

ALMA MATER STUDIORUM – UNIVERSITA' DI BOLOGNA

Corso di laurea magistrale in

Cinema, Televisione e Produzione Multimediale

**Il ruolo del calcio nella società e nel sistema mediatico contemporanei: analisi delle
pratiche di narrazione giornalistica in televisione**

Tesi di laurea in

Forme audiovisive della cultura popolare

Relatore Prof.
Giacomo Manzoli

Correlatore Prof.
Riccardo Brizzi

Presentata da
Laura Valentini

Appello

Terzo

Anno accademico

2022 – 2023

INDICE

INTRODUZIONE	4
1. IL VALORE SOCIALE DELLO SPORT	7
1.1 <i>Lo sport e il calcio incontrano i media: il rapporto intrinseco con la televisione</i>	9
1.2 <i>Il calcio: un potente strumento di business</i>	13
1.3 <i>La trasformazione del calcio nel sistema mediatico contemporaneo</i>	16
2. IL GIORNALISMO SPORTIVO	20
2.1 <i>Il ruolo del giornalista sportivo e il suo rapporto con il pubblico e il tifo</i>	24
2.2 <i>Il calcio di oggi: evento agonistico o spettacolare?</i>	28
2.3 <i>Data journalism</i>	32
2.4 <i>Come i Big Data hanno trasformato il giornalismo sportivo</i>	37
3. LA NARRAZIONE CALCISTICA IN TV DALLE SUE ORIGINI AI GIORNI NOSTRI	44
3.1 <i>Lo storytelling calcistico contemporaneo</i>	48
3.2 <i>Chi è Federico Buffa</i>	51
3.3 <i>Il suo modus operandi</i>	54
3.4 <i>Caso di studio: Buffa Racconta – Storie Mondiali e di Campioni</i>	57

4. MATTEO MARANI: VITA E CARRIERA	70
4.1 <i>Caso di studio: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta</i>	74
4.2 <i>Buffa e Marani a confronto</i>	78
4.3 <i>L'evoluzione della narrazione calcistica nell'era della comunicazione digitale: un bilancio finale</i>	87
CONCLUSIONE	89
BIBLIOGRAFIA	92
SITOGRAFIA	93
FILMOGRAFIA	94
RINGRAZIAMENTI	95

INTRODUZIONE

Fin dalle sue origini lo sport è stato una delle pratiche più importanti per l'uomo e per la società sotto diversi punti di vista. Infatti, come analizzeremo nel corso del primo capitolo, lo sport in primis offre un'opportunità per una sana attività fisica e dunque per la promozione della salute e del benessere fisico e mentale dell'uomo. In secondo luogo, ha un impatto significativo sulla cultura e sull'identità delle persone, sia a livello nazionale che sul piano internazionale. Inoltre, può essere un'importante fonte di svago, di distrazione dai problemi di vita quotidiani, oltre che fonte di intrattenimento per molte persone in tutto il mondo. Infine, lo sport può anche essere utilizzato come mezzo per promuovere l'inclusione sociale, la diversità e la giustizia attraverso l'accesso equo alle opportunità sportive per tutti.

Ci concentreremo poi su uno sport nello specifico, ossia il calcio, che rappresenta lo sport per eccellenza perchè è da sempre il più popolare e seguito. Il calcio oltre ad avere un ruolo importantissimo a livello sociale, sempre per le funzioni di benessere della persona, inclusione e integrazione multiculturale, rappresenta anche la maggiore fonte di intrattenimento nell'età contemporanea. Infatti è lo sport più seguito a livello globale, con i suoi grandi eventi come la Coppa del Mondo che attira l'attenzione di tutti, anche di quei soggetti che normalmente non sono appassionati di calcio.

Passeremo poi ad analizzare come lo sport, ma soprattutto il calcio, si sono approcciati e integrati con l'avvento delle nuove tecnologie, con la televisione e i suoi relativi programmi e con l'evoluzione dei social media contemporanei. Da questo punto di vista, il calcio mette in atto una trasformazione, dal momento che crea un simbiosi tra nuovi media, commercializzazione e finanziarizzazione. Il calcio è un linguaggio universale, ma anche emotivo, in grado di guidare allo stesso tempo sia le masse che il denaro e che detiene dunque un fascino sociale ed economico a livello globale. E' una delle attività sportive più visibili ed accessibili, sia per quanto riguarda i media tradizionali, come la televisione, sia per quanto riguarda i social media.

Nel corso del secondo capitolo, ci sposteremo nell'ambito del giornalismo sportivo e di quello calcistico in particolare, per analizzare i cambiamenti avvenuti nel corso degli anni relativi a questo ruolo che si dimostra di fondamentale importanza nell'universo del pallone. Tratteremo

il ruolo del giornalista sportivo e il suo rapporto sia con il pubblico che con il tifo, per poi analizzare le caratteristiche di spettacolarizzazione che il calcio ha assunto oggi.

Apriremo una parentesi per considerare il *Data Journalism*, ossia quella forma di giornalismo che prevede l'uso di dati per informare e supportare notizie, e appunto l'utilizzo dei *Big Data* nei programmi televisivi calcistici e anche nella creazione di contenuti social. Daremo dunque uno sguardo alle implicazioni e alle profonde trasformazioni che l'uso dei dati statistici ha apportato al giornalismo sportivo e calcistico in particolare.

Nel terzo capitolo, entreremo nel vivo del giornalismo calcistico concentrandoci nello specifico sul legame intrinseco che si è instaurato nel corso degli anni tra il calcio e il media tradizionale per eccellenza, ossia la televisione. Inizialmente ripercorreremo in breve la storia del giornalismo calcistico, nominando alcuni dei personaggi cardine di questo panorama e alcuni dei programmi televisivi sul calcio che hanno fatto da precursori ai modelli contemporanei.

In collegamento a ciò, toccheremo il fulcro di questo elaborato, ossia il panorama dello *storytelling*, pratica molto diffusa nelle narrazioni dei programmi televisivi calcistici di oggi, ma che non corrisponde ad una novità, perchè esisteva già in passato. Oggi sono cambiate però le modalità di *storytelling* rispetto alle sue origini e analizzeremo qui nel dettaglio le sue caratteristiche.

Dopo una prima spiegazione e analisi generale del termine, scenderemo nello specifico negli ultimi due capitoli, ad esplorare due autori contemporanei con due modi differenti di appropiarsi alla narrazione e al racconto calcistico in televisione: stiamo facendo riferimento a Federico Buffa e Matteo Marani. Si tratta di due scrittori e giornalisti sportivi noti nel mondo del calcio e dello spettacolo, che rappresentano entrambi appieno le caratteristiche che delineano il mondo dello *storytelling* contemporaneo.

Prima prenderemo in considerazione Buffa, introducendo la sua infanzia, la sua vita e la sua carriera, per poi passare ad analizzare nel dettaglio il cosiddetto modello Buffa, ossia il suo *modus operandi*, spiegandone le peculiarità. Di seguito tratteremo due suoi programmi noti,

ossia *Storie Mondiali e Storie di Campioni*, e prenderemo come esempio un suo episodio specifico (*Notti Magiche 1990*), analizzandolo scrupolosamente per vedere nel concreto come si realizzano le sue modalità di racconto all'interno delle puntate.

Successivamente nel quarto e ultimo capitolo, tratteremo il secondo autore citato, ossia Matteo Marani, introducendo inizialmente anche per lui la sua vita e la sua carriera, per poi passare all'analisi del suo modo di approcciarsi allo *storytelling* calcistico in televisione. Tratteremo il suo programma televisivo *Storie di Matteo Marani – L'inchiesta*, concentrandoci ancora una volta nell'analizzare nel dettaglio le caratteristiche di un suo episodio tipo, ossia quello intitolato *Giallo Parma*.

Infine, metteremo a confronto i due autori con i loro due relativi episodi, per delinearne le principali somiglianze e differenze e dunque considerare dove i due dispositivi funzionano allo stesso modo e dove invece divergono.

I. IL VALORE SOCIALE DELLO SPORT

Possiamo considerare lo sport come la pratica sociale ed educativa più remota. Infatti fin dai primi Giochi Olimpici, lo sport è stato visto come un evento sociale, uno spazio di tempo nel quale si possono sviluppare e instaurare diverse tipologie di amicizia e di relazioni sociali con compagni di squadra, ma anche con gli avversari in gioco.

Secondo il professor Nicola Porro, noto sociologo sportivo italiano e docente universitario, lo sport nel XX secolo è stato un "fenomeno socialmente scomodo" perché ha rappresentato la principale forma di intrattenimento per miliardi di spettatori, ha permesso lo sviluppo di processi di identificazione e ha costruito un'appartenenza significativa proprio a livello sociale.¹ Egli sostiene che

lo sport come modalità di autoespressione, stile di vita, modello comportamentale, mezzo di comunicazione, ideologia, passione di massa e tecnologia è una lente straordinaria per il cambiamento sociale. È un fatto sociale compiuto che può far luce sulla rete sotterranea che regola le relazioni collettive.²

Alcune persone praticano sport per emulare i loro idoli nel mondo sportivo e per identificarsi con loro, mentre per altri lo sport è la glorificazione del mito del benessere fisico che porta a uno status sociale più elevato: è un trampolino di lancio per una scala sociale più alta.

In passato si pensava che lo sport avesse un enorme potere di prevenzione della delinquenza adolescenziale e questo può essere confermato tutt'ora, infatti, lo sport è anche in grado di correggere eventuali distorsioni o deviazioni che possono danneggiarlo. Permette di avere una maggiore consapevolezza di sé stessi e del rapporto con gli altri, riducendo la possibilità di incappare in brutte situazioni o di prendere brutte strade, soprattutto per quanto riguarda i giovani. Anche se i segnali di immoralità sono personali e non organizzativi, ad ogni modo lo sport continua a trasmettere un sistema di valori forti e assoluti di generazione in generazione.

Esso svolge anche la funzione di integrazione culturale in quanto è in grado di promuovere il

¹ Porro Nicola, *Lineamenti di sociologia dello sport*, s.l., Carocci, 2001, p.30 (citato da Di Mario Martina, *I grandi eventi sportivi come strumento di marketing territoriale per il turismo* [Tesi di Laurea], Roma, Libera università internazionale degli studi sociali Guido Carli, 2017, p. 34, https://tesi.luiss.it/18947/1/658331_DI%20MARIO_MARTINA.pdf)

² Ibidem

dialogo tra le diverse culture. È un luogo nel quale le differenze etniche possono confrontarsi in maniera del tutto pacifica; nel quale tutti i partecipanti, che provengano da una cultura o paese piuttosto che un altro, sono considerati sullo stesso piano. Ciò che conta e che viene premiato ed elogiato, sono le capacità sportive e le prestazioni fisiche di ognuno dei partecipanti, senza badare al colore della pelle o alla lingua parlata. Una squadra in cui giocano persone di Paesi diversi, che siano grandi campioni o giovani compagni di scuola, è un modello, quasi un simbolo, di una società multiculturale e cooperativa. Inoltre, lo sport a livello sociale crea un forte senso di appartenenza, ancora maggiore se si tratta di discipline di squadra, dal momento che permette al singolo atleta di non sentirsi solo, ma di fare parte di un gruppo, che può corrispondere alla propria squadra oppure al gruppo più ampio degli sportivi in generale, per quanto riguarda gli atleti di discipline singole. Gli sportivi tra di loro si sentono legati e spinti da obiettivi comuni di successo e soddisfazione personale, compagni o avversari che siano. Condividono gioie e dolori, momenti di traguardi e vittorie, ma anche momenti di delusione, rabbia e sconfitte.

La disciplina sportiva trasmette valori tradizionali come lo spirito di squadra, il rispetto delle regole e degli altri, la disciplina, l'autocontrollo e la tolleranza, ed è uno strumento importante per la crescita personale e per lo sviluppo umano. Queste qualità sono alla base di tutte le discipline sportive e spesso diventano un vero e proprio stile di vita. Infatti, nella società contemporanea, lo sport è un fattore importante che contribuisce all'adozione di valori, norme e modelli di riferimento che guidano le persone nella loro vita quotidiana.

Il linguaggio dello sport è universale poichè tutti vi possono attingere per sentirsi parte della società nello spazio e nel tempo in cui vivono. Allo stesso tempo è un linguaggio in grado di coinvolgere chiunque su qualsiasi piano, nel processo di evoluzione della stessa società. Infatti, lo sport delinea ogni trasformazione che avviene a livello sociale, mediante la costante revisione del suo linguaggio, nella continua ricerca di termini ed espressioni sempre nuove.

1.1 Lo sport e il calcio incontrano i media: il rapporto intrinseco con la televisione

Dopo questa breve introduzione di carattere più generale sulla parte strettamente sociologica dello sport, possiamo ora addentrarci nel discorso del rapporto che lo sport, e in seguito il calcio, hanno instaurato con i media contemporanei.

Nel suo libro, *La sociologia dello sport*, Nicola Porro sostiene che la funzione principale dei media sia quella di informare, interpretare ciò che accade nel mondo e intrattenere in modalità sempre differenti.³ Sono proprio i media stessi a guidare lo spettatore nello sviluppo e nella selezione dei contenuti che gli offrono, attraverso idee e opinioni che, mediante la loro circolazione, possono svolgere l'importante funzione sociale di riunire le persone tra di loro. In sostanza, la copertura mediatica sportiva segue la pratica comune di promuovere maggiormente ciò che il pubblico apprezza e di limitare ciò che viene fruito minormente. Il meccanismo per valutare ciò che il pubblico gradisce di più, corrisponde alla modalità di condivisione dei contenuti, comunemente chiamato *share*.

Gli sport più popolari sono quindi inevitabilmente più commercializzati e più redditizi, come avviene in Italia con il caso del calcio; mentre gli sport minori attraggono un numero inferiore di spettatori, quindi sono meno rilevanti per i media e di conseguenza ne diminuisce la possibilità di un loro investimento.

La produzione di eventi mediatici comporta una serie di accorgimenti volti a massimizzare la risposta e l'attenzione del pubblico, anche dal punto di vista emotivo. Ad esempio nel caso dei prodotti televisivi, sono progettati per trasmettere un certo tipo di significato. Gli eventi mediatici sono in grado di influenzare il tempo degli spettatori attraverso diverse modalità: in primo luogo, gli eventi mediatici su larga scala, come ad esempio la Coppa del Mondo o il Super Bowl, interrompono le attività quotidiane del pubblico, le loro faccende casalinghe o i loro impegni personali e lavorativi, per dare la priorità alla possibilità di godersi l'evento nella sua pienezza. Inoltre, l'evento stesso evoca un forte senso di unità relazionale e di condivisione di valori tra i fruitori. Infatti, in questo caso, la televisione diventa uno strumento di socializzazione, perchè le persone si riuniscono appositamente per guardare e commentare insieme un evento sportivo e ciò permette di rafforzare i legami sociali e di trasmettere allo

³ Ivi, p.45 (citato da Sociologicamente, "Sport e mass media: un legame sociologico", *sociologicamente.it*, 28/10/22, <https://sociologicamente.it/sport-e-mass-media-un-legame-sociologico/>) (consultato il 03/01/23)

spettatore un senso di appartenenza e, in particolare, di appartenenza all'evento stesso. Qui ricorre il tema, discusso precedentemente, dell'importanza dello sport a livello sociale perchè genera un senso di unità, legame e appartenenza a un gruppo, che in questo caso non fa riferimento all'atleta, ma allo spettatore, che nel fruire un evento sportivo in TV può sentirsi di far parte di un gruppo che condivide una passione comune e un momento unico ed emozionale, allo stesso modo dello sportivo, anche se su piani differenti: l'uno del partecipante in gara, l'altro del telespettatore della gara stessa.

Grazie a un'audience molto elevata in Italia, lo sport in televisione sta guadagnando terreno nei programmi delle varie emittenti e il calcio è lo sport più popolare. Viene trasmesso nella maggior parte delle ore totali di programmazione sportiva in TV. È importante notare che il divario tra il calcio e due discipline anch'esse molto seguite in televisione, come il basket e la pallavolo maschile, è comunque molto ampio, il che dimostra chiaramente che il calcio è uno sport sovrano per i telespettatori italiani.⁴

Diversi studiosi identificano il calcio come una sorta di religione, infatti la metafora religiosa è un elemento costante nella riflessione scientifica del ruolo sociale dello sport e della sua rappresentazione mediatica. In un'era nella quale l'uomo vaga in non luoghi, la nuova religione offre una sede in cui ritrovarsi, senza differenze, accomunati da uno stesso sentimento e da rituali comuni. Il calcio continua a conquistare l'uomo nonostante sia connotato da diversi scandali e violenze, questo avviene perchè crea attese, permette di partecipare e assistere al rito della partita e di celebrarne il risultato. Produce adrenalina e invoglia al caos, ma crea anche forme di esultanza e di tristezza, in modalità ben note agli appassionati. La religione del calcio permette di sentirsi parte di una comunità mediante la condivisione di momenti collettivi, nonostante fornisca soltanto dei piccoli sprazzi di felicità. Alcuni studiosi sostengono addirittura che possa rivelarsi più intensa e aggregante rispetto ad altre religioni.

Detto ciò viene facile sostenere che questo valore pseudoreligioso si accentui ancor di più nel momento in cui il calcio viene fruito attraverso la TV. Questo perchè il mezzo televisivo mediante la sua messa in scena di immagini e contenuti, enfatizza gesti, riti e relazioni tra i

4 Di Mario M., op. cit., pp. 47-48

nessi dei diversi *flames* nel flusso. Si aggiunge anche la presenza di tutta una serie di generi tra cui *talk show*, approfondimenti giornalistici, cronache, rotocalchi, o anche *reality show*, *infotainment* ecc, che originano una sorta di *storytelling* complessivo.

Secondo questa logica pseudoreligiosa, il calciatore non riveste tanto i panni dell'eroe, quanto quelli dell'*everyman*, che in questo caso specifico possiamo anche definire *sport-man*.⁵ Quest'ultimo rappresenta un punto di riferimento per i tifosi, un simbolo, un'icona contemporanea da emulare più che da idolatrare. Ma allo stesso tempo si tratta di un uomo che esprime vizi e virtù, che vive una vita connotata da momenti di gloria e momenti di sconfitta, di gioie e dolori, di azioni corrette ma anche di errori, al pari di tutti gli uomini. Proprio per questo motivo, il tifoso è più propenso a confrontarvisi, riconoscersi e condividere sia i momenti positivi che quelli negativi, che gli permettono anche di giustificare eventuali sbagli, comparandoli con i propri. Rispetto alla funzione mitologica e a quella del divismo, prodotto dell'evanescenza e dell'effimero dei media, lo *sport-man* si differenzia nel suo essere più vicino alle persone. Egli supporta il tifoso in una ricerca interiore di senso, individuale e collettiva, in una realtà troppo complessa in cui si muove con difficoltà, perchè priva di supporti ideologici validi. Dunque il binomio sport e comunicazione - e in particolare quello tra calcio e TV - diventa complementare e imprescindibile nella difficile ricerca di modalità, linguaggi e forme espressive con cui raccontare la rappresentazione del quotidiano. Una raffigurazione evocativa della realtà nella quale chiunque vi si può riconoscere e la può condividere immediatamente, in quanto vi è già immerso.

Sottolineamo ancora una volta l'importanza dello sport in generale e del calcio in particolare, per quanto riguarda la dimensione sociale e relazionale, la dimensione economica e produttiva, quella politica, tecnologica, mediatica e altre ancora. Per quanto riguarda la sfera mediatica, la situazione oggi è cambiata notevolmente: il calcio grazie alla TV è cresciuto nel nostro Paese. Ha acquisito spazio anche all'interno dei quotidiani, che sono stati costretti a revisionare il proprio *newsmaking* sportivo. Oggi il calcio viene raccontato mediante una narrazione televisiva sofisticata, grazie alla presenza di strumenti tecnologici innovativi e alle innumerevoli telecamere che restituiscono più livelli di significazione, rafforzando la costruzione di processi fortemente identitari. Il racconto televisivo enfatizza il

⁵ Ruggiero Christian e Russo Pippo, *Il calcio in tv. Storia, formati, ibridazioni*, Fausto Lupetti, Bologna-Milano, 24/05/18, p. 27

dialogo sul piano emozionale con il pubblico: non si tratta solo di vedere, ma anche di sentire.

E' cresciuto l'appeal dell'informazione e della comunicazione del e sul calcio, l'offerta infatti si delinea basandosi su un interesse talmente diffuso che ha ormai totalmente superato le barriere di genere e quelle culturali e sociali. D'altra parte il pubblico che segue il calcio, vorrebbe sempre maggiori rappresentazioni medialì basate sulla logica dell'esaltazione del senso complessivo dell'impresa sportiva.

1.2 Il calcio: un potente strumento di business

Di conseguenza, con la diffusione planetaria del virus del calcio e la rivoluzione tecnologica dei nuovi media - una rivoluzione che riguarda non solo la potenza degli strumenti, la distribuzione e la qualità dei prodotti mediatici, ma anche il linguaggio e i codici di comunicazione - è in atto una nuova trasformazione. Il calcio europeo, in particolare, trova lo slancio per un decisivo salto di qualità nella simbiosi tra nuovi media, commercializzazione e finanziarizzazione.

La Coppa del Mondo di calcio, ad esempio, dagli anni Ottanta in poi ha probabilmente superato i Giochi Olimpici come evento principale del calendario sportivo internazionale, come dimostrano i dati di ascolto televisivo e i finanziamenti degli sponsor. Altrettanto indiscutibile è che la contaminazione tra sport e business, come dimostra chiaramente il calcio, è in progressivo aumento.

