpiadi di Londra 2012:

- Inclusione della box femminile = per la prima volta, uomini e donne competono in tutti gli sport

Punti negativi che permangono:

- Copertura mediatica = circa 5%
- Premi normalmente più bassi
- Rare le donne in ruoli di potere nello sport

PROBLEMA QUALITATIVO

- Estetica più importante della performance
- Linguaggio diverso
- Uso di stereotipi

Conclusione: sport e pedagogia

1. Sottolineare i valori dello sport
2. Gli sportivi non sono quelli dei media
3. Il campione non è un eroe
4. Il vincente non è necessariamente uno che vince
5. Sfruttare l'influenza dello sport sui giovani

Grazie dell'attenzione

Per informazioni e programmi sulla
media education tramite l'informazione sportiva:

r.cuccoli@stadionovo.com

Tel: +39 338 40 33 778 oppure +33 6 88 86 32 47