Anche il caso italiano è indicativo in tal senso: ne sono un esempio i club diventati società per azioni alla fine degli anni '90 (sull'esempio britannico), la vera e propria strategia politica che i club hanno dovuto sviluppare per far fronte all'immensità societaria e imprenditoriale che questo sistema comporta, o ancora, la sovrapposizione dell'etere prima e del satellitare poi. La guerra è davvero eloquente in questo senso: al di là degli incidenti, si profila l'essenza dell'imminente rivoluzione. Una volta completata quest'ultima, il calcio professionistico italiano ed europeo sarà posizionato in un sistema molto simile a quello della pallacanestro e del football nel Nord America. In altre parole, è uno spettacolo che si distacca decisamente dai confini, dalla cultura e dai limiti dello sport del XX secolo e crea qualcosa di completamente diverso. Una fusione tra l'arcaico e il postmoderno: un ritorno al *panem et circenses*, epurando la tendenza pre-civile alla violenza sanguinaria e la sua incarnazione digitale sotto forma di intrattenimento diversificato.⁶ Con manager monopolisti in grado di realizzare la profezia dimenticata di Marcuse della illiberalità lucidata, o ancora l'ironica rivincita dell'ideologia del '68 di fronte a una delle forme più complete e paradigmatiche della globalizzazione neoliberista.⁷

6 Porro Nicola, "Le metamorfosi del calcio come fenomeno sociale", *Quaderni di Sociologia* [Online], 34, 2004, online dal 30 novembre 2015, pp. 9-18, <http://journals.openedition.org/qds/1132> (consultato il 03/01/23)

7 Ibidem

Oggigiorno dunque, il calcio è diventato rapidamente un business sfrenato, che lo ha privato del suo fascino originario di confronto sportivo, trasformandolo in un'entità industriale e politica. Inoltre, ha costretto i Paesi in via di sviluppo a ricorrere a metodi dubbi, come nel caso più attuale che mai delle manovre adottate dal Qatar per i Mondiali del 2022, per ottenere il diritto di ospitare un evento di portata e status globali. Le imprese a livello globale ne cercano il controllo, mentre i mezzi di comunicazione di massa e le televisioni utilizzano il calcio per penetrare all'interno di mercati sempre nuovi e differenti.

Il calcio è un linguaggio universale, ma anche emotivo, in grado di guidare contemporaneamente sia le masse che il denaro, e proprio grazie al suo fascino sociale ed economico universale, il suo organo di governo internazionale, la FIFA, è riuscito ad affermarsi come attore geopoliticamente importante nel sistema di governance globale. Inoltre, grazie al suo straordinario dominio sulle masse, il calcio è diventato uno strumento di affermazione dell'identità, dell'indipendenza e della sovranità nazionale e di riconoscimento geopolitico.

Dall'avvento della televisione, le immagini sono state utilizzate oltre i confini nazionali. Il calcio si è trasformato da sport a una combinazione inscindibile di business e spettacolo. Come emerge dal suo romanzo, *Infinite Jest* (1996), David Foster Wallace individua nell'accumulo di spettacolo televisivo e nella dipendenza dal consumo di video, la tendenza dominante del nostro tempo.⁸ Una dipendenza che richiede un nutrimento costante, che non è solo un'emozione derivata dal piacere estetico, dal semplice entusiasmo nel vedere una bella partita di calcio, ma deriva anche dall'identificazione dei candidati, che crea un senso di appartenenza, tema ricorrente, e narrazioni mitologiche.

Il calcio, come molti programmi televisivi e sportivi, sta diventando sempre più un oggetto di consumo televisivo di massa e sempre meno l'oggetto rappresentativo della "secolarizzazione della forma teologica del giorno di svago", degli eventi liturgici del sabato e della domenica

⁸ Sellari Paolo, "Riflessioni geopolitiche e geoeconomiche sul calcio globale", *Gnosis - rivista italiana di intelligence*, p. 82, [https://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista54.nsf/ServNavig/54-30.pdf/\\$File/54-30.pdf?openElement](https://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista54.nsf/ServNavig/54-30.pdf/$File/54-30.pdf?openElement)

con le loro masse urbanizzate e operaie che si riuniscono negli "stadi del tempio".⁹

Inoltre, il mondo dello sport, e del calcio in particolare, vive con una caratteristica di trascendenza che fa sì che, come in politica, le persone possano essere viste come utenti o consumatori locali e globali, spostandosi costantemente tra le due scale. Infatti, si può essere contemporaneamente tifosi della nazionale di calcio a livello internazionale, tifosi del Milan a livello nazionale, tifosi del Modena a livello provinciale e tifosi di un'altra squadra a livello locale. E non solo, si potrebbe essere allo stesso tempo anche tifosi del Barcellona e/o del Real Madrid, che godono di una certa simpatia a livello globale in quanto migliori idoli del calcio moderno. Questa caratteristica rende il fenomeno sportivo, e il calcio in particolare, molto simile ai fenomeni che hanno attivato e trasformato la comunicazione globale. È un processo circolare che può permeare la socializzazione da lontano, evocare e controllare le emozioni, creare dinamiche economiche insolite a livello geografico e avere sempre più attori al di fuori del contesto storico rappresentato dai circuiti tradizionali.

⁹ Ibidem

1.3 La trasformazione del calcio nel sistema mediatico contemporaneo

Come abbiamo visto fin'ora, parlando di calcio ci troviamo di fronte all'analisi di un fenomeno che nel nostro Paese riveste un ruolo importante sia sul piano sociale, che economico, politico e culturale. La prima cosa che salta all'occhio è il disinteresse con cui la comunità accademica nazionale, in particolare quella delle scienze sociali, si è spesso avvicinata al tema. Mentre in altri Paesi la letteratura scientifica e gli strumenti di ricerca sono abbondanti, in Italia, con alcune eccezioni ovviamente, lo sguardo di molti accademici e forse anche di appassionati è, nella migliore delle ipotesi, solo rivolto in maniera alquanto indifferente.

Tuttavia, basti considerare anche solo le questioni relative ai media e al giornalismo, per intuire facilmente che esiste un legame significativo tra il calcio e questi mezzi d'informazione, senza i quali non sarebbe mai stato in grado di raggiungere il livello di interesse globale che detiene tutt'ora. Anche i giornali, la radio, la televisione e, da qualche anno, i blog e i siti web seguono il mondo del calcio e lo raccontano in modo ampio e continuativo, soddisfacendo quotidianamente le passioni di molte persone e rispondendo alle loro diverse esigenze di informazione e intrattenimento. Se il calcio è diventato parte integrante e imprescindibile della vita quotidiana di molte persone, è dovuto alla costante facilità di accesso ai contenuti di una vasta gamma di media. D'altra parte tutti i media possono trarne beneficio: in termini di numero di spettatori, tiratura dei giornali, *click* sulle pagine web, entrate pubblicitarie e via dicendo, che il calcio fornisce in grandi quantità.

Nonostante l'eterogeneità della fascinazione per il calcio, che assume forme e intensità diverse a seconda dell'individuo, che sia lettore, spettatore, radioascoltatore, il calcio fornisce una base ampia e sostenuta di consumatori fedeli e appassionati che sono persistentemente attratti dalle notizie, dalle immagini, dai *reportage* e dalle storie fornite dall'industria dell'informazione culturale, che, per questo motivo, è riuscita ad attrarre un pubblico così vasto e appassionato. Motivo altrettanto fondamentale è anche l'opportunità per gli utenti di poter interagire con questi contenuti attraverso i social media. Infatti la tecnologia, il linguaggio e le modalità organizzative del sistema mediatico sono costantemente impegnati a conciliare le esigenze del pubblico e di tutti gli attori interessati allo spettacolo calcistico, in un'epoca in cui la crescente diffusione di informazioni, l'intrattenimento e lo sport si

intersecano con le questioni dei sistemi economici e del consumo del tempo libero.

I media, in modi diversi per ogni tipo di piattaforma, forniscono informazioni sulle competizioni e sui relativi concorrenti e protagonisti; ricevono, interpretano e commentano le opinioni e i dati statistici in riferimento a un'ampia varietà di aspetti delle partite e dei campionati; offrono una copertura narrativa con un tono enfatico e drammatico in grado di affascinare gli spettatori; forniscono costantemente nuove immagini e momenti salienti ricorrenti per soddisfare i desideri simbolici di un pubblico insaziabile; forniscono ai tifosi un'identità a lungo termine con la loro mitologia, che contribuisce a creare un eroe del calcio con cui identificarsi e riconoscersi. Inoltre soddisfano la curiosità del pubblico cercando episodi interessanti nella vita personale di giocatori e dirigenti; creano personalità più o meno permanenti adatte a scopi commerciali; permettono ai fan di essere il più possibile coinvolti dando loro voce attraverso diverse forme di interazione, o ancora, forniscono sponsorizzazioni per il marchio.

La diversità dei contenuti mediatici, oltre alla sua eterogeneità, ha un elevato valore di mercato. Si tratta della rilevanza economica dei beni di consumo estetici caratteristici del nostro tempo. Come sostiene David Rowe, psicologo e professore americano, l'argomentazione più generale per gli sport e particolare per il calcio, è che il grande valore economico di questi contenuti è dovuto anche alla loro flessibilità e interconnessione a un costo di produzione piuttosto modesto, in un formato completamente diverso, con assenza di rumori, come avviene invece quando si assiste a una partita fisicamente allo stadio, e con commenti del tutto nuovi.¹⁰ Notizie e immagini si muovono tra giornali, televisione, riviste e siti web, contribuendo a mantenere l'interesse e l'attenzione dei fan e aumentandone costantemente la popolarità dei protagonisti.

Per citare un esempio specifico in ambito calcistico, l'impatto della Coppa del Mondo FIFA per il calcio è innegabile: il rituale ha raggiunto una scala totalmente e realmente planetaria, soprattutto grazie all'enorme mediatizzazione globale fornita dalle comunicazioni e dalle reti satellitari negli ultimi decenni: ogni quattro anni, centinaia di milioni di spettatori più o meno

¹⁰ Rowe David, 2004, p.74 (citato da Bifulco Luca, Pecchinenda Gianfranco, Pirone Francesco, "Introduzione. Il calcio e i Campionati Mondiali tra informazione, comunicazione e spettacolo", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale* 1/2015, pp. 3-10, <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79604>)

entusiasti, sparsi per il mondo ma uniti da un'esperienza spettatoriale comune, rivolgono la loro attenzione e il loro tempo alla fase finale del torneo, che rappresenta il momento più importante per ogni squadra nazionale.

Molte delle caratteristiche sociali che vengono messe in atto sono quelle tipiche dei rituali di festeggiamento, come ad esempio il momento in cui le attività quotidiane vengono temporaneamente interrotte, come ad esempio impegni personali, lavoro, faccende domestiche e via dicendo, o come i momenti nei quali le imprecazioni e la sfrenatezza e grinta degli spettatori prendono il sopravvento.

I media svolgono indubbiamente un ruolo centrale: nasce la percezione comune da parte delle diverse tipologie di pubblico della condivisione collettiva di un evento storico isolato e irripetibile, che diventa l'asse simbolico della memoria e dell'identità. Naturalmente, le narrazioni dei media forniscono il materiale principale per definire il mito dei simboli e delle identità. La drammaturgia del concorso e le storie che vi danno forma si intersecano qui non solo con le tipiche narrazioni di appartenenza nazionale, ma anche con l'idea di comunità simbolica globale.¹¹

Infinite correnti di informazioni e immagini disseminate in tutti i mezzi di comunicazione - dominati dalla trasmissione in diretta streaming delle partite - rappresentano un rimedio per coloro che non hanno la possibilità di assistere all'evento di persona, cosa che succede per la maggior parte della popolazione globale. Infatti, non a tutti è possibile fruire sempre degli eventi calcistici allo stadio dal vivo, sia per impegni personali, sia per il costo elevato dei biglietti e dell'eventuale distanza da percorrere per raggiungere gli stadi ecc; per questo motivo la presenza di canali mediatici attraverso cui poter assistere alle partite o poter ricavare informazioni e contenuti video o immagini inerenti, rappresenta una fonte fondamentale e importantissima per gli spettatori. Ciò permette agli utenti di rimanere in qualche modo sempre informati e attivi sull'evento sportivo.

Oggi il modello comunicativo fondato sul *broadcasting* fa i conti e si integra con l'ascesa del *webcasting* e del *social casting*. La logica e il discorso televisivo si ibridano così

¹¹ Bifulco L., Pecchinenda G., Pirone F., op. Cit., p. 5

con quello dei *social media*, sfruttandone i caratteri, come la viralità, la visibilità, l'interattività e via dicendo, e mettendo a valore economico gli stessi contenuti generati dagli utenti. Un esempio di questa fusione si può riscontrare nella frammentazione dei momenti salienti dei programmi sportivi televisivi in video che possono essere utilizzati per la condivisione con un pubblico più ampio. Anche i programmi televisivi dunque si trasformano per potersi adattare alle abitudini di utilizzo dei *social media*.

Ormai da tempo è evidente come anche l'aspetto della mediatizzazione del calcio abbia cambiato la forma della sua narrazione: l'introduzione di aspetti informativi e di intrattenimento che hanno ampliato il *newsmaking* sportivo e portato alla definizione di un nuovo spazio valoriale della notizia. La copertura degli eventi e degli spettacoli calcistici comprende infatti anche elementi che non hanno nulla a che fare con lo sport. Questo è evidente nel calcio su scala nazionale, ed è stato lo stesso per i Mondiali in Brasile del 2014, evento che è stato trattato da differenti prospettive nei titoli dei giornali, nelle questioni politiche, economiche e di genere che andavano ben oltre il giornalismo calcistico.¹²

12 Bifulco L., Pecchinenda G., Pirone F., op. Cit., p. 7

2. IL GIORNALISMO SPORTIVO

Scendiamo ora nel merito del giornalismo sportivo: come si distingue oggi la notizia sportiva? Partiamo affermando che lo sport era già spettacolo prima dell'avvento della TV. Un evento sportivo non possiede di per sé un valore assoluto, ma è ciò che rappresenta nel mondo condiviso degli sportivi. Per sportivi intendiamo sia gli atleti che i mediatori e il pubblico. Nell'ambito sportivo le notizie riguardano norme del tutto nuove, gestite in modo sportivo e frutto di un costante compromesso tra sorpresa e conferma e tutto incentrato sull'importanza che giocano gli attori che vi fanno parte (atleti, mediatori e pubblico). L'informazione sportiva si è organizzata in funzione del pubblico degli sportivi, è un'informazione settoriale che rimane all'interno del mondo dello sport. Le notizie sportive fanno parte di un sentire comune di giornalisti, atleti, lettori, spettatori, dal momento in cui divengono notizie gli eventi che sono ritenuti importanti per gli sportivi. Infatti, le esigenze del pubblico del settore sovrastano l'interesse generale. Stiamo qui facendo riferimento allo sport spettacolo, poiché la spettacolarizzazione è contenuta in sé nello sport prima di ogni altro tipo di pulsione (politica, commerciale ecc).

Prima la stampa, poi la radio e infine la TV, permetteranno alle competizioni sportive di raggiungere un pubblico che non poteva assistere in presenza all'evento spettacolo e che soprattutto aveva necessità di un'estensione del suo campo di gioco, aperto a tutti. Gli sport si sono formati anche andando incontro alle logiche proprie del giornalismo, infatti la gara sportiva segue le stesse regole della notizia: il tutto si svolge in un luogo preciso e comanda la velocità, in tempistiche che è possibile programmare. Lo sport spettacolo è una fortuna per il giornalismo: insieme all'evento rende disponibile una vasta gamma di elementi notiziabili. La notizia sportiva trova la sua esistenza nella capacità di suscitare discussioni infinite in un'ampio campo di addetti ai lavori che detta le norme del gioco e che non esclude nessuno.

Inoltre la peculiarità della notizia sportiva riguarda l'identità del pubblico: la passione per lo sport solitamente non coincide con la pratica più o meno agonistica dello stesso, ma si delinea nella partecipazione e nella fruizione dello spettacolo. Gli sport poi non sono tutti uguali e così anche la loro notiziabilità. La cosa fondamentale è però l'incertezza del risultato. In tutto ciò il giornalismo ha il compito di dare visibilità e legare fortemente il pubblico all'evento e agli atleti. I media nel sistema degli sport di massa traggono la loro funzione proprio dalla

strana divisione del lavoro tra il pubblico e i professionisti. Anche lo spettatore gioca un ruolo importante perchè anch'esso è chiamato a fare notizia. Il giornalista d'altra parte deve trovare la giusta armonia tra i dati e l'immagine, tra le classifiche e i significati: deve cercare di far conoscere al pubblico elementi che normalmente già conoscono, ma facendo in modo che sembrino delle novità e dunque che risultino interessanti.

L'evento che ha segnato lo spartiacque del notiziario sportivo furono le Olimpiadi romane del 1960: entra in scena la TV, il suo linguaggio rivoluziona il panorama mediale e il calcio diventa lo sport popolare per eccellenza.¹³ Inoltre la novità coinvolge anche le redazioni delle principali testate sportive e le modalità di costruzione delle notizie. Ma più che notizie vi era bisogno di idee e di spunti per creare discussioni e riflessioni: sono gli anni in cui la famosa *Gazzetta dello Sport* detiene il primato di vendite.¹⁴

Con l'avvento della TV, la notizia sportiva deve cedere il primato del racconto all'immediatezza della cronaca televisiva, infatti il linguaggio diventa più immediato e descrittivo. Successivamente con la Rete, ossia Internet, si ritorna all'informazione puntuale, senza contesto, dove i *link* vengono lasciati all'attività casuale del fruitore e viene meno la logica della complicità concettuale tra giornalista e lettore. Fanno notizia degli eventi parziali ed effimeri: il risultato di un primo tempo di una partita o addirittura il singolo gol. L'informazione si segmenta, si riducono i tempi dell'attenzione e la notizia diventa un titolo, una sorta di *flash*, breve e conciso (figura 1 e 2).

13 Ruggiero C., Russo P., op. cit., pp. 70-71

14 Ibidem

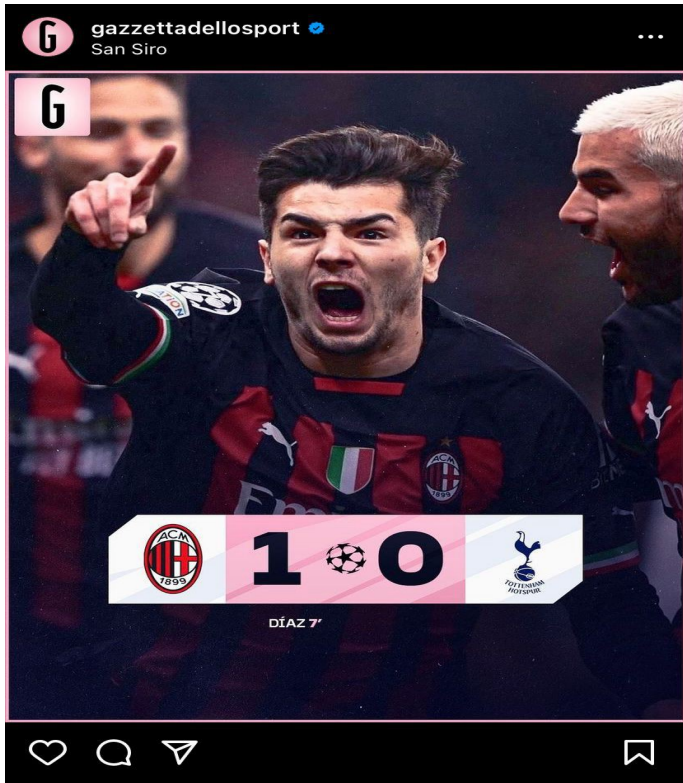


Figura 1 Fonte: Instagram, Account della Gazzetta dello Sport

Esempio di notizia pubblicata sui social media per informare il pubblico riguardo a un gol segnato, in questo caso specifico il gol del Milan al Tottenham



Figura 2 Fonte: Instagram, Account di DAZN

Esempio di notizia flash sui social media: un titolo breve ma efficace per attirare l'attenzione del pubblico

La notizia sportiva è dunque qualcosa di inafferrabile, soggetta al continuo conflitto di interessi tra atleti/eventi, sportivi/tifosi e giornalisti/commentatori e diviene una sorta di "caleidoscopio informativo".¹⁵ I contenuti in questione sono rimasti per la maggior parte invariati, mentre le forme cambiano continuamente. La rivoluzione digitale ha travolto il mondo della comunicazione: sono saltati totalmente la concezione lineare del flusso comunicativo e l'idea che il giornalista sia il mediatore privilegiato tra la realtà dei fatti e il pubblico. La Rete ha cambiato totalmente il senso della notizia e il suo percorso: le news non si aspettano ma si vanno a cercare e l'interesse non è rivolto a ciò che non si conosce ancora ma a ciò che è già stato compreso.

¹⁵ Ivi, p. 73

2.1 Il ruolo del giornalista sportivo e il suo rapporto con il pubblico e il tifo

Il calcio rappresenta uno dei pilastri nell'economia globale dell'*Entertainment* e come abbiamo affermato già in precedenza, è il gioco più diffuso a livello planetario oltre che lo sport più seguito e riconoscibile dell'età contemporanea, poichè produce storie e personaggi che hanno una forte presa nell'immaginario di un pubblico così vasto.

Per quanto riguarda la strutturazione del format del calcio televisivo, la partita di calcio viene inserita all'interno di un flusso di comunicazione fondato sulla centralità della parola e che da notevole importanza alle fasi pre e post agonistiche. Il momento caratterizzante della TV calcistica è senza dubbio la partita di calcio, che diviene un mezzo di sperimentazione e dunque l'indice del carattere espansivo della televisione e di una tendenza a cannibalizzare gli altri media. Il suo percorso parte dalla centralità dell'immagine per arrivare all'ascesa della verbalità, che necessita per espandersi di allargarsi a spazi televisivi che non si limitano a quelli della partita. Il calcio diventa così un format televisivo che mixa i generi televisivi, pur mantenendo la sua base di agonisticità.

L'importanza dei media riguardo la dinamica sportiva, e in particolare di quella calcistica, è cresciuta in maniera progressiva nel corso degli anni. Se a partire dalla seconda metà del Novecento, con la diffusione della televisione e successivamente della mondovisione, lo sport si è evoluto da pratica amatoriale a spettacolo per il pubblico, è dovuto proprio ai media. Infatti è la mediatizzazione dello sport che crea il fenomeno della spettacolarizzazione, ossia che lo sport si sia dovuto adeguare alle esigenze comunicative sia dei media che del pubblico.

I media drammatizzano la vita sportiva, mettendone in luce le caratteristiche più vendibili e i protagonisti dello sport vi si inseriscono appieno, utilizzando strategie comunicative che catalizzano l'attenzione dei media.

Ovviamente il calcio, che è lo sport televisivo per eccellenza, è a capo di queste dinamiche e per le sue caratteristiche, ha giovato maggiormente rispetto alle altre discipline sportive dell'avvento del sistema della comunicazione. Il calcio, infatti, detiene il maggior numero di tifosi in tutto il globo e ne consegue che attorno ad esso vi siano gli episodi maggiori da parte dei propri seguaci: sia manifestazioni d'amore e supporto, che episodi di discriminazione e

violenza. Il tifoso è colui che è pronto a celebrare e a difendere la propria squadra a tutti i costi, ed è dunque lontano dal giudicare le cose in questione in maniera oggettiva.

Figura differente è invece quella del giornalista sportivo. Ripercorrendone a grandi linee la storia: il giornalismo sportivo in Italia nasce nella seconda metà dell'Ottocento e all'inizio si caratterizza sotto forma di manuale per comprendere la pratica amatoriale dello sport. Successivamente si passò ad una concezione dello sport come competizione, processo che culmina nel 1896 con l'avvento delle prime Olimpiadi moderne, importanti anche perché furono il trampolino di lancio per il primo quotidiano sportivo italiano: *La Gazzetta dello Sport*.¹⁶

Col passare degli anni il giornalismo sportivo cresce sempre di più, fino a divenire il giornalismo specialistico di maggior influenza e successo nel panorama nazionale. Infatti, l'Italia è uno tra i pochissimi casi in cui vi sono tre realtà di quotidiani sportivi in un unico Paese, ossia *La Gazzetta dello Sport*, *Il Corriere dello Sport* e *Tuttosport*, e per farne un esempio, *La Domenica Sportiva* è il programma sportivo per eccellenza, presente nella televisione italiana dai suoi inizi ad oggi.

Per quanto riguarda i giornalisti sportivi, si tratta di un gruppo professionale specialistico, costituito da una forte identità e da meccanismi di produzione e di riproduzione interna ben saldi, tanto da formare un gruppo solido e coeso. Oltre ai quotidiani sportivi, anche le pagine e i servizi dedicati allo sport, caratterizzano fin dai suoi inizi, una vasta parte di giornali e telegiornali e i giornalisti costituiscono un gruppo ben distinto dai restanti professionisti.

Fin dalle sue origini il giornalismo sportivo in Italia ha sempre fatto parte di un mondo a sè stante rispetto al restante panorama dell'informazione, e questo dipende anche dal modo in cui viene considerato dal suo pubblico, per quanto riguarda la sua credibilità, in termini di competenza, obiettività e responsabilità. Anche da questo punto di vista, si può facilmente intuire quanto questo ambiente rientri in un mondo a parte: per narrare gli eventi di una partita calcistica bisognerebbe avere una competenza specifica circoscritta, tenendo anche in considerazione il fatto che si tratta di un'area d'indagine basata su delle opinioni e non su delle

¹⁶ Ivi, pp. 182-183

verità da ricercare; e non vi è nemmeno un interesse limitato da parte del pubblico da perseguire, dal momento che si tratta di un momento di svago.

Non solo il fattore credibilità, ma anche quello dell'obiettività è difficile da ricercare, dal momento che il giornalismo sportivo si basa principalmente sul tifo: sia quello del giornalista, che quello dei seguaci. Infatti se pensiamo a un giornalista sportivo che si occupa di una squadra di calcio, gli verrebbe richiesto in maniera implicita di essere tifoso di quella stessa squadra, o anzi la carriera di giornalista verrebbe intrapresa fin dall'inizio perchè si è tifosi della squadra per cui si scrive.

Ma ricoprire il ruolo di giornalista sportivo e calcistico in particolare, non significa trattare esclusivamente degli aspetti tecnici del calcio italiano, anzi, una delle principali caratteristiche del progredire del giornalismo nel suo complesso è stata proprio la sua contaminazione, ossia l'importanza sempre minore attribuita alla tradizionale separazione tra i vari generi giornalistici. Infatti l'ampliamento progressivo del *newsmaking*, ha portato alla nascita di due macro-categorie del giornalismo sportivo: quello "tecnico-agonistico" e quello "connesso con"¹⁷. La prima tipologia fa riferimento a tutta quella parte di informazione sportiva che riguarda soprattutto il pre, durante e post gara, vale a dire allenamenti, cronaca e commenti della gara, aspetti tecnici, tattiche, punteggi e dinamiche dei campionati e via dicendo; mentre la seconda tipologia comprende tutti quegli elementi che sarebbero riconducibili a un'altro rango di giornalismo, ad esempio economia, politica, cronaca nera, rosa e via dicendo, ma comunque connessi con lo sport e la cui copertura è prerogativa del giornalismo sportivo.

La domanda che ci si pone riguarda, dunque, le modalità con cui prende forma la credibilità del giornalismo sportivo nella sua totalità. I punti chiave del rapporto tra tifo e credibilità si ritrovano nel ruolo del giornalista e del messaggio, ossia della notizia sportiva e della sua gerarchizzazione.

Come abbiamo già detto, il rapporto del giornalista con il tifo è il centro della discussione sulla qualità, e dunque sulla credibilità, del giornalismo sportivo. Che sia esplicito o al contrario mascherato, il tifo nel giornalista mette in conflitto il valore tradizionale

¹⁷ Ivi, p. 186

dell'obiettività giornalistica e la sua faziosità. Un'altro valore fondante è invece la trasparenza: si conosce sempre maggiormente il tifo del giornalista e sono anche sempre maggiori le testate giornalistiche – cartacee, radiofoniche o televisive – dedicate interamente ad un'unica squadra di calcio. Sono questi i casi nei quali i valori di completezza e accuratezza sono al massimo della loro potenza: infatti è interesse comune allo stesso modo del giornalista e del tifoso avere un'informazione completa ed estesa per quanto riguarda la squadra tifata. La copertura degli eventi connessi alla singola squadra raggiunge qui livelli enormi, anche grazie allo spazio quasi illimitato di cui possono fruire.

Il tifoso, nella maggior parte dei casi, preferisce dunque un giornalista tifoso rispetto ad un giornalista obiettivo, questo perchè un tifoso di una squadra avversaria sarebbe sicuramente maldisposto, mentre solo un tifoso della propria squadra è in grado di trattare la notizia dandogli il giusto peso e utilizzando un approccio corretto. Per quanto riguarda l'obiettività, dunque, il suo rispetto sarebbe dato non tanto dal distacco nei confronti dell'oggetto, ma dalla mancanza del distacco stesso.

Può dunque un giornalista che si occupa di calcio trattare anche problematiche di ordine pubblico, o gli scandali di calcio scommesse o ancora gli aspetti finanziari delle società, con un'obiettività condizionata dal tifo, e pretendere di essere credibile?

In questo caso non si tratta più di un pubblico composto da tifosi, ma da cittadini; infatti se il destinatario del giornalismo sportivo cosiddetto tecnico-agonistico è quasi solamente un appassionato di sport, il destinatario del giornalismo sportivo cosiddetto connesso con, pur essendo comunque appassionato, è interessato alla notizia come cittadino.

2.2 Il calcio di oggi: evento agonistico o spettacolare?

Un'altro dilemma che si pone nel caso del calcio riguarda il fatto che si tratti di un evento agonistico o di un evento spettacolare. Bisogna partire dalla consapevolezza, affermata nel tempo, che nel caso dello sport, e del calcio in particolare, si tratta di spettacolo, dal momento che esiste come fenomeno culturale. Ma non è corretto né svincolarlo da una lato né dell'altro: è più giusto sostenere che oggi il calcio si muova seguendo due codici distinti ma perfettamente integrati tra di loro e che dunque da questa fusione si generi un mix tra sport e spettacolo. Queste ibridazioni possono proiettarsi su diversi campi, primo fra tutti quello dell'informazione.

Per spettacolo si deve intendere una circostanza costruita per creare emozioni collettive. Il fattore emozionale, infatti, è fondamentale nella costruzione dello sport e del calcio come fenomeno culturale di massa, dal momento che fa riferimento a un vasto pubblico che assiste all'evento sportivo e si lascia trasportare e coinvolgere. Naturalmente il pubblico sportivo si raduna per vivere delle emozioni durante la visione. Lo spettacolo calcistico, come abbiamo ampiamente detto, è un polo di attrazione emozionale, attorno al quale viene organizzato un sistema che ne renda più facile la fruizione. Tutto questo processo non è casuale ma organizzato in maniera precisa e razionalizzata, ed è proprio il lavoro di pianificazione dello spettacolo che viene definito come spettacolarizzazione.¹⁸

L'esigenza di produrre un livello sempre maggiore di emozioni collettive porta così a preferire la produzione di spettacolo rispetto all'incremento della performance. Questa produzione di emozioni si articola attraverso spazi che sarebbero di contorno: le fasi precedenti e successive all'evento sportivo, intervalli, rappresentazioni svolte nell'immediato post partita e racconto differito che può avvenire in un arco di tempo che va dalle ore successive a giorni e a settimane seguenti l'evento.

Il calcio si trasforma perciò in un genere comunicativo più complesso, nel quale viene attribuita un'importanza maggiore al piano del discorso. Il piano agonistico muta da testo in pre-testo, dal momento che cessa di essere la struttura cardine dello spettacolo e della narrazione, per diventare un repertorio di contenuti da utilizzare sotto forma di frammenti. Ci

¹⁸ Ivi, p. 114

sono diverse modalità di utilizzo, ma quella che spicca maggiormente è sicuramente quella dello *storytelling*, di cui tratteremo ampiamente nei capitoli successivi. Il calcio grazie alla sua fama a livello universale, è stata la disciplina sportiva raccontata di più nel corso degli anni. Le grandi squadre, le imprese storiche, i personaggi che ne hanno segnato la storia, divengono tutti oggetti di narrazioni e racconti che vanno al di là del piano agonistico e il registro narrativo che viene utilizzato plasma esso stesso il calcio.

Ciò che delinea il cambiamento sta nel fatto che la narrazione si afferma all'interno di spazi fino ad allora estranei a tutto ciò. Il primo fra tutti è lo spazio che riguarda la partita di calcio: come abbiamo già detto precedentemente, in esso assume un peso sempre maggiore la parola rispetto all'immagine. Il commento non è più didascalico ma diventa narrativo e assume un ruolo importante sia il racconto di aneddoti che quello delle storie di vita personali degli atleti in gara. Mentre il giudizio espresso dagli analisti è mutato notevolmente nel modo di rappresentare il calcio in TV, dato che i materiali utilizzati per la narrazione della partita non solo si ritrovano soltanto nella partita stessa, ma provengono da un repertorio esterno. I giocatori vedono il loro profilo diviso in due parti: da un lato quello del performer, osservabile attraverso lo svolgimento della partita stessa, dall'altro quello del personaggio con la sua sfera e biografia pubblica e privata. Una volta preso piede questo doppio registro del racconto, ci troviamo davanti a un'ibridazione tra la cronaca e la narrazione, tra la temporalità legata a ciò che succede in campo e una temporalità fluida che è invece un mix di fatti avvenuti in precedenza e spunti ricavati dallo svolgimento della gara.

In conclusione, il risultato di tutto questo processo è un innovativo equilibrio di prodotto che permette al calcio televisivo di essere un genere multidimensionale. Alla dimensione agonistica se ne sommano altre, importanti allo stesso modo per quanto riguarda la realizzazione dello spettacolo e la sua diffusione su ampia scala. La polarizzazione che si crea dunque tra sport e spettacolo, genera una dialettica di equilibrio mutevole, ma che vede sempre una prevalenza della spettacolarizzazione rispetto alla dimensione agonistica.

Questa nuova tendenza porta a una progressiva crescita dello sport come fenomeno culturale di massa: il suo pubblico, essendo un essere collettivo fautore dello sport, impegna i propri mezzi e le proprie risorse per sperimentare emozioni forti. Di conseguenza, l'organizzazione

industriale inizia a creare spettacoli sempre più coinvolgenti per il trasporto emotivo di un'audience diversificata.

I mass media stanno influenzando sia i regolamenti che i calendari dello sport, causando un fenomeno che si può definire "invasione di campo".¹⁹ Questo porta a due tendenze: la "moviolizzazione" in cui la televisione diventa il giudice finale e modifica la dimensione temporale e spaziale dell'evento sportivo, e la "drammatizzazione" che vede il calcio come una narrazione drammatica.²⁰ Il calcio è infatti il format ideale per la narrazione grazie alla sua durata ed è inoltre un racconto di serialità: la partita di calcio emoziona non solo per la bellezza del gioco, ma anche per la sua natura avvincente come una serie tv ricca di colpi di scena. Viene replicata ogni settimana e diventa sempre più un intrattenimento a caccia di un pubblico generalista, utilizzando linguaggi che riformattano i format sportivi. La rappresentazione mediatica influenza i codici dello sport creando un racconto televisivo che mette al centro la vita dell'atleta piuttosto che la sua performance. L'identità agonistica viene alterata per costruire un evento che attiri il maggior numero di spettatori possibile.

La componente di antagonismo, tipica del gioco televisivo, viene esasperata a discapito di altri valori dello sport. Anche il record, un tempo epocale, diventa ordinario a causa della sovrapproduzione di performance. Lo sport diventa intrattenimento e una forma di contenuto che si posiziona come competitor rispetto ad altri generi. Questo cambiamento influisce sulla figura dell'atleta, che viene progressivamente privato della sua dimensione epica e viene mostrato come una persona comune con affetti, speranze e delusioni e con una vita privata come tutti. La copertura televisiva si concentra sulla rappresentazione dello sport secondo canoni extra-agonistici e utilizza cliché e archetipi tipici dell'immaginario televisivo, come soap opera o varietà. Gli atleti diventano personaggi televisivi con una relazione solo formale con il mondo sportivo. Questo mondo perde il suo valore per adattarsi ai formati televisivi. Molti sportivi, ad esempio, prendono parte anche a trasmissioni come i *reality show* per rientrare nel mondo dello spettacolo. La loro partecipazione dimostra come lo sport e lo spettacolo siano legati dalla ricerca di emozioni e divertimento per la persona. Inoltre, gli atleti appaiono empre più spesso anche in spot pubblicitari come testimonial 3.0,

¹⁹ Rossi Fabio, Ghirelli Antonio, Grasso Aldo, Ciotti Fabio, "Sport e comunicazione nella società moderna", *Treccani - Enciclopedia dello Sport*, 2003, https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/ (consultato il 05/01/23)

²⁰ Ibidem

introducendo un nuovo corso legato al valore dello sport come evento da seguire e praticare perchè portatore di benessere fisico e mentale.

2.3 Il data journalism

Anche se non è ancora molto sistematico, il *data journalism*, ossia quel tipo di giornalismo che si basa sull'interpretazione di dati e di pratiche statistiche, è da tempo prevalente come mezzo di distribuzione di informazioni sul calcio in Italia. Uno degli esempi più diffusi e visibili è l'analisi pre e post partita attualmente condotta dai tre principali quotidiani sportivi nazionali, che studiano le partite utilizzando serie temporali (pre-partita) e dati tracciati durante l'evento (post-partita) e li restituiscono ai lettori sotto forma di infografiche e commenti. Lo stesso sta avvenendo anche nel campo della televisione: dal 2010, la trasmissione pubblica sotto il nome di *Domenica Sportiva*, trasmissione che racconta tutti gli eventi sportivi della domenica, attraverso le sintesi della redazione, le immagini salienti e le interviste esclusive ai protagonisti delle varie competizioni, è disponibile per quasi tutti i principali operatori commerciali, da *Mediaset* a *Sky*, a *Eurosport* oltre che ai canali tematici dei vari club.²¹ Nonostante l'apparente differenziazione, il materiale di base si ritrova in quasi tutte le ricette televisive. Da parte delle emittenti, oltre ai classici presentatori, atleti, allenatori e opinionisti, c'è ora una presenza costante di analisti, esperti nell'interpretazione dei dati sia numerici che analogici. Lavagne, infografiche interattive, simulazioni virtuali e realtà aumentata sono elementi integranti della grammatica della televisione, del calcio e del giornalismo moderni.

Inoltre, l'interazione in tempo reale attraverso i social media è forse il cambiamento più macroscopico: un esempio può essere la recente strategia di integrazione di Twitter nel testo televisivo che ha reso i *tweet* l'equivalente funzionale dei tradizionali messaggi di testo. Gli operatori dei media vedono un'enorme opportunità di arricchimento del loro intrattenimento grazie alla quantità di eventi, azioni e prestazioni che possono essere trasformati in dati. Questi dati forniscono molte opportunità per la discussione e lo spettacolo, rendendo possibile una vasta offerta di intrattenimento.

La ricerca di informazioni e dati prima, durante e dopo le gare è diventata una parte importante delle esigenze e motivazioni dei tifosi e appassionati di sport. Questi individui, soprattutto quelli che possiedono una forte identificazione con un determinato sport o squadra,

21 Tivaldo Giuseppe, Gritti Marco, "Il giornalista nel pallone. Il racconto del calcio nell'era dei «Big Data»", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale*, 1/2015, pp. 35-56, <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79606>

utilizzano i dati per aumentare la loro conoscenza e padronanza del gioco, alimentando così la loro passione e il loro senso di appartenenza. I dati aiutano anche i fan ad arricchire la loro opinione e valutazione su atleti, squadre, performance e campionati, e a supportare discussioni e dibattiti con altri appassionati durante e dopo le gare, sia di persona che attraverso i social network.

Nonostante l'uso sempre più frequente dei dati algoritmici nell'analisi delle prestazioni calcistiche, i valori come l'emozione, il rituale e il non-razionalismo sono ancora elementi fondamentali della narrazione dello sport e del suo significato simbolico. Le storie intorno alle competizioni e ai suoi protagonisti mantengono aspetti epici come gloria, fallimenti, talento, lavoro duro, ostilità, compassione e così via. Tuttavia, oggi questi elementi sono sempre più integrati con l'analisi dati al fine di supportare le decisioni degli operatori sportivi, medici e addetti alla preparazione atletica, nonché l'elaborazione delle opinioni dei tifosi appassionati.

Tuttavia, è facile immaginare che i cambiamenti più rapidi e significativi riguarderanno il web. Sono stati creati siti web progettati per raccogliere dati, o raccogliere ed estrarre informazioni sul calcio. Oltre all'analisi univariata per competizione e campionato, molte piattaforme possono creare metriche sintetiche basate sui propri algoritmi.²²

Ma facendo un attimo un passo indietro e guardando al racconto calcistico, possiamo notare come la natura narrativa del calcio sia intrinseca in ogni partita e in ogni torneo. Gli elementi della narrazione sono i personaggi, che sono caratterizzati da tratti specifici come il ruolo sul campo, il talento o il temperamento, che si muovono all'interno del contesto storico del campo di gioco. Gli eventi sono le azioni dei personaggi e gli avvenimenti che hanno un impatto significativo sulla trama del match. I giocatori devono dimostrare qualità fisiche, tecniche e comportamentali, che devono essere funzionali alla gestione delle situazioni cruciali del gioco. Inoltre, il caso, la fortuna, l'errore di un giocatore, di un allenatore o di un arbitro, contribuiscono a rendere la partita avvincente e ricca di drammaturgia. La partita è una storia che ha al suo cuore l'imprevedibilità, elemento essenziale che rende la partita un'avventura incerta e appassionante.

22 Ibidem

È proprio per mezzo di questo impianto emozionale e simbolico che la partita di calcio può instaurarsi come rituale sociale e creare una forte appartenenza alla comunità. Tuttavia, l'evoluzione delle analisi dei dati sta influenzando il modo in cui la partita viene costruita e consumata dai media e dal pubblico. La quantità di informazioni estratte dall'evento, ossia i *Big Data*, che sono organizzati e presentati in modo da soddisfare le esigenze di consumo, stanno soppiantando la tradizionale narrazione giornalistica e televisiva.²³ Le analisi tattiche, presentate anche durante una breve interruzione della partita o tra il primo e il secondo tempo, basate sull'intelligenza artificiale e che forniscono informazioni in tempo reale sulla partita, stanno diventando sempre più diffuse e accessibili attraverso vari supporti mediatici. Possiamo notare come le partite di calcio, insieme a resoconti post-gara più tradizionali, realizzano una sorta di prolungamento che non si basa tanto su una ricostruzione dell'evento per quanto riguarda il suo racconto e lo sviluppo della sua trama, ma si basa piuttosto su una serie cospicua di informazioni estrapolate dall'evento stesso e organizzate secondo criteri di consumo precisi. Di conseguenza il rapporto dei fan del calcio con le partite si basa su una temporalità più simile a quella di un *prosumer* che di uno spettatore.²⁴ Durante la partita, seguendo i movimenti dei giocatori in campo, essi consumano dati e grafici con un ritmo irregolare e breve, senza superare la semplice visualizzazione della riproduzione.

Il giornalismo sportivo ha ereditato un'arte che combina il tecnicismo con stili poetici di narrazione tipici del racconto letterario. In passato, la cronaca animata e commentata e il discorso retorico erano parte integrante della narrazione della partita di calcio. Autori come Gianni Brera, Giovanni Arpino, l'inimitabile voce di Sandro Ciotti, o ancora il tono ironico con il quale Luigi Necco raccontava le partite del Napoli di Maradona nella trasmissione *90° minuto*, hanno contribuito a creare una storia della partita, dando un significato narrativo unico all'evento.²⁵ Il loro modo di raccontare, di creare una storia della partita costituiva il centro del consumo di cultura sportiva del periodo dei media di massa del secondo Novecento. In quel periodo, il giornalismo sportivo si concentrava sul rendere l'evento più avvincente, piuttosto che fornire dati e analisi quantitativi. La retorica dell'evento calcistico si basava sulla capacità di creare un'intrigo narrativo persuasivo. Tuttavia, oggi questa forma di

23 Bifulco Luca, Bory Stefano, "Le nuove trame del calcio. I big data tra racconto, performance, previsione e valutazione in ambito calcistico", *H-ermes. Journal of Communication*, 17 (2020), p. 79, <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes/article/viewFile/23120/19362>

24 Ibidem

25 Ivi, p. 80

restituzione e consumo dello sport sta perdendo peso rispetto ai modelli di analisi quantitativi e statistici. La tecnologia digitale ha cambiato il modo di presentare la partita, che ora viene mostrata attraverso *highlights* discontinui accompagnati da analisi schematiche e statistiche. Anche se in passato le cifre erano importanti, erano orientate a creare un intreccio che rispettasse il tempo della partita, piuttosto che a estrapolare i numeri. Il rapporto con i dati è ora fondamentalmente diverso.

L'uso dei dati quantitativi da parte dei professionisti dell'informazione serve sia come supporto per il loro discorso, fornendo un'aura di scientificità e oggettività, che come fonte di ispirazione per nuovi punti di vista. Da un lato, i dati sono visti come depositari di chiavi di lettura innovative che possono confortare lo svolgimento dei temi principali della narrazione, dall'altro lato, servono a dare maggiore attendibilità ai contenuti espressi e a chi li esprime. In entrambi i casi, l'uso del dato è visto come importante per la reputazione professionale, in quanto denota la capacità di utilizzare un approccio scientificamente fondato. Come evidenziato da Giuseppe Tipaldo e Marco Gritti, molte volte i giornalisti sono animati dalla possibilità di sfruttare la validità del messaggio basato sul dato come mezzo per aggiungere ulteriore inattaccabilità alle loro tesi e posizioni²⁶. Le argomentazioni più comuni sull'utilità dei dati quantitativi nel giornalismo possono dunque essere suddivise in due macro categorie: in primis, i dati come dispositivo estetico in grado di conferire autorità al messaggio e, a sua volta, alla fonte che lo produce, ossia i dati come ausilio all'emergere di un'agenda supplementare o alternativa alla storia principale. In secondo luogo, c'è chi sostiene che i dati possano essere un aiuto efficace per "spiegare ciò che i giornalisti hanno notato e i lettori no, o ciò che nemmeno i giornalisti avrebbero notato"²⁷, come sostiene un giornalista della *Gazzetta dello Sport*.

L'oggetto del giornalismo calcistico non è un evento di per sé scientificamente irricognoscibile, e certamente non è qualcosa che possa essere ricostruito postumo in modo realistico: qui sta il suo valore. Per citare Marc Bloch, uno dei più grandi storici francesi del XX secolo, che ha scritto proprio del rapporto tra eventi e conoscenza, "il passato è per definizione un dato che nulla più modificherà. Ma la conoscenza del passato è cosa in evoluzione, che senza posa si

26 Ivi, p. 82

27 Tipaldo G., Gritti M., op. cit., p. 51

trasforma e si perfeziona"²⁸. I dati calcistici, come quelli storici, sono quindi soggetti alla costruzione scientifica giornalistica e possono essere visti come una componente non esclusiva dell'interpretazione degli eventi, fisiologicamente condizionata, ma non per questo inaffidabile, dalla finestra di coscienza dell'interprete. Coloro che si annoverano in questa posizione fanno spesso riferimento al ruolo del contesto piuttosto che a quello della destinazione, proponendo quindi espressioni di giornalismo calcistico volte a massimizzare la funzione referenziale.

Tra i giornalisti vi sono dunque diversi metodi di pensiero per quanto riguarda l'utilità e l'utilizzo dei *Big Data*, ossia, come dicevamo, dell'utilizzo di una raccolta di dati informatici e statistici di grande portata. Alcuni sostengono che spettacolarizzazione e approfondimento mediante l'uso di dati possono lavorare insieme e che ogni notizia di un certo spessore può essere corroborata da statistiche e da numeri; altri affermano che sia necessario contestualizzare, ovvero sviluppare: non utilizzare i dati in maniera fredda, ma servirsene per sviluppare un commento, ad esempio per "smascherare" alcune dichiarazioni e alcune giustificazioni che proliferano nel calcio. Altri ancora sostengono che gli obiettivi sono, da un lato, approfondire per evitare pagine inutili e banali, dall'altro lato, spiegare qualcosa di più al lettore che assiste alla partita; ma i numeri, che sono il centro dell'analisi, sono sicuramente indispensabili. Molti affermano anche che è necessario creare interesse nel lettore: si può parlare e scrivere attraverso una frase, uno sguardo, un'arrabbiatura, e tirarci fuori un articolo interessante. Ancora c'è chi sostiene che, se non si possiedono i concetti, non è sicuramente riempendosi di numeri e dati che si risolve il problema. Infine alcuni giornalisti affermano che bisogna conoscere le statistiche perché hanno valore scientifico, e bisogna prepararsi centinaia di dati ma soprattutto contestualizzarli perché i dati non vanno tirati fuori a caso.²⁹

28 Bloch Marc, *Apologia della storia o mestiere di storico*, Torino, Einaudi, 1998, (citato da Tiplido G., Gritti M., op. cit., p. 48)

29 Ivi, p. 49

2.4 Come i Big Data hanno trasformato il giornalismo sportivo

Dopo questa lunga osservazione ci poniamo allora una domanda: quali sono, dunque, le implicazioni della diffusione del *data journalism*, considerando l'utilizzo dei *Big Data*?

Il calcio, come qualsiasi altro sport, è composto da misurazioni, numeri e indicatori quantitativi, ed è per questo motivo che il *data journalism* ha un campo di applicazione particolare, meno dirompente però rispetto ad altri campi sociali. Dal momento che il calcio rimane comunque un gioco e mantiene saldo il suo valore di intrattenimento e ludicità, l'uso dei dati deve essere conciliato con i requisiti più generali dei sistemi di informazione e intrattenimento, il cosiddetto *infotainment*.³⁰

L'utilizzo dei *Big Data* richiede una profonda trasformazione nell'ambito giornalistico. L'informazione quantitativa nel giornalismo entra di fatto nell'intero corso dell'evento sportivo, ossia come abbiamo visto, nel prima, durante e dopo partita; contiene elementi narrativi, diagnostici, predittivi e prescrittivi e si basa su specifici registri narrativi. Tra l'altro, i fornitori di dati presentano un'ampia gamma di clienti e c'è una certa somiglianza tra i metodi analitici utilizzati dalle diverse figure professionali, come giornalisti, tecnici, preparatori atletici e operatori delle scommesse. Tutti questi individui utilizzano i dati per raggiungere obiettivi diversi: i tecnici per comprendere l'avversario, le scelte tattiche di gioco, i giocatori da schierare o da ingaggiare; i preparatori e medici per prevenire infortuni e garantire ai giocatori una corretta forma fisica; i giornalisti per presentare una partita, commentarla, cercare di prevederne l'esito e attirare l'attenzione del pubblico attraverso un'astuta scelta di temi e contenuti da presentare. O ancora, il settore delle scommesse utilizza i dati per stabilire probabilità e quote scommettibili. Nonostante gli obiettivi diversi, tutti questi professionisti utilizzano i dati in modo analitico per ottenere informazioni preziose, metodo che ne permette di aumentare il loro valore nel settore sportivo.

L'utilizzo diffuso di informazioni quantitative ha portato alla necessità del cambiamento dei format televisivi e dell'integrazione di nuove figure professionali, come ad esempio analisti ed esperti, che sono in grado di tradurre e far comprendere l'importanza di questo metodo ad un pubblico ampio e diversificato. Inoltre, l'uso di tecnologie hardware e soprattutto software per elaborare e restituire informazioni sotto forma di infografiche, simulatori di vita, realtà

30 Ivi, p. 53

aumentata, ecc. sono ormai integrati nella grammatica del giornalismo calcistico televisivo e online.

I dati, da un lato, completano e rafforzano la narrazione principale, forniscono nuove notizie e prospettive. D'altra parte, possono assumere valore come dispositivi estetici in grado di dare maggiore credibilità al discorso giornalistico stesso. Pertanto, se utilizzati come chiave predittiva, possono, ad esempio, contribuire a suscitare l'interesse nelle persone in attesa dell'inizio di una partita o di un torneo. In ogni caso, l'utilizzo di informazioni quantitative nel giornalismo sportivo può essere utilizzato come fonte di energia, a seconda della strategia di argomentazione, che può fungere sia da pretesa di oggettività che come mero aiuto all'interpretazione. Allo stesso modo, tali dati possono essere utilizzati per altri impieghi a seconda per esempio delle esigenze di spettacolarizzazione o comunicazione, oppure al contrario, per un approfondimento più ampio e articolato.

Per citare alcuni esempi concreti di trasmissioni televisive che fanno uso dei *Big Data* nella narrazione degli eventi calcistici, possiamo nominare: *Sky Calcio Club*, il programma condotto da Fabio Caressa, in onda al termine del posticipo domenicale di Serie A, sui canali *Sky Calcio* e *Sky Sport*. E' dedicato agli approfondimenti sul mondo del calcio italiano: infatti, nel corso del programma vengono mostrati i gol di giornata e vengono trattate le tematiche connesse alle partite giocate, con interviste ai calciatori direttamente sul campo di gioco e con appunto analisi delle azioni salienti, tramite la *Sky Sport Tech* (figura 3-4), e dei dati statistici del campionato, con l'ausilio di algoritmi e modelli predittivi (figura 5-6).³¹

31 "Sky Calcio Club", *Wikipedia*, https://it.wikipedia.org/wiki/Sky_Calcio_Club (consultato il 10/02/23)



*Figura 3 Fonte: Sky Calcio Club di Fabio Caressa, puntata del 2023
Esempio dell'utilizzo della Sky Sport Tech*



*Figura 4 Fonte: Sky Calcio Club di Fabio Caressa, puntata del 2023
Esempio dell'utilizzo della Sky Sport Tech*



Figura 5 Fonte: Sky Calcio Club di Fabio Caressa, puntata del 2022

Esempio dell'uso dei Big Data nei programmi TV sul calcio



Figura 6 Fonte: Sky Calcio Club di Fabio Caressa, puntata del 2022

Esempio dell'uso dei Big Data nei programmi TV sul calcio

Un'ulteriore esempio può essere la trasmissione *Pressing*, in onda sulle reti *Mediaset* la Domenica e il Lunedì, sempre sulla tematica dell'approfondimento calcistico. È un classico *talk show* sul calcio, che analizza i gol e la cronaca della domenica calcistica con interviste e analisi delle partite insieme a un gruppo di opinionisti in studio.³² Anch'esso fa uso dei *Big Data* nell'analisi delle tematiche calcistiche prese di volta in volta in considerazione.

32 "Pressing (programma televisivo)", *Wikipedia*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Pressing_\(programma_televisivo\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Pressing_(programma_televisivo))



Figura 7 Fonte: Pressing di Giambattista Avellino e Marino Bartoletti, puntata del 2023

Esempio dell'utilizzo dei Big Data nei programmi Tv sul calcio



Figura 8 Fonte: Pressing di Giambattista Avellino e Marino Bartoletti, puntata del 2023

Esempio dell'utilizzo dei Big Data nei programmi Tv sul calcio

(consultato il 12/02/23)

Infine citiamo il programma di natura più recente, ossia *Football Analyst*, in onda su Sky Sport 24 da Marzo 2022 e condotto da Andrea Marinozzi e Paolo Ciarravano, i quali analizzano dati e statistiche della *match analysis*, cercando di dimostrare che dietro alcuni dati che potrebbero sembrare insignificanti vi è tanto calcio giocato. In questo programma i conduttori utilizzano i numeri e i dati calcistici come strumento in grado di analizzare e tenere d'occhio giocatori, squadre e anche ipotizzare possibili vittorie o sconfitte.³³ Rispetto agli altri due programmi citati questo rappresenta quello più ricco e fornito di algoritmi, infografiche, tabelle statistiche e via dicendo e che quindi fa uso maggiormente dei *Big Data* (figura 9-10).



Figura 9 Fonte: *Football Analyst* di Andrea Marinozzi e Paolo Ciarravano, puntata del 2022
Esempio dell'utilizzo dei *Big Data* nei programmi Tv sul calcio

33 "Football Analyst, la nuova rubrica di Sky Sport 24 sui numeri del calcio", *Sky Sport*, 4/03/22 <https://sport.sky.it/calcio/2022/03/04/football-analyst-su-sky> (consultato il 13/02/23)



Figura 10 Fonte: Football Analyst di Andrea Marinozzi e Paolo Ciarravano, puntata del 2022

Esempio dell'utilizzo dei Big Data nei programmi Tv sul calcio

3. LA NARRAZIONE CALCISTICA IN TV DALLE SUE ORIGINI AI GIORNI NOSTRI

Nonostante la carta stampata e la radio abbiano cercato di dare dignità letteraria al calcio raccontandone le vicende tramite le opere di scrittori di gesta sportive, come Gianni Brera e Giovanni Arpino, la televisione italiana ha iniziato a narrarlo solo di recente. Sebbene il calcio ebbe, come abbiamo visto, una grande fama a livello sociale, non riuscì allo stesso modo a trovare un meccanismo editoriale che portasse la televisione ad andare oltre la semplice cronaca dell'evento sportivo sul piano agonistico e a cogliere il valore culturale e simbolico del calcio. Così, a lungo ignorato come fenomeno sociale e culturale, solo negli ultimi 20 anni la televisione ha cominciato a sperimentare i nuovi codici della narrazione calcistica, grazie al successo di trasmissioni come *Sfide*, che rappresenta il primo vero programma che cercò di costruire un racconto televisivo sul calcio e sullo sport in generale.³⁴

Ne seguirono tutta una serie di progetti e format di narrazione di storie calcistiche e sportive profondamente legate alla storia e alla cultura di massa. Questo ha portato alla nascita di un vero e proprio genere televisivo dello *storytelling* calcistico, con i suoi programmi tipici, come ad esempio, *Lo sciagurato Egidio* e *L'uomo della domenica* di Giorgio Porrà, o ancora i cicli di *Federico Buffa racconta* e le *Storie* di Matteo Marani, che analizzeremo in seguito e che hanno influenzato anche altri media come libri, radio, *podcast* e internet, assieme ai social network che diventano anch'essi custodi parziali della memoria calcistica.³⁵

Per capire com'è nato il desiderio di narrare le gesta del calcio e dei suoi protagonisti, è necessario prima ricostruire la storia del giornalismo sportivo in Italia. Partendo dalla classificazione proposta da Gian Paolo Ormezzano nel libro *I Cantaglorie*, la storia del giornalismo sportivo si può suddividere in tre fasi: l'età dei "cantori" con cronisti (Ruggero Radice, Bruno Roghi, Bruno Raschi) e scrittori (Dino Buzzati, Alfonso Gatto) che intrecciavano l'evento sportivo con divagazioni di colore; la stagione degli "erotisti" (con a capo Gianni Brera) che analizzavano il gesto tecnico e si specializzavano nei contenuti; l'epoca dei "pornografi" dove i quotidiani sportivi sono stati sostituiti dalla televisione e dai

34 Marino Carmine, "Il gioco più bello del mondo: la narrazione del calcio da Sfide ai programmi di Federico Buffa", *GliEroidelCalcio.com Storia da Raccontare*, 09/09/21, <https://www.gliroidelcalcio.com/2021/09/09/il-gioco-piu-bello-del-mondo-la-narrazione-del-calcio-da-sfide-ai-programmi-di-federico-buffa/> (consultato il 10/01/23)

35 Ibidem

nuovi media, che hanno obbligato ad una comunicazione rapida ed essenziale, eliminando quasi totalmente lo spazio per approfondimenti e riflessioni più lunghe.³⁶

Tuttavia, negli ultimi anni, la televisione ha assunto un ruolo diverso raccogliendo l'eredità del giornalismo scritto, cercando di nobilitare la materia calcistica raccontando ciò che non si vede sul campo da calcio, ispirandosi al cinema, alla musica, alla letteratura e alla storia. Questo ha talvolta reso la cornice, ossia lo *storytelling*, più interessante dell'evento calcistico stesso.

Nella seconda metà degli anni '80, la *Rai* ha tentato, anche se in modo disorganizzato e sporadico, di avvicinarsi al calcio con un approccio diverso, per lo più ascrivibile a una via di mezzo tra cronaca e memoria. Il primo esempio di questo tipo è sicuramente *Tv Stadio*, andato in onda su *Rai1* nell'estate del 1985. La trasmissione è stata ideata pensandola come un'enciclopedia del calcio italiano, costituita da otto percorsi tematici tra cui le più importanti sono le retrospettive sulla Nazionale italiana, nella quali vengono ripercorse le sue partite storiche contro l'Inghilterra, la Germania e il Brasile; ed episodi dedicati alla rivalità tra i grandi club del calcio italiano. Inoltre, *Tv Stadio* accompagnava la riproduzione di filmati d'archivio con le testimonianze in studio di calciatori e allenatori di ieri e di oggi, con la finalità di cercare un legame tra le tradizioni calcistiche del passato e quelle del presente.

Altra trasmissione che è stata un'evoluzione della storia degli eventi calcistici in TV, è *Campioni - Le più belle partite della nostra vita*, trasmesso su *Rai3* nel 1987. Il programma proponeva la narrazione di dieci partite famose giocate tra il 1964 e il 1984 come pretesto per riflettere sui cambiamenti sociali e culturali dell'Italia. Con i suoi conduttori Andrea Barbato, Enzo Biagi e Gianni Minà, utilizzava un approccio più romantico che tecnico all'evento calcistico e ha ispirato molte altre trasmissioni postume dedicate alla memoria del calcio.

Anni azzurri - Memorie di mezzo secolo tra sport e costume, trasmesso su *Raitre* nel 1994-1995, è l'esempio di un altro programma che ha contribuito a creare una nuova concezione del racconto sportivo.³⁷

36 Ibidem

37 Ibidem

Successivamente, alla fine degli anni '90 c'è stato un cambiamento decisivo nel modo di intendere e raccontare lo sport, con la nascita di una casa editrice specializzata, *Limina*, con sede ad Arezzo e fondata da Gabriele Maietti, che ha intuito le potenzialità della narrazione nello sport. Nello stesso periodo, anche la televisione si è spostata in questa direzione, anche per la necessità di nuove formule e linguaggi, in quanto i grandi eventi hanno iniziato a spostarsi sulle piattaforme satellitari *pay-per-view*.

Nel 1998 debutta su *Rai3*, in seconda serata, il programma di punta, nominato in precedenza, di questa nuova generazione di narrativa sportiva: *Sfide*. Il programma, condotto da Simona Ercolani e Giovanni Filippetto, ha voluto presentare storie di sport e di calcio con un approccio diverso, con un focus sul lato umano dei grandi personaggi dello sport, piuttosto che sull'analisi tecnica e gli approfondimenti. Questa scelta è stata determinante per il successo di *Sfide*, che è approdato in prima serata raccontando profili di campioni amati, come per esempio Ayrton Senna, Gilles Villeneuve, Marco Pantani, oltre che una serie di speciali sulla storia dei Mondiali di calcio. La rivisitazione degli eventi diventa una celebrazione sistematica delle emozioni, particolarmente evidente nell'episodio dedicato alla vittoria dell'Italia ai Mondiali di Germania 2006, intitolato *Riscatto Azzurro*.³⁸ In questa puntata del 2009, gli autori di *Sfide* hanno seguito il processo di riscatto del calcio italiano dallo scandalo *Calciopoli* al trionfo nella finale di Berlino, inquadrandolo in una dimensione epica, rafforzata soprattutto dal tono della narrazione.

L'evoluzione maggiore nel rapporto tra calcio e media avviene però all'inizio degli anni 2000, quando la *pay-tv* inizia a contagiare linguaggi, generi e stili, proiettando il calcio in una dimensione culturale e sociale più vasta. Questo è stato il tratto distintivo di trasmissioni di culto come *Lo sciagurato Egidio*, andato in onda inizialmente su *Tele+ Nero*, poi su *Sky Sport*, dal 2002 al 2006, che ha ribaltato il punto di vista sulle questioni calcistiche, permettendo da un lato a scrittori, intellettuali e registi di discutere questioni tecniche e lasciando dall'altro ai calciatori il compito di esplorare il calcio e l'ambiente culturale.

Questa mescolanza di stili e contenuti ha ispirato successivamente *L'uomo della domenica*, una trasmissione andata in onda su *Sky Sport* dal 2016 che mostra una serie di monografie sui

38 Ibidem

personaggi del calcio italiano, dove ogni episodio si sviluppa intorno a tre parole-chiave introdotte da una citazione cinematografica e da una massima, diventando così un argomento di cultura e di discussione di alto livello.³⁹

Il personaggio simbolo di questo processo di teatralizzazione del racconto calcistico è senza dubbio Federico Buffa, considerato l'emblema dello *storytelling* contemporaneo.

Apriamo dunque una parentesi per analizzare nello specifico il fenomeno dello *storytelling* sportivo e calcistico della nostra epoca, per poi passare all'analisi di un autore importantissimo in questo ambito, come Buffa.

39 Ibidem

3.1 Lo storytelling calcistico contemporaneo

L'era digitale e la diffusione di Internet hanno cambiato la natura del giornalismo e hanno portato alla necessità di utilizzare lo *storytelling* come tecnica per raccontare storie che vadano oltre le semplici notizie. Ciò è dovuto alla pervasività, immediatezza e interattività dei mezzi digitali, che hanno reso il web la principale fonte di conoscenza della realtà e hanno messo in discussione la centralità delle testate giornalistiche tradizionali come *gatekeeper* dell'informazione. Nel sistema odierno le *breaking news* non sono più sufficienti, per questo motivo infatti, i media internazionali hanno iniziato recentemente a ricercare storie che andassero oltre la semplice notizia.

Lo *storytelling* è un'arte antica che consiste nel raccontare storie per catturare l'attenzione e l'interesse del pubblico. A partire dagli anni Novanta del Novecento, negli Stati Uniti come in Europa, lo *storytelling* è diventato uno strumento utilizzato da aziende, organizzazioni e nella comunicazione politica per persuadere il pubblico. La capacità di raccontare storie è stata trasformata dall'industria dei media e dal capitalismo globalizzato nel concetto di *storytelling*, diventando un'arma potente per influenzare le opinioni dei consumatori e dei cittadini. Questo ha portato alla cosiddetta *narrative turn*.⁴⁰

È vero che il concetto di narrazione esiste da molto tempo, ma l'utilizzo del termine *storytelling* è diventato più popolare negli ultimi anni a causa della crescente importanza della comunicazione visiva e della necessità di catturare l'attenzione del pubblico in un mondo sempre più affollato di informazioni. Tuttavia, il principio fondamentale della narrazione rimane lo stesso, ovvero quello di raccontare storie per coinvolgere e connettersi con il pubblico. Inoltre, lo *storytelling* è diventato una disciplina scientifica e viene utilizzato in molte aree, come la politica, il marketing, lo sport e la trasmissione di conoscenza e informazione. Il suo obiettivo è quello di coinvolgere emotivamente il pubblico attraverso una narrazione accattivante e autentica.

40 Candelori Gabriele, *Dalle radiocronache al modello Buffa: l'evoluzione dello storytelling calcistico nei media italiani* [tesi di laurea], Roma, Università degli studi di Roma "La Sapienza", 2017, p. 12, https://www.academia.edu/35602855/Dalle_radiocronache_al_modello_Buffa_levoluzione_dello_storytelling_calciistico_nei_media_italiani

Per quanto riguarda lo *storytelling* in ambito prettamente sportivo e calcistico, consiste nella capacità di raccontare storie sulle partite o sugli atleti in maniera coinvolgente e accattivante, andando oltre la pura cronaca. Questo può includere analisi ed elementi di ambiti diversi come politica, musica e socialità, creando una narrazione che trascende il semplice aspetto sportivo. E' una tecnica di comunicazione che consiste nell'arte di raccontare storie con l'obiettivo di catturare l'attenzione e l'interesse del pubblico, creare coinvolgimento emotivo e trasmettere messaggi in modo efficace.⁴¹

A livello sportivo e calcistico si è evoluto negli ultimi anni diventando una forma di narrazione più soggettiva e mirata a creare un'emozione forte e autentica nello spettatore. La retorica dell'avvenimento ha come obiettivo di unire elementi linguistici, visivi e narrativi per creare un'esperienza coinvolgente che trasmetta autenticità e conoscenza dell'evento sportivo. Il ritmo e la combinazione di stili diversi sono importanti per creare significati condivisi e un'esperienza immersiva per lo spettatore. Lo *storytelling* nello sport è diventato un'arte che ha lo scopo di persuadere e di creare emozioni, che risuona con l'immaginario collettivo e si pone come un modo di raccontare storie che coinvolge e ispira il pubblico.

È vero che con l'avvento di internet e delle piattaforme di social media, la diffusione dell'informazione è diventata molto più rapida e accessibile, facendo in modo che la costruzione dello *storytelling* diventasse un processo quotidiano e quasi istantaneo. La capacità di condividere informazioni e narrazioni in tempo reale ha cambiato il modo in cui le storie vengono raccontate e percepite dal pubblico. In passato, le informazioni erano più limitate e spesso si creavano miti solo successivamente all'evento, mentre oggi la cronaca e il mito possono coesistere e svilupparsi contemporaneamente. L'ipertrofia dell'informazione presente oggi ha reso più difficile per le storie emergere e avere un impatto significativo, ma allo stesso tempo ha anche creato nuove opportunità per la costruzione e la diffusione delle narrazioni. Lo *storytelling* è emozionale: racconta trionfi, sacrifici e delusioni da cui ripartire, insistendo brillantemente sul recupero della memoria.

Come abbiamo precedentemente accennato, una figura chiave per il mondo dello *storytelling*

41 Ibidem

contemporaneo è indubbiamente Federico Buffa, considerato da molti il miglior narratore della televisione italiana. Egli a tal proposito, ha affermato che

si tratta di un termine abusato, perché l'idea della narrazione c'era già prima e adesso tutto è diventato *storytelling*. Non si tratta solo di una questione televisiva: in un mondo che procede così in fretta, il racconto immediato funziona, tutti vogliono cose descrittive a vari livelli e ciò ha portato allo sviluppo di questa espressione anglofona che tuttavia esisteva prima, così come esisteva prima anche il racconto a livello televisivo.⁴²

E ancora, dichiara che

oggi usiamo così tanto questa parola perché vanno di moda i termini inglesi. Prima, anche se con nomi diversi, questa attività era comunque presente. Le storie si sono sempre raccontate, oggi si nota di più perché tutti lo possono fare, perché ci sono molti più mezzi per farlo; basta avere una telecamera davanti.⁴³

Per quanto riguarda l'importanza della memoria e del ricordo nella costruzione dei suoi racconti e delle sue storie egli ha riferito che

lo storytelling è non smettere di ricordare, mantenendo in funzione l'attività della memoria che va irrorata come se fosse un muscolo e tenuta attiva: tutto parte dalla curiosità che ti fa affezionare a un personaggio e, unita alla memoria e all'affetto verso quello che stai creando emozionalmente, ti aiuta a costruirci attorno qualche cosa.⁴⁴

42 Pajaro Indro, Mazzetti Marco, "Sport, cinema e letteratura nello storytelling di federico buffa", *Magazine, giornalismo multimedia idee*, 15/04/16, <http://www.magazine.it/sport-cinema-e-letteratura-nello-storytelling-di-federico-buffa/> (consultato il 13/01/23)

43 "La sfida dello storytelling: Federico Buffa si racconta", "Storytelling: l'intervista al giornalista che definito un nuovo stile di raccontare lo sport e il mondo", *performancestrategies*, <https://www.performancestrategies.it/marketing-e-comunicazione/federico-buffa-storytelling-intervista/> (consultato il 17/01/23)

44 Pajaro I., Mazzetti M., op. cit.

3.2 Chi è Federico Buffa

Federico Buffa è un giornalista e commentatore sportivo e autore milanese, nato nel 1959, con un precoce interesse per lo sport, infatti da adolescente ha praticato diverse discipline a livello amatoriale; ma già da bambino iniziò a interessarsi a questo mondo e ad esserene totalmente affascinato, grazie all'influenza del padre. Infatti egli racconta:

ogni sera, da piccolo, mio padre mi faceva leggere *L'arcimatto*, la rubrica che Gianni Brera scriveva sul *Guerin Sportivo*. Mi diceva: 'Non importa se non capisci tutto quello che dice, l'importante è familiarizzare con quel linguaggio che sembra non avere niente a che fare con il calcio'. Mi servì a capire che si poteva parlare di sport senza essere legati esclusivamente al fatto tecnico, usando un lessico atipico e mettendoci dentro anche ciò che accade fuori dal campo da gioco. Quando avevo dieci anni, mi regalò *Storia del calcio in Italia* di Antonio Ghirelli. Imparai i nomi degli eroi del pallone, le storie delle loro imprese, il fascino delle mitologie, l'influenza di quello che accadeva lontano dagli stadi. A furia di leggerlo, lo consumai.⁴⁵

Nel 1978 si trasferisce negli Stati Uniti per studiare sociologia alla sessione estiva dell'UCLA, durante la quale assiste ai primi campionati universitari e alle partite di basket dell'NBA. L'America è stata una nazione che ha avuto una grande influenza sul suo percorso, infatti Buffa afferma:

l'America è stato il luogo fondamentale per la prima parte della mia vita. Dopo, ho cominciato a guardare verso oriente. La prima cosa che mi colpì furono gli spazi e il modo con cui gli americani davano tutto per scontato: disponevano di venti campi per giocare a tennis, tutto era così lontano e differente da quello che concepivamo noi italiani. Non si trattava solo di epica diversa, ma di un approccio diverso all'esistenza. Allora iniziavi ad avvertire l'esigenza del perché loro fossero così avanti e ancora adesso ho il bisogno di andare negli Stati Uniti perché ho la sensazione di vedere in anticipo quello che poi verrà anche in Italia.⁴⁶

Dopo questa esperienza e in seguito al suo rientro in Italia, ha scritto il suo primo articolo, che è stato poi pubblicato sulla rivista specializzata *SuperBasket*. Successivamente è stato promosso giornalista nella stessa redazione.

Nel 1980 inizia a lavorare come agente, rappresentando giocatori di basket del campionato di

45 Candelori G., op. cit., p. 65

46 Ivi, p. 63

Serie A e il cestista Mike Mitchell; quattro anni dopo diventa commentatore radiofonico ufficiale delle partite dell'Olimpia Milano, per un breve periodo insieme al futuro collega Flavio Tranquillo.

Diventato giornalista freelance nel 1986, si è laureato presso la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università degli Studi di Milano, dove ha scritto una tesi sui contratti di lavoro nello sport.

Buffa ha poi esordito come commentatore su *Telereporter* con Guido Bagatta e su *Tele+* con Claudio Arrigoni, e nel 1995 è stato scelto come seconda voce di Tranquillo per commentare le partite dell'NBA su *Sky Sport*, ruolo che ha ricoperto fino al 2013.

Nei primi anni 2000 è stato commentatore per *Studio Milano*, ma ha lasciato questa posizione per condurre *La Partita Tattica* dal 2005 al 2011.⁴⁷

Nel 2012, Buffa aveva pianificato di lasciare il suo lavoro e trasferirsi a Tokyo, ma la sua passione nel raccontare storie lo portò a spostarsi dall'ambito del basket a quello del calcio, ottenendo un grande successo. Aveva già incontrato lo sport più popolare del mondo in precedenza, ma non era a suo agio con lo studio di *Sky Calcio Show* e lasciò dopo una sola puntata. Buffa è poi diventato ospite fisso del programma *Calciomercato* di *Sky Sport*, ma oltre ad apparire in televisione, è anche uno scrittore attivo, che pubblica regolarmente libri sullo sport.

Nel 2013, il commentatore milanese ha lasciato la sua carriera nella NBA per avviare il format *Federico Buffa Racconta* e i suoi spin-off, che ha segnato l'inizio di uno dei momenti più ispirati e riusciti della televisione italiana.⁴⁸ Ha dedicato diversi episodi alla serie. Questo percorso lo ha consacrato come il miglior *storyteller* televisivo italiano e un anno dopo ha

47 "Federico Buffa", *Libero Magazine*, <https://www.libero.it/magazine/personaggi/federico-buffa-54351>
(consultato il 01/02/23)

48 Ibidem

continuato a teatro con spettacoli di successo. E' proprio grazie a questi spettacoli che è riuscito ad attirare un pubblico giovane e curioso che vuole vedere lo sport in modo diverso, che Buffa si impegna a soddisfare e ad educare. In teatro ha debuttato nel 2015 con lo spettacolo *Le Olimpiadi del '36*, e negli ultimi anni ha diretto le produzioni di *Amici Fragili* e *Italia Mundial*.⁴⁹

Definire Federico Buffa non è impresa semplice: avvocato, procuratore, conduttore, giornalista, commentatore e narratore a metà tra basket e calcio. Buffa vive una vita in equilibrio tra diverse sfide, spinto dalla sua passione per viaggiare e scoprire nuovi orizzonti.

49 Ibidem

3.3 Il suo modus operandi

Se oggi Federico Buffa è riconosciuto come il miglior *storyteller* televisivo italiano nel campo del calcio, è grazie alla sua inimitabile voce narrante e alla capacità di proporre una televisione innovativa. Infatti nel suo racconto, l'immagine è di scarsa importanza, mentre la narrazione verbale assume un ruolo fondamentale. Ci troviamo di fronte a una forma di teatralizzazione, dove le complesse dinamiche sportive vengono presentate come una sorta di teatro della parola. In questo contesto, recitare e giocare hanno lo stesso significato, sia in francese che in inglese, con i verbi *jouer* e *to play*.⁵⁰ Questo evidenzia l'importanza del racconto verbale nel descrivere la drammaturgia dello sport.

Nella narrazione di Buffa, la tradizione orale è fortemente enfatizzata, risultando in uno spettacolo teatrale in cui le complessità sono rappresentate solo attraverso il linguaggio. Questo stile permette di creare una sorta di drammaturgia sportiva che unisce la logica e la bellezza. L'assenza di immagini nella sua narrazione televisiva è compensata dalla ricchezza della tradizione orale. La più grande conquista di Buffa è quella di dare all'Italia una nuova prospettiva culturale sullo sport, trasformando la visione ristretta ed economica della disciplina in una finalità più alta ed educativa. Infatti a differenza di altri paesi, dove lo sport è sempre stato parte integrante della letteratura e del cinema, in Italia lo sport è stato costantemente confinato in un contesto ristretto, perdendo la sua essenza di epica e bellezza. Buffa ha dunque rivoluzionato il modo in cui la televisione e la cultura si relazionano, adattando il linguaggio sportivo alla letteratura e trasformandolo in un racconto accattivante.

D'altronde il calcio non può non essere cultura, perchè è l'unica lingua che viene parlata in tutto il mondo. Alla cultura è associata anche la memoria, intesa come capacità di rendersi liberi e mantenere la propria identità intellettuale: Buffa è infatti un narratore eccezionale che si basa sulla memoria per creare racconti significativi e tenere la propria identità intellettuale. La sua abilità di raccontare storie viene dalla sua conoscenza e dal suo desiderio di ricordare. Il suo stile è riconoscibile e unico, influenzato dalle telecronache di basket, con una cifra stilistica personale e ricercata. Nelle sue storie, la narrazione si dilata per incorporare diverse sfaccettature della vita, come la storia, la politica, l'esistenza e i desideri del tempo. L'autorialità diffusa, favorita dai mezzi di comunicazione contemporanei, influenza la sua

⁵⁰ Candelori G., op. cit., p.72

narrazione, che deriva da ogni persona con cui entra in contatto. *Storie Mondiali e Storie di Campioni*, di cui tratteremo in seguito, sono due esempi di grande successo della sua narrativa.

Buffa si distingue nella narrazione grazie alla sua capacità di valorizzare lo sport e le sue storie, che in passato, come abbiamo visto precedentemente, sono state sottovalutate. La sua narrativa fornisce un contributo significativo alla cultura, facendo emergere la vera essenza dello sport e delle sue storie. Egli infatti sostiene che ci sia

un problema culturale dello sport in Italia che è dato da parecchi anni. Lo sport non è stato compreso dal punto di vista della sua fenomenologia sociale, questo è abbastanza evidente. Ci sono delle tare rispetto al mondo sudamericano, dove è stato raccontato e gli è stata data dignità letteraria. Lo sport invece non ha avuto in Italia fino a poco tempo fa dignità letteraria.⁵¹

Il suo nuovo modo di raccontare lo sport attraverso la televisione e il suo lavoro, sono stati valorizzati solo recentemente. Nonostante ciò, Buffa non crede che ci sia il rischio di legarsi troppo all'intrattenimento. L'autore stesso ammette di non guardare molte trasmissioni televisive e di non rivedere nemmeno le sue produzioni. Negli ultimi anni, ha esplorato nuove discipline sportive, mettendo temporaneamente da parte il calcio. Non ha un approccio specifico alla creazione delle sue storie, ma esse continuano ad avere un filo conduttore ben definito. A tal proposito, egli stesso ha riferito: "non c'è un aspetto in particolare su cui mi concentro se non che per poter raccontare una storia c'è bisogno di documentarsi, questo è fondamentale".⁵²

Ha inoltre ammesso che quando deve scrivere una storia, in alcuni momenti trova delle difficoltà perché gli mancano degli stimoli, mentre in altri momenti, grazie alla presenza delle persone che lo circondano, riesce ad arricchirsi a tal punto da trovare, in modo quasi del tutto naturale, l'ispirazione per la sua scrittura. Infatti quando gli viene chiesto quali sono le fonti da cui trae ispirazione per i suoi racconti egli afferma:

questo è quello che chiamo l'autorialità diffusa, ossia quei mezzi di comunicazione contemporanei che ti consentono di parlare e condividere qualcosa con tutti in ogni istante; di conseguenza tutte le persone con cui

51 Ivi, p. 81

52 Ivi, p. 83

vengo a contatto ogni giorno hanno un'influenza sulle mie storie. Mi servono solo un po' di alcool e un pezzo evocativo musicale, poi di notte qualcosa in mente mi viene sempre.⁵³

Per quanto riguarda la nascita dei suoi racconti ha anche ammesso:

mi vengono assegnati. Io posso dire no, ma non scelgo quasi mai. È il mio direttore, Federico Ferri, che mi suggerisce cosa vuole. E io dico sì o no. Se dico sì, mi devo concentrare e inizia il lavoro giornalistico, la ricerca delle fonti. Nel caso della puntata su Scirea è stato facile, perché quasi tutti i suoi ex compagni e avversari avevano voglia di parlare di lui.⁵⁴

In fin dei conti questo appare il modo migliore per fare breccia nel cuore di chi lo ascolta.

53 Pajaro I., Mazzetti M., op. cit.

54 "Buffa: volevo scappare in Giappone e invece racconto storie", *La Gazzetta dello Sport*, 26/03/19, <https://www.gazzetta.it/fuorigioco/21-03-2019/buffa-volevo-scappare-giappone-invece-racconto-storie-33088695211.shtml> (consultato il 01/02/23)

3.4 Caso di studio: Buffa Racconta – Storie Mondiali e di Campioni

Federico Buffa, come abbiamo precedentemente accennato, ha realizzato alcuni programmi televisivi su *Sky*. Qui, a partire dal 2014, ha preso piede il suo nuovo format *Buffa Racconta*, all'interno del quale opera un salto nel passato per narrare di personaggi celebri, campioni, eventi, gare e partite che hanno segnato il panorama dello sport a livello internazionale. Trasmissione diventata nel corso degli anni la pietra di paragone della nuova narrazione calcistica sia dal punto di vista stilistico, sia sul piano prettamente televisivo. Infatti, essa si distingue per la sua prospettiva letteraria. Buffa e il suo team di scrittori (Christian Giordano, Carlo Pizzigoni) rivisitano l'evento sportivo con un approccio fortemente narrativo e romanzesco.

A tal proposito inseriamo un racconto sui Mondiali del 1990 pubblicato in *Nuove storie mondiali*, il volume che raccoglie i testi recitati da Buffa per la trasmissione di *Sky Arte* e *Sky Sport*, nel quale si trova un esempio concreto ed esplicativo:

Il Mondiale ha [...] un altro antefatto [...]: in una notte di novembre '89 è caduto il muro di Berlino. E il calcio, nel «secolo del calcio», non può non risentirne.

L'Unione Sovietica non è più né tanto unita, né tanto sovietica, e la Jugoslavia... La Jugoslavia avrebbe uno squadrone: a mio modo di vedere, sono da finale o almeno da semifinale. Perdono però la prima partita al Meazza 4-1 contro la Germania.

Sono seguiti ancora da tanti tifosi, molti dei quali erano in questo stesso stadio, più o meno un anno prima, in occasione del secondo turno di Coppa dei Campioni, quando la Stella Rossa ha incontrato il Milan di Sacchi [...]. All'epoca il Milan concedeva ai propri abbonati di vedere le partite di Coppa dei Campioni nello stesso posto dove assistevano a quelle di campionato. Io, con mio papà (che però sarebbe arrivato un po' in ritardo) e soprattutto con mia mamma, ci siamo presentati al primo anello verde, come sempre, ma questa volta lo abbiamo trovato leggermente occupato: c'è una falange biancorossa.

Mia madre, ingenua rossonera, si è rivolta a uno della quarta fila dicendo: «Signore, quello lì sarebbe il mio posto». Io non so disegnare, però saprei tratteggiare certamente il volto di quell'uomo. È un volto che non prende prigionieri e quel

giorno è circondato da alcuni pretoriani tutti per sé. Il suo nome è Željko Ražnatović e alla storia passerà con il nome di «Arkan», comandante Arkan. Quelli attorno a lui erano le sue tigri. A ogni modo, la Stella Rossa è fortissima, la Jugoslavia è fortissima, ma la filastrocca che li accompagna dal '45 in poi: «Sei nazioni, cinque religioni» e che finiva con «un Tito!» non ha più ragione di esistere.

Il maresciallo non c'è più, la Jugoslavia realmente non c'è più, e qualche anno più tardi ce ne accorgeremo tutti.⁵⁵

Questo pezzo dimostra appieno come l'enorme successo della narrativa di Buffa e dei suoi programmi, sia proprio dato dalla personalizzazione dei suoi racconti. Ed è proprio sulla scia di questo modello che numerosi autori hanno proseguito nella consacrazione di questo nuovo genere televisivo.

Scendendo nello specifico, i due programmi più noti sono: *Federico Buffa Racconta: Storie Mondiali* e *Federico Buffa Racconta: Storie di Campioni*, andati in onda rispettivamente a partire dal 2014 e dal 2015, su *Sky Sport*.⁵⁶ Il primo narra la storia dei Mondiali di Calcio del passato, attraverso figure e situazioni particolarmente evocative; mentre il secondo narra la storia dei campioni che hanno segnato il calcio europeo e incantato tutto il mondo, attraverso le città e i luoghi nei quali sono nati, cresciuti e in cui hanno trascorso i momenti più importanti della loro carriera.

In questo scritto analizzeremo un episodio specifico del primo programma citato, ossia *Storie Mondiali*, che è formato da dieci puntate da 50 minuti circa, nelle quali viene raccontato un secolo della più importante competizione calcistica tra squadre nazionali.

Ogni episodio si apre con la frase: "*I Mondiali di calcio hanno scandito i tempi della nostra vita e scandiranno i tempi che verranno*"⁵⁷, che Buffa spiega al momento della presentazione del programma:

È un modo di stare vicini alla nostra vita e cercare di spiegarla a quelli che la stanno iniziando. Questi saranno legati a loro volta ai

55 Marino C., op. cit.

56 Ibidem

57 Candelori G., op. Cit., p. 75

Mondiali e tra quarant'anni ricorderanno i Mondiali che hanno visto. Credo sia questo il centro emozionale del programma [...]. I Mondiali hanno scandito i tempi della nostra vita: ognuno di noi si ricorda dov'era nei momenti più importanti.⁵⁸

Il programma presenta i Mondiali come una lente attraverso cui guardare il mondo: vengono narrati da una prospettiva unica, incorporando storie note e dimenticate nel tessuto sociale, culturale, politico e culturale degli anni in questione. Rappresenta un'invenzione linguistica e narrativa che trasforma lo studio televisivo in un vero e proprio spazio scenico, completamente dominato da Buffa, che segue il filone di un racconto a tratti moderato e a tratti travolgente.

Attraverso i suoi dieci episodi, *Storie mondiali*, rompe completamente gli schemi della memoria comune delle partite di calcio. Infatti, invece di seguire il ricordo convenzionale, le partite vengono rivissute per mezzo della fantasia, come se fossero state giocate nuovamente. Anche la musica gioca un ruolo fondamentale, infatti, in ogni puntata, la narrazione dei fatti da parte dell'autore viene accompagnata da una colonna sonora realizzata dal vivo e in maniera originale.

Buffa afferma:

Storie Mondiali venne registrato in uno studio con ritmi complessi, che portavano a girare pezzi di tre storie diverse. L'idea di annotare i luoghi dove sono mi torna utile perché quando lo rileggo e mi accorgo com'ero mentalmente tendo a collegare lo stato d'animo di quando stavo leggendo. Scrivo sempre a matita sulle pagine perché solo così posso ricordare, non solo quello che leggo ma anche quello che poi ne deriva. Mi restano in mente tanti concetti, che poi mi torneranno utili nel momento della narrazione. Finora nella mia vita, esclusi i graffiti a New York, tutto quello che ho raccontato era improvvisato: la produzione sa di cosa parlerò, ma io non so cosa dirò. È una cosa che la televisione registrata, a differenza del teatro, ti può permettere di fare.⁵⁹

Passiamo ora ad analizzare un episodio specifico tra i dieci proposti in *Storie Mondiali*, ossia quello intitolato *Notti Magiche 1990* (figura 12). Questo episodio narra dei Mondiali di calcio del 1990, definiti anche come Italia '90, perchè quell'anno le partite dei Mondiali si svolsero

58 Ibidem

59 Pajaro I., Mazzetti M., op. cit.

proprio in vari stadi nel nostro Paese.



Figura 12 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, dal 2014

Copertina della puntata intitolata Notti Magiche 1990

Il registro adottato da Buffa è quello della narrativa colta: il calcio non viene trattato solo come un gioco, ma viene utilizzato come scusa per esplorare i confini della storia, proprio come avviene in questo episodio, che tratta a tal proposito, l'ultimo Mondiale disputato dalle Nazionali che appartenevano alla dimensione geopolitica della guerra fredda (Germania Ovest, Jugoslavia, Unione Sovietica).

Come in ogni episodio del programma, la narrazione parte inizialmente da lontano: viene dato spazio ai cambiamenti a livello mondiale di quegli anni, all'ultima grande Jugoslavia, alla Romania che si libera di Ciausescu, all'Irlanda capeggiata dall'inglese Jackie Charlton. Poi ancora, alle grandi performance dell'Inghilterra con il talentuoso Gascoigne, alla tematica della rivincita del calcio africano con la sconfitta dell'Argentina da parte del Cameron, e allo scioccante episodio del brasiliano Branco, che nella sfida contro l'Argentina venne stordito da una sostanza all'interno della sua borraccia.

Successivamente si passa al racconto delle vicende degli Azzurri, guidati da Azeglio Vicini e dalla spiccante personalità di Totò Schillaci, figura memorabile nella rosa dell'Italia; per poi passare però alla narrazione dell'amara sconfitta dell'Italia nella notte del 3 Luglio 1990 allo stadio San Paolo di Napoli, dall'Argentina di Maradona e compagni. Infine viene narrata la sconfitta nella finale, giocata allo stadio Olimpico di Roma, dell'Argentina stessa, da parte della Germania, l'8 Luglio del 1990.⁶⁰

Come in ogni episodio di *Storie Mondiali* di Buffa, anche in questo episodio, la narrazione degli eventi avviene mediante la sola voce dell'autore che domina la scena, ambientata all'interno di uno studio. Buffa racconta attraverso le sue parole che hanno una grandissima funzione evocativa e coinvolgente per il pubblico. Opera una narrazione che mette in luce le sue conoscenze approfondite, non solo nel mondo calcistico, infatti, egli utilizza un approccio storico e culturale per descrivere gli eventi calcistici, in questo caso specifico, dei Mondiali del '90.

Il suo racconto avvincente è qui accompagnato da una serie di immagini dei vari stadi d'Italia, degli atleti e degli allenatori di spicco delle squadre coinvolte e anche da una serie di video che rappresentano i momenti salienti delle partite di quel Mondiale sempre accompagnati dalla sua voce narrante o dalla presenza di una colonna sonora.

La musica, come abbiamo precedentemente visto, è infatti un elemento molto importante in tutti i suoi episodi. In questo caso specifico, vi è la presenza di un musicista che suona dal vivo il pianoforte (figura 13), mentre un'altro che suona sempre dal vivo l'armonica e la fisarmonica (figura 14). Entrambi realizzano le loro performance in studio accompagnando con la musica le parole dell'autore (figura 15).

60 Redazione BlogdiCultura, "Buffa racconta Italia '90, fra notti magiche e sogni infranti", *Blog di Cultura*, 18/05/14, <https://www.blogdicultura.it/buffa-racconta-italia-90-notti-magiche-sogni-infranti-5486.html> (consultato il 05/01/23)



Figura 13 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990

Musicista che suona il pianoforte dal vivo in studio



Figura 14 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990

Musicista che suona l'armonica dal vivo in studio



Figura 15 Fonte: *Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990*

I musicisti che suonano dal vivo in studio accompagnando la narrazione dell'autore

E' un binomio perfetto tra la poesia e la prosa, di tutto ciò che in quell'anno preciso (1990) ruota intorno, ovviamente al Mondiale, ma anche alla società, alla storia e alla musica. Infatti in questo episodio, la narrazione degli eventi viene accompagnata dalle note di diverse canzoni famose: *Viva l'Italia* di De Gregori nel momento di una panoramica su Roma; *Sunday Bloody Sunday* degli U2 per rivivere una pagina di storia irlandese. E ancora *Enjoy the silence* dei Depeche Mode; *Nothing compares to you* di Sinèad O'Connor e *Another day in paradise* di Phil Collins. Quella invece che domina la scena quando vengono narrate le vicende dell'Italia è invece *Notti Magiche* di Edoardo Bennato e Gianna Nannini, che rappresenta la colonna sonora di quel Mondiale Italia '90, il nostro mondiale.⁶¹ Quest'ultima canzone oltre a sentirla suonata dal vivo dai due musicisti, viene inizialmente messa in scena attraverso l'uso di uno stereo a cassette di vecchio stile, utilizzato proprio da Buffa stesso per far partire la canzone in maniera evocativa ed emozionante assieme ai video dei momenti salienti giocati dall'Italia (figura 16).

61 Ibidem



Figura 16 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990

L'autore inserisce la cassetta di Notti Magiche in un vecchio stereo e fa partire la canzone dando il via a tutte le immagini che ripercorrono i momenti salienti proprio di quelle notti magiche giocate dall'Italia

Nel corso dell'episodio, come di consuetudine, l'autore si interfaccia con diversi oggetti: in questo caso specifico, la radio nella quale inserisce la cassetta di *Notti Magiche*; un giradischi, usato anch'esso per far partire la musica (figura 17); alcuni giornali, manuali e libri che utilizza durante la narrazione, come supporto fittizio (figura 18). Inoltre la narrazione viene accompagnata anche dalla comparsa di alcune frasi che appaiono sui pannelli che circondano lo studio, che corrispondono a frasi pronunciate contemporaneamente dall'autore e che vengono messe in risalto in questa modalità, a mio avviso, totalmente evocativa, perché sono frasi più importanti rispetto ad altre citate nel resto del racconto (figura 19). Metodologia che mette in luce ancora una volta il tentativo di arrivare direttamente nel cuore degli spettatori.



*Figura 17 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990
Buffa che interagisce con gli oggetti scenici, in questo caso fa partire la musica attraverso un giradischi*



*Figura 18 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990
Buffa che interagisce con gli oggetti scenici, in questo caso tiene in mano una rivista chiusa*



Figura 19 Fonte: Storie Mondiali di Federico Buffa, puntata Notti Magiche 1990

Mentre l'autore narra, alcune frasi che pronuncia appaiono leggibili sui pannelli dello studio, con funzione evocativa

Le storie non sono mai isolate, ma si legano continuamente ad altre vicende e poi ad altre ancora, in una catena di rimandi che fa intravedere l'enciclopedismo che si nasconde dietro la leggerezza del personaggio che Buffa racconta. Il programma è semplicissimo, infatti nonostante l'inserzione di video e immagini di tanto in tanto, vive quasi solo delle parole del giornalista. Ma la povertà della struttura è compensata appieno dalla *verve* e dalla capacità comunicativa di Buffa, che non fa annoiare mai il suo pubblico. I suoi programmi, allora, sono un esempio perfetto di come, anche in una contemporaneità invasa da immagini fisse e in movimento, le parole siano ancora lo strumento di comunicazione e di coinvolgimento più potente che possediamo.

Buffa a tal proposito afferma:

le storie del passato sono quelle che hanno la brina sopra, la nebbia del mito e poche immagini, peraltro in bianco e nero. Tra vent'anni prevarrà la dittatura dell'immagine, mentre la bellezza del racconto narrato è quella di non avere tante immagini e, quindi, di lasciarsi condurre a un'idea di come possa essere andata.⁶²

⁶² Redazione Ideawebtv.it, "Dominano le immagini ma il racconto vince: reagala bellezza", *IdeaWebTv*, 03/11/22, <https://www.ideawebtv.it/2022/11/03/dominano-le-immagini-ma-il-racconto-vince-regala-bellezza/> (consultato il 06/01/23)

L'autore ha un modo di raccontare gli eventi passati altamente coinvolgente ed evocativo, perchè, come abbiamo detto, è anche un uomo di teatro; ambiente nel quale ha affermato di trovarsi molto a suo agio e che è in grado di dargli un'adrenalina pazzesca. Egli è riuscito a portare il suo format e il suo stile teatrale in televisione, e i suoi programmi ne sono un chiaro esempio. Crea spettacoli che combinano elementi di giornalismo, storia e letteratura per raccontare la storia dello sport e dei suoi campioni in televisione. Utilizza una combinazione di narrazione, immagini e musica per creare un'esperienza unica e trasportante per il pubblico, offrendo una nuova prospettiva sulla storia, nel nostro caso d'esame, del calcio e del suo impatto sulla società. Questo format ha dimostrato di essere una combinazione vincente di giornalismo e spettacolo, contribuendo alla diffusione del giornalismo calcistico in un nuovo formato teatrale.

Per quanto riguarda invece il programma successivo, ossia *Storie di Campioni*, il format si trasferisce dall'ambientazione interna dello studio a quella esterna delle strade e delle città nelle quali sono nati e cresciuti i campioni che hanno fatto la storia del calcio e dello sport in generale.

Buffa afferma: "Siamo usciti dallo studio televisivo per andare fuori, e lì tutto è diverso. I tempi, le possibilità. Nelle prime due tappe del nostro viaggio, Belfast e Amsterdam, abbiamo preso un freddo da pazzi, quasi non riuscivo a parlare".⁶³

Buffa sceglie di narrare le storie di atleti ribelli e che hanno affrontato difficoltà durante la loro vita e la loro carriera: questo sia per una preferenza dell'autore stesso, sia per la maggiore capacità narrativa che hanno le storie di questa tipologia di personaggi. Le narrazioni sono organizzate come classici racconti che includono sfide iniziali, per poi passare al riscatto personale e sociale; o ancora dall'acquisizione di competenze per poi passare all'azione vera e propria e infine alla conclusione sanzionata da riconoscimenti e vittorie.

L'autore utilizza una tecnica unica che inizia con una dichiarazione diretta del personaggio o di qualcuno legato alla storia, e nella lingua madre del personaggio, creando un effetto di diretta che dà la parvenza che quella partita, o quell'evento o azione specifica, avvengano in

63 Candelori G., op. cit., p. 77

quel preciso momento di narrazione. Il racconto quindi passa in terza persona con molte digressioni e un assiduo rapporto con l'ambiente circostante, in un passaggio continuo dall'esterno all'interno.

Queste storie dei grandi campioni del passato ricordano molto i romanzi di formazione e sono necessari per descrivere e narrare il lato umano degli atleti. Per fare ciò, Buffa erra tra i luoghi dove i campioni, tra i quali, George Best, Alfredo Di Stefano e Ferenc Puskás, hanno vissuto e trascorso la loro infanzia; viaggia tra i vari stadi famosi, oltre che ai piccoli campetti più sconosciuti e periferici.⁶⁴ Inoltre alterna il suo racconto con uno spazio dedicato alle parole dei compagni di squadra dei protagonisti narrati, oltre che a testimoni diretti.

L'interpretazione di queste storie può dunque essere letta come un omaggio alla singolarità dei campioni che sono divenuti delle leggende. A conferma di ciò un elemento ripetuto e riscontrabile in tutti i suoi racconti è proprio la narrazione degli aneddoti della loro infanzia. Altro dettaglio che notiamo nei suoi lavori è la sua volontà di aderire ai canoni dello *storytelling*, introducendo ogni racconto con un pensiero filosofico e universalistico, come ad esempio quello utilizzato per introdurre lo speciale su Scirea: "Ci è dato sapere da dove veniamo. Spesso, però, non siamo in grado di distinguere dove stiamo andando. Di sicuro, non ci è concesso di sapere dove andremo".⁶⁵ Tutti questi elementi ci fanno comprendere la volontà da parte dell'autore sia di trasportare emotivamente il pubblico attraverso l'utilizzo di un linguaggio totalmente emozionale, un modo da creare una forte empatia; sia di narrare storie che vadano oltre i loro confini cronologici di riferimento per divenire un bene comune di tutti.

Tra le leggende raccontate nella nuova serie di Federico Buffa, solo una è contemporanea: quella di Cristiano Ronaldo, raccontata come parte di un ponte di civilizzazione rappresentato dall'isola di Madeira. Tutte le altre storie riguardano il passato. Come abbiamo visto in precedenza, questo approccio permette di inquadrare in modo ottimale gli eventi e di avere una visione completa sulle parabole dei personaggi. Ciò che li accomuna è il desiderio profondo di rivincita,

64 Marino C., op. cit.

65 Ibidem

nella maggior parte dei casi, i fuoriclasse si accorgono di possedere un meccanismo straordinario intorno ai dodici anni. Ma per diventare degli sportivi di altissimo livello devono avere altre due qualità: un'ossessione funzionale che permette loro di applicarsi allo sport per cui si sentono portati, e un impressionante desiderio di rivalsa. Michael Jordan venne escluso dalla sua prima squadra al liceo perché ritenuto non adeguato alla pallacanestro. Messi era un ragazzo forse vittima di una leggera forma di autismo che si ribellò a un potenziale handicap diventando il calciatore che è. A Mohamed Ali dissero che non si poteva combattere nel modo in cui combatteva lui. Tutti hanno dovuto lottare contro l'opinione altrui per diventare i migliori del mondo, trovando nel giudizio contrario la motivazione per riuscirci.⁶⁶

Questa ossessione di rivalsa da parte dei protagonisti delle storie di Buffa, si ritrova nel desiderio dell'autore stesso di voler costantemente migliorarsi e continuare ad imparare: è stato proprio questo il motivo del suo gran successo come narratore sportivo contemporaneo.

In conclusione, Buffa ha rivoluzionato il modo di raccontare e fare giornalismo sportivo in Italia proprio grazie alle sue trasmissioni antologiche *Storie Mondiali* e *Storie di Campioni*. Il critico televisivo Aldo Grasso lo descrive come un narratore straordinario con uno stile avvolgente ed evocativo, in grado di fare vera cultura, stabilendo collegamenti, creando connessioni e aprendo digressioni senza perdersi in compiacimenti.⁶⁷ Parole che descrivono perfettamente la sintesi del lavoro e della personalità di Federico Buffa.

Passiamo ora ad analizzare un altro autore contemporaneo di narrazioni sportive e calcistiche in particolare, che ha anch'esso apportato innovazioni nel filone della narrativa sportiva in TV; utilizzando però delle modalità differenti rispetto al cosiddetto modello Buffa. Stiamo parlando di Matteo Marani.

⁶⁶ Candelori G., op. cit., p. 78

⁶⁷ Ivi, p. 79

4. MATTEO MARANI: VITA E CARRIERA

Matteo Marani è un giornalista, scrittore, accademico italiano e presidente del Museo del Calcio, nato a Bologna il 2 Ottobre 1970. Si è laureato in Storia presso l'Università di Bologna e successivamente ha deciso di dedicare la sua carriera ad occuparsi di giornalismo sportivo, trattando nello specifico lo sport per eccellenza, il calcio.

Post laurea, ha iniziato una serie di collaborazioni con diversi quotidiani noti, ossia *Il Messaggero*, il *Corriere dello Sport – Stadio* e *Il Sole 24 Ore*. Nel corso della sua carriera ha inoltre instaurato un forte legame con la rivista *Il Guerin Sportivo*, per il quale, inizialmente nel 1992, è stato assunto come stagista e in seguito ne è divenuto direttore dal 2008 al 2016.⁶⁸

Per quanto riguarda la sua carriera televisiva, ha collaborato al programma *Quelli che il calcio* di Rai 2; dal 2016 diventa vicedirettore di *Sky Sport*; successivamente, da Marzo del 2016 a Gennaio del 2018, diventa direttore di *Sky Sport 24* e dunque responsabile dell'area eventi calcio di *Sky Calcio Italia*.

Dal 2018 su Sky Sport va in onda il suo programma *Storie di Matteo Marani – L'inchiesta*, nel quale vengono trattate inchieste e approfondimenti sui personaggi e gli avvenimenti che hanno segnato la storia dello sport italiano, assieme a fatti, misteri e documenti inediti raccontati dall'autore stesso.

Per quanto riguarda la sua carriera da scrittore, ha esordito con il libro *Dallo scudetto ad Auschwitz*, pubblicato nel 2007, che ha contribuito in modo significativo alla riscoperta della figura di Árpád Weisz dopo decenni di dimenticanza. Grazie a quest'opera ha ricevuto due premi: quello per la letteratura sportiva di Chieti nel 2009 e quello intitolato ad Antonio Ghirelli nel 2014.⁶⁹

Nel maggio 2021 è stato nominato Presidente della Fondazione Museo del Calcio e il 9 febbraio 2023 viene eletto presidente della Lega Italiana Calcio Professionistico. Inoltre, tiene alcuni corsi sul linguaggio del giornalismo all'Università di Bologna e alla IULM di Milano.

68 De Conciliis Pietro, "Chi è Matteo Marani: biografia e carriera del giornalista proposto da Gravina per la Lega Pro", 20/01/23, *ysport italia*, <https://www.ysport.eu/matteo-marani-biografia-carriera-giornalista-gravina-lega-pro/> (consultato il 10/02/23)

69 Ibidem

Infatti, grazie alla sua esperienza e professionalità nel mondo del giornalismo sportivo, riporta le migliori testimonianze della sua carriera, insegnando agli studenti la storia e l'evoluzione del calcio.

Riportiamo ora alcune citazioni rilevanti, a mio avviso, pronunciate dall'autore stesso, in primis per quanto riguarda il suo pensiero sul giornalismo sportivo e giornalismo in generale:

io sono molto pessimista sul giornalismo sportivo di oggi, sul giornalismo in generale. [...] Sono pessimista innanzitutto perché c'è poca, pochissima preparazione. C'è gente che si occupa o che comincia ad occuparsi di calcio, ma che non conosce la storia del calcio. [...]. Molti si buttano, molti si inventano, con i social network si cerca di fare qualcosa che però è comunicazione, non giornalismo. [...] Fare il giornalista, oltre il dover dare la notizia e le informazioni, è la capacità, attraverso gli strumenti con cui ti formi, di interpretare e analizzare ciò che succede. Io quello che chiedo a un giornalista oggi non è avere la notizia esclusiva, ma, in un mondo di notizie rutilanti e continue, che sia in grado di spiegarmi veramente che cosa stia succedendo. Non deve vivere in un unico presente, senza avere la capacità analitica di giudicare ciò che accade. Il giornalista deve garantire una buona informazione, che significa separare le cazzate dalle cose che hanno un senso, essere capace di trattare le fonti, capire perché avvengono certi fenomeni e spiegarli a chi li sta seguendo.⁷⁰

In relazione, invece, al discorso del rapporto tra calcio e cultura, che abbiamo affrontato nei capitoli precedenti, anche Marani, così come Buffa, sostiene che

la Cultura italiana con la C maiuscola, l'Accademia, non si è mai occupata di calcio, guardandolo anzi con un po' di pregiudizio. Secondo la mia opinione perché nel post guerra il calcio era stato interpretato da questi storici come compromesso col fascismo, visto che era stato forse il più grande strumento di propaganda fascista, quindi la cultura e gli storici, soprattutto di sinistra, lo vedevano con grande pregiudizio. All'estero la storia sociale sul calcio ha fatto e sta facendo molto, in Italia poco o nulla.⁷¹

Sempre sullo stesso filone tematico, in un'intervista realizzata dal giornale *Inchiesta*, è stato domandato a Marani, per quanto riguarda la storicizzazione del calcio in Italia, se il motivo della sua assenza nel nostro Paese fosse dovuta al fatto che è necessario rinnegare il Fascismo per ciò che rappresenta, oppure se fosse dovuto a motivi diversi da questo. L'autore a ciò

70 Pratelli Giacomo, "Esclusiva Matteo Marani: <<Il libro su Arpad Weisz e il giornalismo, tutto parte dalla curiosità>>", *contropiede.ilgiornale.it*, 18/04/13 (citato da Wikiquote, "Matteo Marani", https://it.wikiquote.org/wiki/Matteo_Marani) (consultato il 03/02/23)

71 Ibidem

risponde:

credo che il primo motivo sia quello. Lo notiamo se facciamo un breve excursus storico: nel Dopoguerra il calcio viene visto come uno strumento per stato fascista. In un'Italia che voleva cancellare quella pagina, la risposta fu quella di rimuovere lo studio storico del calcio, non il calcio in quanto tale, che comunque rimane un fenomeno di seguito popolare. Poi credo che nella seconda parte ci sia un problema di storia sociale: mentre essa si è sviluppata in altri Paesi (soprattutto in Francia) e c'è stata attenzione ai fenomeni sociali di costume, tra cui il calcio, in Italia si è rimasti ancorati ad una storia più politica o economica, non culturale, e questo credo che abbia segnato il ritardo. Per esempio oggi il più importante storico sul calcio si chiama Pierre Lanfranchi ed è un francese, in Italia abbiamo poco o nulla. Credo che ciò sia determinato da queste due scelte.⁷²

Marani in questa intervista ha messo in luce una dura realtà: la mancanza di fonti storiche concrete sulla storia del calcio e la difficoltà che ne consegue per i giornalisti come lui nel fare una ricerca storica applicata ad esempio a un personaggio del calcio per poterne narrare le gesta. Infatti afferma:

quando parlo di storiografia intendo storiografia vera, quella in cui gli storici cercano le fonti per scrivere la storia del calcio, non quella che fanno i giornali. Ora le fonti non ci sono più, non c'è più niente. Per esempio non esistono archivi fotografici veri e propri. Quei pochi esistenti derivano dal collezionismo di qualcuno, che li ha raccolti e messi insieme, oppure sono in qualche scantinato. Non c'è una storia della fotografia e non esiste una registrazione delle voci del calcio dei protagonisti degli anni '30. Non esiste una voce di Meazza o di Schiaffino e trovo che sia una cosa abbastanza bizzarra. Le nuove tecnologie aiuteranno i ricercatori del domani a ricostruire il calcio di oggi, però per il passato manca tantissimo.⁷³

E ancora, facendo riferimento al suo libro *Dallo scudetto ad Auschwitz*:

quando ho cominciato a scrivere il libro, mi ero illuso che le società di calcio avessero qualcosa. Le risposte che mi son sentito dare sono state le più bizzarre: "Non abbiamo niente prima del 2000!" e questo vale per società che esistono da inizio Novecento (ad esempio, il Bologna esiste dal 1909). Se si vuole fare una ricerca nei club italiani scopriremmo che non ci sono più trofei, perché sono stati venduti o rubati, mentre in Spagna ci sono i musei con le coppe, come quelli del Barcellona e dell'Atletico Madrid. Da noi sono lasciati a qualche collezionista che ha il pallino del calcio, ma che in genere tende a non far vedere le cose che possiede. In ogni caso, ai

72 Sette Stefano, "Intervista a Matteo Marani", *Inchiostro*, 10/06/10, <https://inchiostro.unipv.it/inchiostro-intervista-matteo-marani-al-festival-del-giornalismo/> (consultato il 10/02/23)

73 Ibidem

giornalisti tocca fare una ricerca storiografica che spetterebbe agli storici.⁷⁴

Infine, l'ultima citazione che riportiamo riguarda il rapporto tra il giornalismo e l'avvento dei nuovi media e delle tecnologie sempre più avanzate. A tal proposito egli sostiene che

è ridicolo che ci siano dei giornalisti di sessant'anni che guardano a internet come al "mostro" perché non sanno accendere un computer, ma verranno spazzati via loro dalla rivoluzione (tecnologica, *ndr*) che sta arrivando, perché non la si può fermare. Nel '700 i luddisti in Inghilterra spaccavano le macchine, ma la rivoluzione industriale non si è fermata, così non si fermerà la tecnologia e chi non sarà in grado di usarla o miscelarla con la carta, chi non saprà adeguarsi ai nuovi linguaggi, verrà fatto fuori, come già sta accadendo. Il web sta portando alla ribalta figure di riferimento dal punto di vista giornalistico che sulla carta stampata non erano così brave, così come esistono giornalisti di "carta" fortissimi e autorevolissimi che oggi non lo sono, o lo sono meno, perché non hanno saputo unire anche l'aspetto tecnologico. Oggi un giornalista non può più essere solo uno scrittore, ma dev'essere capace di stare sul web, stare in televisione, parlare in radio, capire le diversità del linguaggio tra blog e articolo stampato. Insomma, o si ha la capacità di rimettersi in discussione o si è spazzati via.⁷⁵

74 Ibidem

75 Pratelli G., op. cit.

4.1 Caso di studio: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta

Prendiamo ora in analisi la sua trasmissione *Storie di Matteo Marani – L'inchiesta*: trasmissione in onda dal 2018 su *Sky Sport*, costituita da 15 episodi della durata di 60 minuti circa. E' una narrazione degli eventi più significativi della storia del calcio italiano e internazionale che adotta un approccio giornalistico di tipo tradizionale. Infatti, al contrario della trasmissione *Sfide*, nominata in precedenza, e anche dei programmi di Buffa che si concentrano principalmente sulle emozioni personali e collettive legate ai fatti, Marani mette in scena una vera e propria inchiesta giornalistica, basata su testimonianze e documenti inediti, per ripercorrere gli episodi più importanti della storia del calcio. Quest'ultimo viene trattato come un fenomeno sociale che fornisce una chiave per comprendere il contesto storico e culturale delle epoche descritte nell'inchiesta. In questo modo, i fatti hanno la precedenza sul loro impatto emotivo.

Le inchieste di Marani si distinguono per diversi tratti caratteristici. In primo luogo, egli si presenta come una figura di raccordo tra i vari episodi e sceglie un tono essenziale e moderato, mentre la narrazione dei fatti viene delegata a una voce fuori campo.

L'aspetto più interessante del suo programma e che ne dimostra anche la vicinanza con l'inchiesta giornalistica, è il recupero di preziosi documenti d'archivio che offrono nuove prospettive sugli eventi descritti. Questi eventi hanno un impatto che va oltre il singolo contesto sportivo, infatti vengono analizzati alla luce delle trasformazioni sociali e culturali del periodo storico preso in considerazione.

Per citare alcuni esempi: la puntata dedicata alla trattativa per il passaggio di Maradona al Napoli esplora anche l'impatto che ha avuto la televisione commerciale, oltre che le conseguenze date dalla nascita del movimento dei paninari sulla società italiana degli anni '80. O ancora la puntata intitolata *Torino di piombo*, che tratta la rivalità tra Torino e Juventus negli anni 1976-1977; come anche l'episodio dedicato alla tragica morte del tifoso laziale Vincenzo Paparelli, intitolata *Roma violenta*, vanno oltre il solo contesto sportivo e ricostruiscono i passaggi cruciali degli *anni di piombo* grazie al contributo rilevante di storici

e giornalisti esperti del settore.⁷⁶

In sintesi, il programma di Matteo Marani rappresenta un esempio di narrazione sviluppata su più livelli, simile al documentario classico, che differisce dalle altre trasmissioni calcistiche analizzate precedentemente in questo scritto, perché utilizza la memoria storica senza però piegarla alle esigenze del racconto. Essa riporta il calcio all'interno del solco della storia e non si concentra solo sull'immaginario degli ascoltatori, come avviene invece in *Storie Mondiali* di Buffa e in *Storie di Campioni*, dove, come abbiamo visto, i grandi campioni dello sport sembrano compiere le azioni nuovamente nel momento in cui vengono raccontate, proprio grazie alla forza evocativa della parola.

Passiamo ora ad analizzare un episodio specifico del programma *Storie di Matteo Marani – L'inchiesta*, per comprenderne al meglio le sue caratteristiche nel dettaglio e ciò che lo distingue dal modello Buffa. In particolare facciamo riferimento all'episodio 14 della prima stagione, intitolato *Giallo Parma* e andato in onda su *Sky Sport Calcio* (figura 20).



Figura 20 Fonte: *Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani del 2018*
Copertina della puntata intitolata *Giallo Parma*

⁷⁶ Marino C., op. Cit.

Vent'anni dopo uno dei maggiori scandali del calcio italiano, l'episodio ripercorre con immagini nuove e documenti inediti la singolare stagione del Parma Calcio, che ha subito un duro colpo a cusa delle indagini sul caso Parmalat, ma che è riuscito nonostante tutto a non precipitare. E' Il racconto di un anno impegnativo ma allo stesso tempo emozionante che viene presentato attraverso i gol di un calciatore di un certo peso come Gilardino, e l'orgoglio dei tifosi della squadra.

Il 27 dicembre 2003, il proprietario di Parmalat e patron del Parma Calcio, Calisto Tanzi, fu arrestato a Milano con l'accusa di bancarotta fraudolenta. Questo scandalo ha portato alla luce uno dei più grandi crack nella storia della finanza europea, con una perdita stimata di circa 14 miliardi di euro. Addirittura la stampa inglese l'ha definito come "il maggiore scandalo economico del Vecchio Continente"⁷⁷.

Purtroppo, mentre la Parmalat stava affrontando la crisi, anche il Parma Calcio, che dipendeva dalla società, si trovava a dover affrontare difficoltà finanziarie, come la mancanza di stipendi e di soldi per le trasferte. Tuttavia, nonostante questi grossi impedimenti, la squadra riuscì a ottenere grandi risultati sportivi sotto la guida dell'allora allenatore Cesare Prandelli, grazie alla determinazione del gruppo unito e forte dei giocatori e all'orgoglio dei suoi tifosi. Con i gol di Adriano e Gilardino, il Parma arrivò a un passo dalla qualificazione in Champions League.

L'episodio qui analizzato ripercorrere dunque gli eventi di quell'incredibile dicembre 2003 e dei mesi che gli succedettero. Viene messo in luce lo stato d'ansia generato dagli arresti dei dirigenti di Parmalat e la risposta immediata e solidale dello staff del Parma Calcio. Inoltre, viene raccontato anche il ruolo dei tifosi, che festeggiavano con la squadra agli Autogrill; la forza morale dei dirigenti e dei calciatori e le loro magiche performance in campo che li portarono ad uno scontro finale con l'Inter per conquistare un posto in Champions League. Sebbene il decennio precedente abbia visto il Parma vincere numerosi trofei, come la Coppa delle Coppe, due Coppe Uefa, una Supercoppa Europea e tre Coppe Italia, fu proprio quella stagione difficile che rafforzò il legame tra i tifosi e la maglia del Parma Calcio.

⁷⁷ "Storie di Matteo Marani: 2003, Giallo Parma", *corrieredellosport.it*, 12/05/22, https://www.corrieredellosport.it/news/tv-sport/2022/05/12-92758285/storie_di_matteo_marani_2003_giallo_parma (consultato il 10/02/23)

La puntata diretta dalla regia di Andrea Parini e Fabio Fiorentino che hanno curato lodevolmente il ritmo e la qualità delle immagini proposte, include anche interviste di un certo spessore ai maggiori protagonisti del Parma Calcio. Ad esempio, l'allenatore Cesare Prandelli; l'ex giocatore del Parma Gigi Buffon; Arrigo Sacchi; i dirigenti Luca Baraldi e Lorenzo Minotti; oltre che voci dal mondo finanziario come il giornalista Vittorio Malagutti e l'ex ministro dell'Economia Giulio Tremonti.⁷⁸

78 Ibidem

4.2 Buffa e Marani a confronto

Analizzando nel dettaglio la scena rappresentata dall'episodio preso in considerazione, possiamo notare intanto come la narrazione venga introdotta da una serie di elementi che costituiscono un chiaro rimando alle tematiche che verranno affrontate nel corso dell'episodio: la scena si apre con un giradischi che inizia a emettere musica (figura 21), elemento scenico presente anche negli episodi di Buffa, e con l'immagine di un bicchiere che viene riempito di latte (figura 22) per poi rovesciarsi sul tavolo e sgocciolare per terra (figura 23), con un sottofondo alternato di musica e voci che emettono frasi e sentenze relative allo scandalo Parmalat. Queste prime sequenze appaiono evocative e significative, ma soprattutto coinvolgenti: come abbiamo detto in precedenza, nonostante lo *storytelling* di Marani si discosti notevolmente da quello di Buffa e altri giornalisti sulla stessa linea, non per questo le sue trasmissioni sono meno coinvolgenti e affascinanti per il suo pubblico.



Figura 21 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

Un giradischi che apre la scena, facendo partire un sottofondo musicale

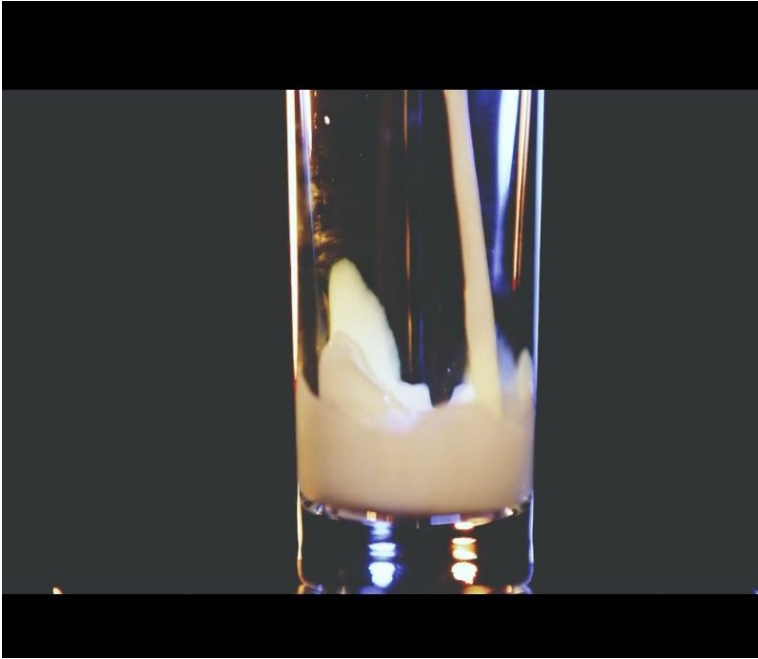


Figura 22 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

Bicchiere che viene riempito di latte, che richiama il caso Parmalat

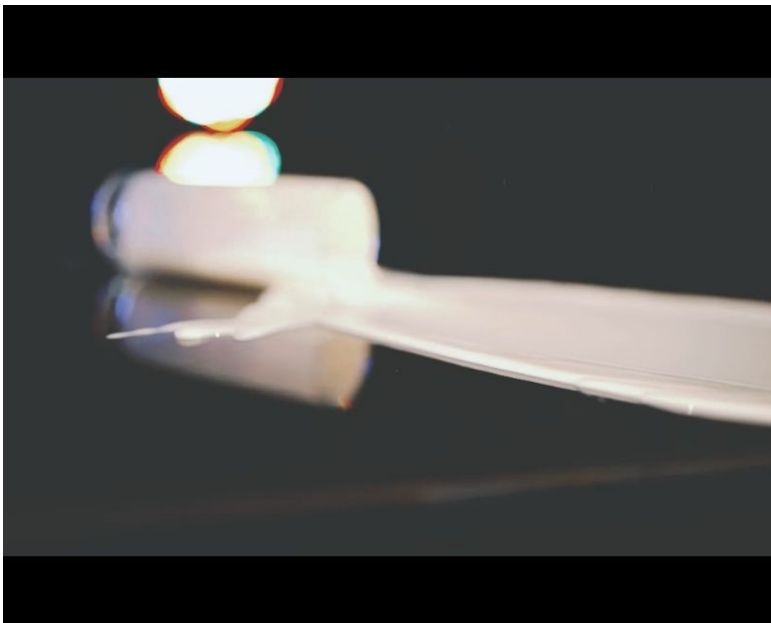


Figura 23 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

Bicchiere di latte che si rovescia sul tavolo, che richiama sempre il caso Parmalat

Successivamente a questa introduzione, la puntata prende piede con una voce narrante fuori campo che inizia a raccontare gli avvenimenti della notte in cui venne arrestato Calisto Tanzi, con una serie di immagini e video relative all'accaduto per poi proseguire con il racconto dei successi conquistati in quell'anno da parte della squadra del Parma.

Soltanto dopo la sigla del programma, entra in scena Marani, che inizia a raccontare fatti ed eventi storici legati al caso Parmalat, all'interno di uno studio. Durante il suo racconto interagisce con immagini che compaiono accanto a lui, proiettate sopra pannelli digitali presenti nello studio (figura 24). Prendendo in considerazione questa tematica, la differenza con egli episodi di Buffa la si può riscontrare nel fatto che Marani tiene in mano solo una penna durante il suo racconto (figura 25) e non interagisce con manuali, giornali, o altri oggetti scenici, cosa che invece avviene nel corso delle trasmissioni di Buffa, che dialoga col corpo continuamente con diversi oggetti in studio. Questo elemento sottolinea come la narrazione di Marani sia più diretta e concisa verso lo spettatore, con un carattere che si può definire più rigido, tipico proprio di un'inchiesta giornalistica, e dunque meno evocativo ed emozionale.



Figura 24 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

L'autore interagisce solo con immagini proiettate sui pannelli dello studio



Figura 25 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

L'autore narra le vicende in studio tenendo in mano solo una penna, senza interagire con altri oggetti scenici (esempio libri, giornali, stereo..)

La narrazione procede lungo tutto il corso dell'episodio, intervallando momenti nei quali la voce fuori campo tratta gli avvenimenti storici e sportivi, mostrando video e immagini relative ai fatti; momenti nei quali vengono inserite le interviste realizzate ad alcuni dei protagonisti del caso Parmalat e del Parma calcio, citati in precedenza; momenti in cui vengono inseriti spezzoni relativi alle udienze in tribunale pronunciate da giudici e avvocati (figura 26); immagini relative a giornali e documenti d'archivio inediti ed esclusivi riguardo al caso (figura 27-28-29-30); e infine momenti in cui vi è appunto la presenza dell'autore stesso all'interno dello studio a narrare le vicende, accompagnato dalle immagini sui display.



Figura 26 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma
Spezzoni di udienze nei tribunali per il caso Parmalat



Figura 27 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma
Pagine di giornali relativi al presidente della Parmalat, Calisto Tanzi

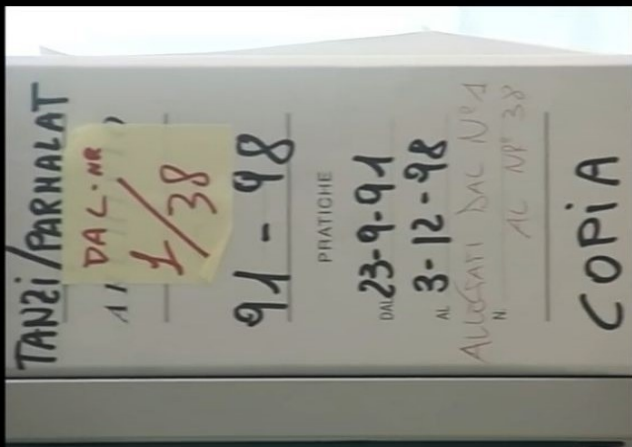


Figura 28 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma
Documenti d'archivio relativi al caso Parmalat

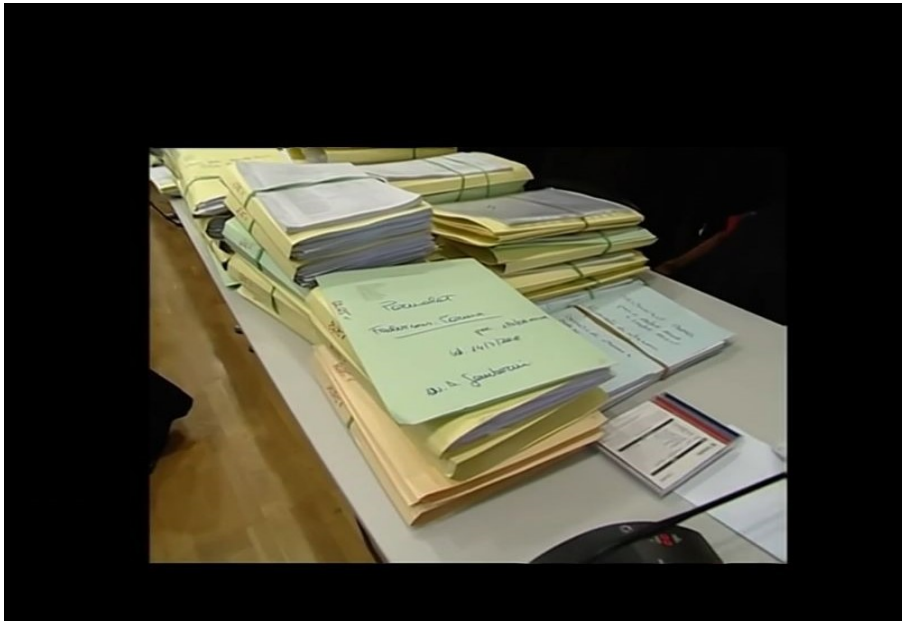


Figura 29 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma
Documenti d'archivio relativi al caso Parmalat

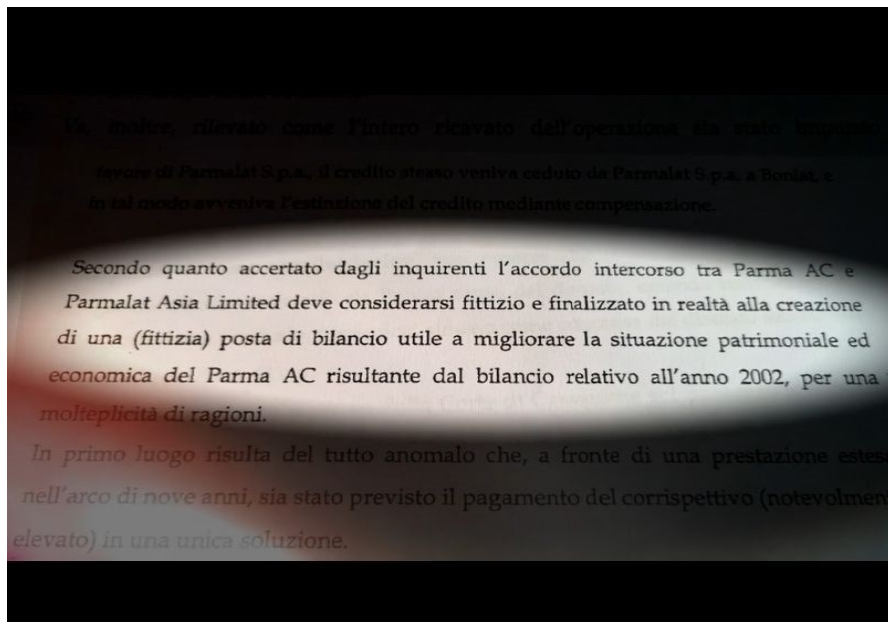


Figura 30 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma
Documenti d'archivio relativi al caso Parmalat

Marani però compare soltanto tre-quattro volte nel corso di tutti i 60 minuti di episodio, perchè il racconto è lasciato prevalentemente nelle mani della voce narrante fuori campo. Questo elemento sottolinea ancora una volta le differenze col modello Buffa: quest'ultimo rappresenta l'unica voce narrante presente durante tutto il corso dei suoi episodi e non vi è dunque la presenza di una voce esterna che lo accompagna. Il motivo di quest'ultimo risiede nel fatto di voler dare un'impronta autoreferenziale al suo programma.

Mettendo ancora a confronto le due tipologie di trasmissioni e dunque le due modalità di *storytelling* degli autori, possiamo notare altre divergenze: in primis la presenza, in *Storie* di Marani, di documenti d'archivio, come abbiamo analizzato, oltre che di spezzoni delle udienze in tribunale, assenti invece nei programmi di Buffa, che sottolineano ancora una volta la vicinanza al modello dell'inchiesta giornalistica dei programmi del primo autore; mentre il secondo utilizza caratteri meno formali e solenni per concentrarsi maggiormente sul coinvolgimento emotivo dello spettatore. Successivamente, l'inserzione negli episodi di Marani di numerosi intervistati nell'ambito considerato (figura 31-32), che portano il loro contributo narrativo all'interno del programma. Questo, a mio avviso, per dare maggiore spessore agli argomenti trattati e per riportare testimonianze dirette di personaggi coinvolti al fine di dare maggiore credibilità e concretezza ai fatti narrati; cosa che non avviene negli episodi di Buffa, che, come dicevamo, rappresenta l'unica voce narrante presente; questo per sottolinearne nuovamente l'autoreferenzialità. Infine un'altro elemento di differenza riscontrabile nelle due trasmissioni è la presenza nel racconto di Buffa di frasi significative per la narrazione, pronunciate dall'autore stesso, che compaiono nei pannelli accanto a lui, mentre negli episodi di Marani questo non avviene, sempre a marcare il carattere più suggestivo ed emozionale del primo autore.



Figura 31 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

Intervista a Gianluigi Buffon, allora calciatore del Parma



Figura 32 Fonte: Storie di Matteo Marani – L'inchiesta di Matteo Marani, puntata intitolata Giallo Parma

Intervista a Cesare Prandelli, allora allenatore del Parma

Possiamo notare però anche alcune caratteristiche comuni nelle due tipologie di programma e di narrazione calcistica: entrambe vedono la presenza dell'autore che racconta le vicende all'interno di uno studio televisivo; nonostante le modalità di narrazione differenti, entrambe le trasmissioni si rivelano fortemente coinvolgenti e avvincenti, tanto da aver riscosso successo tra gli spettatori; entrambe narrano gli eventi secondo una modalità innovativa e

molto interessante, riuscendo a far comprendere in modo chiaro le vicende narrate al pubblico. O ancora tutti e due i programmi mescolano al racconto sportivo, e in particolare calcistico, anche fatti correlati ma appartenenti a filoni tematici differenti: storia, cultura, ambito sociale, politica e via dicendo; entrambi riportano video e immagini di ciò che viene narrato sia su pannelli presenti all'interno dello studio, sia come elementi che occupano l'intero schermo. Infine entrambi gli autori sono giornalisti molto preparati e informati sulle vicende e si muovono in modo assolutamente fluido nella narrazione dei fatti.

4.3 L'evoluzione della narrazione calcistica nell'era della comunicazione digitale: un bilancio finale

Dopo aver trattato esaustivamente questi due autori importantissimi per il panorama dello *storytelling* italiano, possiamo ora a capire com'è cambiata la narrativa del calcio nell'era della comunicazione digitale. A questo proposito possiamo affermare che la proliferazione dei *podcast* ha aumentato le possibilità della narrazione e, di conseguenza, le trasmissioni sulla storia del calcio. Tuttavia, l'impatto del modello Buffa, presente in programmi come *Diario di campo* (*podcast* che racconta tutti gli aneddoti del calcio sia passato che attuale a 360 gradi), ha ridotto la ricerca di nuove forme narrative che rivisitino la memoria del calcio offrendo una prospettiva differente sul fenomeno.

Ma ci sono in ogni caso alcune eccezioni, come ad esempio la trasmissione *Numeri primi* di *Radio1*, che combina il linguaggio tipico dei documentari radiofonici con le linee dello *storytelling*, e *Cronache dei 90*, del biennio 2018-2019, curato da *Storielibere.fm*.⁷⁹

Per quanto riguarda il primo programma citato, *Numeri Primi – Storie senza uguali*, condotto da Francesco Graziani, ex calciatore ed allenatore, si concentra su eventi e fatti poco conosciuti che hanno come protagonisti celebrità o personaggi dimenticati del mondo del calcio e dello sport italiano e internazionale. La narrazione si focalizza sulle scelte e sulle azioni dei protagonisti al di fuori dei riflettori, piuttosto che sul loro aspetto agonistico. Graziani dipinge ritratti di uomini che mettono la loro coscienza davanti alla gloria e affrontano anche il dolore più profondo. Per citarne due esempi: il racconto del capitano della Nazionale argentina, Jorge Carrascosa, che rifiuterà di prendere parte ai Mondiali di calcio del 1978 per protesta contro le violenze della dittatura militare: o ancora il danese Kim Vilfort, uno dei protagonisti della vittoria della Danimarca agli Europei del 1992, che rimase accanto alla figlia in fin di vita. Queste icone non sono necessariamente vincenti, ma passano alla storia per la loro autenticità e determinazione dentro e fuori dal campo. Inoltre, l'autore mette in luce anche i dilemmi e le contraddizioni dei suoi personaggi, piuttosto che elencare semplicemente le loro vittorie e i loro successi.

Il secondo programma citato invece, *Cronache dei 90*, è condotto da Stefano Borghi,

⁷⁹ Marino C., op. Cit.

telecronista e giornalista sportivo, e si focalizza sui *match* e sui campionati più famosi degli ultimi anni del XX secolo. Il racconto della partita si basa principalmente sulla cronaca piuttosto che sull'utilizzo della retorica. Il programma si apre con il narratore che introduce le caratteristiche tecniche dei 22 giocatori in campo, della partita presa in esame, insieme al racconto di qualche aneddoto, per poi concentrarsi sugli episodi salienti di ogni partita. *Cronache dei 90* anche se nutre nostalgia per il passato rifiuta la celebrazione fine a se stessa e cerca di concentrarsi e di evidenziare le qualità e la varietà degli interpreti dell'epoca trattata, evitando di attuare confronti e paragoni con il calcio attuale.

Questi due ultimi casi trattati così come il programma *Storie di Matteo Marani* analizzato in precedenza, sono emblematici dell'evoluzione dello *storytelling* all'interno dell'ambiente calcistico. Esse si distinguono, come dicevamo, dal modello Buffa e da tutte quelle trasmissioni che seguono il suo filone di narrativa e che sono dunque autoreferenziali. Questo perchè si concentrano sull'analisi e sulla comprensione dei contesti storici e sociali nei quali il calcio è diventato un fenomeno globale. Nonostante ciò, la natura globale del fenomeno richiede una maggiore sensibilità verso le nuove culture del calcio mondiale, incluso il settore femminile, che è stato finora trascurato. Bisogna anche considerare e domandarsi quali siano i limiti dello *storytelling*, poiché l'esigenza di raccontare se stessi può rischiare di trasformare la narrazione calcistica in un semplice spettacolo verbale.⁸⁰

80 Ibidem

CONCLUSIONE

Il calcio rappresenta un fenomeno culturale complesso da analizzare. Infatti è una macchina che produce segni e significati che influiscono direttamente su numerosi e diversificati ambiti della società odierna: a partire dalla cultura popolare per poi passare alla comunicazione, al benessere fisico e mentale, agli stili di vita, all'economia, alla politica, alla moda, alla tecnologia e via dicendo.

Per quanto riguarda il ruolo che il calcio assume a livello sociale, abbiamo visto in questo testo come esso sia molto importante. Infatti, è uno degli sport più popolari e praticati al mondo e viene spesso utilizzato come strumento di coesione e identità culturale all'interno di diverse comunità. In molti paesi, le partite di calcio sono eventi che coinvolgono intere città e rappresentano un'importante fonte di intrattenimento e aggregazione sociale. Il calcio, come tutti gli sport in generale, è una pratica rilevante anche sotto l'aspetto della salute fisica e mentale delle persone oltre che come prevenzione delle deviazioni comportamentali, soprattutto in ambito adolescenziale.

Dal punto di vista dell'impatto che il calcio ha sul sistema mediatico contemporaneo, abbiamo analizzato come questo sport sia sempre più correlato e legato profondamente con i media tradizionali, come la TV, con le nuove tecnologie e con i social media che stanno prendendo piede sempre di più oggi. Infatti, com'è potuto emergere da questo scritto, è proprio per mezzo della sua caratterizzazione come fenomeno di culto complesso, che diventa un oggetto fondamentale e determinante per il sistema televisivo oltre che per i social media contemporanei. La televisione in particolare, lo accoglie ampiamente e ne sfrutta al massimo tutte le sue potenzialità. Di conseguenza, si crea una manovra cosiddetta di *enhancing* che permette alla televisione di estrapolare ed esaltare le potenzialità di spettacolarizzazione del calcio, che erano rimaste nascoste per molto tempo.⁸¹ Per quanto riguarda il calcio, i risvolti di questa operazione apportano delle conseguenze a livello simbolico e culturale che possono essere ritenute positive o negative a seconda del parere che ciascun soggetto ripone sull'idea del calcio stesso.

Sempre inerente al rapporto tra il calcio e la televisione, in questo testo ci siamo poi

⁸¹ Ruggiero C., Russo P., op. cit., p. 214

concentrati nel definire l'evoluzione e il mutamento dello *storytelling* calcistico contemporaneo: il racconto sportivo, non è un'innovazione del nostro secolo, ma è presente sin dalle origini dello sport e nel corso degli anni è stato narrato non solo da cronisti, ma anche da intellettuali e letterati come Roland Barthes in Francia e Pier Paolo Pasolini in Italia, il quale ha realizzato uno scritto proprio sulla semiotica del linguaggio calcistico.⁸²

Un giornalista sportivo italiano che ne segnò la storia fu sicuramente Gianni Brera. Egli si distinse per la sua prosa originale e ricca di regionalismi, ma soprattutto per aver dato vita a un nuovo linguaggio calcistico, adottando termini come: centrocampista, libero, contropiede, rifinitura e via dicendo, che rappresentano solo una parte dei termini che egli utilizzò nei suoi scritti e che sono ancora fortemente in uso oggi. Tra gli altri giornalisti sportivi sulla stessa scia, vale la pena ricordare anche grandi personalità come Giovanni Arpino e Gianni Mura.

Oggi, tra i maggiori esponenti della narrazione calcistica in televisione possiamo nominare due figure emblematiche come Federico Buffa e Matteo Marani, che hanno entrambi realizzato programmi sulla piattaforma di *Sky*, nei quali raccontano gli eventi più significativi della storia del calcio e dei suoi campioni, intrecciando il calcio anche con tematiche di ordine culturale, sociale, politico e via dicendo. In questo testo abbiamo infatti analizzato ampiamente il loro *modus operandi*, mettendoli poi a confronto per valutare ciò che li accomuna e ciò che li distingue nella loro pratica narrativa e giornalistica. A tal proposito quello che ne è emerso è il fatto che, entrambi i programmi sono altamente interessanti e coinvolgenti, ma il modello Buffa è più romanzato, più evocativo ed emozionale e assume le caratteristiche del format teatrale in televisione. Anche perché l'autore, come abbiamo visto, è anche un attore di teatro che dunque porta le sue opere personali anche nell'ambiente teatrale.

Marani invece, si discosta da questa linea di narrativa per il fatto che i suoi programmi, come già detto, assumono più il carattere di un'inchiesta giornalistica, connotata dall'esibizione di documenti e testi d'archivio, da spezzoni di udienze in tribunale e via dicendo, e utilizza dunque fonti storiche più accreditate. Il suo è un format un pò meno romanzato rispetto a quello di Buffa e non ha nessuna caratteristica teatrale, ma entrambi hanno sicuramente la

⁸² Farris Arcangelo, *Raccontare lo sport. Federico Buffa*, s.l., s.d., p. 1, https://www.academia.edu/3839653/Raccontare_lo_sport_Federico_Buffa

capacità di realizzare racconti molto avvincenti.

In conclusione possiamo affermare che il panorama del giornalismo sportivo e calcistico è cambiato notevolmente negli ultimi decenni. Oggi il giornalismo sportivo assume una portata più ampia, che comprende la copertura delle partite, le interviste con i giocatori e gli allenatori, le analisi dei giochi, le storie che stanno dietro le squadre e i singoli calciatori e tanto altro. Inoltre, con l'avvento delle tecnologie digitali e dei social media, la diffusione dell'informazione sportiva è diventata più rapida e accessibile; permettendo agli spettatori e ai fan di avere una copertura costante e in tempo reale delle partite e delle squadre che seguono. Anche la forma della copertura del calcio è cambiata: è diventata più sofisticata e approfondita, con una maggiore enfasi sulla statistica, gli algoritmi, i grafici oltre che l'analisi video e altri elementi multimediali per rendere la storia più coinvolgente e informativa.

Si tratta di un tipo di giornalismo che, come abbiamo visto in questo scritto, prende il nome di *data journalism*, ossia quello che fa uso dei cosiddetti *Big Data* (algoritmi, dati statistici e via dicendo). A tal proposito possiamo sostenere che il calcio è un evento sportivo che non può essere sostituito dall'algoritmo e l'algoritmo stesso non è neutro. Ci sono innumerevoli dimensioni differenti nel calcio, tra cui il piano estetico, emotivo, fisico, socio-culturale e ludico, che non possono essere definiti oggettivamente attraverso dei dati statistici.

Per ridefinire il calcio nel futuro, è importante cercare di trovare un equilibrio tra ciò che può essere calcolato e ciò che non può esserlo, mischiando la genialità del gioco e del racconto alla superpotenza del calcolo e dell'analisi. Il calcio infine è un esempio molto pertinente di come le narrazioni e le pratiche sportive possano essere costruite e studiate.

BIBLIOGRAFIA

- Bifulco Luca , "FIFA Mundial: calcio, media e potere", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale* 1/2015, pp. 103-120,
<https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79609>
- Bifulco Luca, Pecchinenda Gianfranco, Pirone Francesco, "Introduzione. Il calcio e i Campionati Mondiali tra informazione, comunicazione e spettacolo", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale* 1/2015, pp. 3-10,
<https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79604>
- Bifulco Luca, Bory Stefano, "Le nuove trame del calcio. I big data tra racconto, performance, previsione e valutazione in ambito calcistico", *H-ermes. Journal of Communication*, 17 (2020), pp. 73-96, <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/h-ermes/article/viewFile/23120/19362>
- Bromberger Christian, "La televisione e il business hanno cambiato il calcio: l'arretramento della casualità", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale* 1/2015, pp. 195-202, <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79613>
- Candelori Gabriele, *Dalle radiocronache al modello Buffa: l'evoluzione dello storytelling calcistico nei media italiani* [tesi di laurea], Roma, Unviersità degli studi di Roma "La Sapienza", 2017,
https://www.academia.edu/35602855/Dalle_radiocronache_al_modello_Buffa_leveluzione_dello_storytelling_calcistico_nei_media_italiani
- Di Mario Martina, *I grandi eventi sportivi come strumento di marketing territoriale per il turismo* [Tesi di Laurea], Roma, Libera Università internazionale degli studi sociali Guido Carli, 2017, https://tesi.luiss.it/18947/1/658331_DI%20MARIO_MARTINA.pdf
- Farris Arcangelo, *Raccontare lo sport. Federico Buffa*, s.l., s.d.,
https://www.academia.edu/3839653/Raccontare_lo_sport_Federico_Buffa
- Germano Ivo Stefano, *La società sportiva: significati e pratiche della sociologia dello sport*, Rubbettino, s.l., 2012, https://www.academia.edu/6495188/La_societ%C3%A0_sportiva_significati_e_pratiche_della_sociologia_dello_sport
- Porro Nicola, "Le metamorfosi del calcio come fenomeno sociale", *Quaderni di Sociologia* [Online], 34, 2004, online dal 30 novembre 2015, pp. 9-18
<https://journals.openedition.org/qds/1132>

- Ruggiero Christian e Russo Pippo, *Il calcio in tv. Storia, formati, ibridazioni*, Fausto Lupetti, Bologna-Milano, 24/05/18
- Sellari Paolo, "Riflessioni geopolitiche e geoeconomiche sul calcio globale", *Gnosis - rivista italiana di intelligence*, pp.77-87,
[https://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista54.nsf/ServNavig/54-30.pdf/\\$File/54-30.pdf?openElement](https://gnosis.aisi.gov.it/gnosis/Rivista54.nsf/ServNavig/54-30.pdf/$File/54-30.pdf?openElement)
- Tipaldo Giuseppe, Gritti Marco, "Il giornalista nel pallone. Il racconto del calcio nell'era dei «Big Data»", in *Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale*, 1/2015, pp. 35-56, <https://www.rivisteweb.it/doi/10.1445/79606>

SITOGRAFIA

- https://www.corrieredellosport.it/news/tv-sport/2022/05/12-92758285/storie_di_matteo_marani_2003_giallo_parma (consultato il 10/02/23)
- De Conciliis Pietro, "Chi è Matteo Marani: biografia e carriera del giornalista proposto da Gravina per la Lega Pro", 20/01/23, *ysport italia*, <https://www.ysport.eu/matteo-marani-biografia-carriera-giornalista-gravina-lega-pro/> (consultato il 10/02/23)
- <https://sport.sky.it/calcio/2022/03/04/football-analyst-su-sky> (consultato il 13/02/23)
- <https://www.gazzetta.it/fuorigioco/21-03-2019/buffa-volevo-scappare-giappone-invece-racconto-storie-33088695211.shtml> (consultato il 01/02/23)
- <https://www.libero.it/magazine/personaggi/federico-buffa-54351> (consultato il 01/02/23)
- <https://www.managercalcistico.it/matteo-marani/> (consultato il 07/02/23)
- Marino Carmine, "Il gioco più bello del mondo: la narrazione del calcio da Sfide ai programmi di Federico Buffa", *GliEroidelCalcio.com Storia da Raccontare*, 09/09/21, <https://www.glieroidelcalcio.com/2021/09/09/il-gioco-piu-bello-del-mondo-la-narrazione-del-calcio-da-sfide-ai-programmi-di-federico-buffa/> (consultato il 10/01/23)
- Pajaro Indro, Mazzetti Marco, "Sport, cinema e letteratura nello storytelling di Federico Buffa", *Magazine, giornalismo multimedia idee*, 15/04/16, <http://www.magazine.it/sport-cinema-e-letteratura-nello-storytelling-di-federico-buffa/> (consultato il 13/01/23)
- <https://www.performancestrategies.it/marketing-e-comunicazione/federico-buffa->

[storytelling-intervista/](#) (consultato il 17/01/23)

- [https://it.wikipedia.org/wiki/Pressing_\(programma_televisivo\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Pressing_(programma_televisivo)) (consultato il 12/02/23)
- Rossi Fabio, Ghirelli Antonio, Grasso Aldo, Ciotti Fabio, "Sport e comunicazione nella società moderna", *Treccani - Enciclopedia dello Sport*, 2003, https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/ (consultato il 05/01/23)
- https://it.wikiquote.org/wiki/Matteo_Marani (consultato il 03/02/23)
- <https://www.blogdicultura.it/buffa-racconta-italia-90-notti-magiche-sogni-infranti-5486.html> (consultato il 05/01/23)
- <https://www.ideawebtv.it/2022/11/03/dominano-le-immagini-ma-il-racconto-vince-regala-bellezza/> (consultato il 06/01/23)
- Sette Stefano, "Intervista a Matteo Marani", *Inchiostro*, 10/06/10, <https://inchiostro.unipv.it/inchiostro-intervista-matteo-marani-al-festival-del-giornalismo/> (consultato il 10/02/23)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Sky_Calcio_Club (consultato il 10/02/23)
- <https://sociologicamente.it/sport-e-mass-media-un-legame-sociologico/> (consultato il 03/01/23)
- https://it.wikipedia.org/wiki/Matteo_Marani (consultato il 09/02/23)

FILMOGRAFIA

- Federico Buffa racconta "Storie Mondiali", *Notti magiche (1990)*, S2014 E7
- Storie di Matteo Marani – L'inchiesta, *Giallo Parma*, S1 E14

RINGRAZIAMENTI

Giunta alla conclusione di questo percorso ci tengo a ringraziare tutte le persone che lo hanno reso possibile e che mi hanno accompagnata in questo bellissimo, ma travagliato cammino.

Vorrei ringraziare inanzitutto il Professor Manzoli per avermi dato la possibilità di realizzare questo elaborato e per avermi guidata nella strutturazione e nella concretizzazione delle mie idee.

In secondo luogo, voglio ringraziare l'Università di Bologna per avermi accompagnata e guidata in questo percorso breve ma intenso, con tutti i suoi alti e bassi, dai momenti più difficili dell'anno trascorso a distanza per la Pandemia, ai momenti più allegri di lezione in sede con i miei compagni di corso.

Un grazie va dunque anche a tutti i compagni di corso con cui ho condiviso lezioni, studio, realizzazione di progetti; ma anche chiacchiere, risate oltre che fatica e momenti di difficoltà superati insieme. Tra queste persone ringrazio in particolare la mia amica e compagna di corso Giulia, che mi ha sempre aiutata e supportata, ma anche sopportata, in tutto il mio percorso. Una spalla su cui poter sempre contare anche nei momenti di lontananza.

Un ringraziamento speciale va poi alla mia splendida famiglia, che mi ha sempre sostenuta nel bene e nel male in questo percorso, lasciandomi sempre libera di scegliere, senza mai giudicarmi. Senza di loro non saprei come fare.

Infine un grande ringraziamento va anche ai miei amici, sia quelli che ci sono da sempre che quelli che sono entrati a far parte della mia vita da meno tempo. Non farò nomi ma sono legata ad ognuno di loro in modo unico e profondo. Loro sono la mia guida, il mio supporto, la mia fonte di gioia e spensieratezza, il mio porto sicuro.

Questa tesi la voglio dedicare ai miei nonni, Martino, Rosy, Lina e Andrea, perchè sono stati per me come dei secondi genitori. Mi hanno cresciuta e accudita, dandomi sempre tutto l'amore del mondo e gliene sarò per sempre grata.