

# Il giornalismo e la notizia

di Giuseppe Di Palo

1

---

---

---

---

---

---

---

---

## Giornalismo, fatti e notizie

- **Giornalismo:** attività volta alla raccolta al commento ed all'elaborazione di notizie destinate ad essere diffuse
- **Fatto:** Accadimento quotidiano
- **Notizia:** accadimento quotidiano di particolare interesse e degno di essere raccontato
- Fatti → notizie

2

---

---

---

---

---

---

---

---

## Tutto ciò che accade è destinato a diventare notizia?

- **NO** → selezione e gerarchizzazione
- Gatekeeper
- "Ciò di cui non si parla non esiste"
- **Quante torri caddero a New York l'11 settembre 2001?**

**7**

- Michael Deaver: *Appareo ergo sum*

3

---

---

---

---

---

---

---

---

## Come fa un fatto a diventare notizia?

### Criteri di notiziabilità

- **Dimensione dell'evento** (numero di persone coinvolte)
- **Negatività** (the bad news is a good news)
- **Prossimità** (spaziale e temporale)
- **Personalizzazione** (si riconduce il tutto ad una sola persona)

4

---

---

---

---

---

---

---

---

## Il Giornalismo Sportivo

### • **Quando possiamo far cominciare il giornalismo sportivo moderno intendendo il giornalismo sportivo televisivo?**

- **Domenica 3 febbraio 1957**
- **Tre appuntamenti sportivi su 12 trasmissioni: Pomeriggio sportivo, Calcio e Notizie sportive**

5

---

---

---

---

---

---

---

---

## Ma come ha fatto lo sport a crescere così tanto in questi anni?

Su questo sviluppo i media hanno esercitato un ruolo fondamentale

- sia perchè ci sono state importanti innovazioni tecnologiche,
- sia perchè lo sport era visto come occasione di socializzazione e di sana occupazione del tempo libero,
- sia perchè in tempi recentissimi i media digitali uniscono i pubblici sportivi ed al contempo li segmentano sui diversi sport i singoli utenti preferiscono.

6

---

---

---

---

---

---

---

---

## L'era dello sport

- Il Novecento infatti viene definito essere "era dello sport" poichè lo sport riesce ad esercitare una funzione **sociale e culturale** che porta tutti a condividere un **piacere partecipativo**.

7

---

---

---

---

---

---

---

---

## Sport e media

- Ogni sport si lega in modo particolare ad un medium. La televisione è il medium sportivo per eccellenza. Il calcio è veicolato alla televisione (almeno in Italia). Il basket è più legato al web, il ciclismo alla radio ecc.

8

---

---

---

---

---

---

---

---

## Notiziabilità e sport

- Innanzitutto il fatto che due squadre si affrontino costituisce un **fatto**. L'esito dell'incontro potrebbe o meno essere una notizia più o meno eclatante.
- Se il Campobasso battesse il Barcellona sarebbe una gran bella notizia perchè si andrebbe innanzitutto contro ogni previsione e quindi, tra i criteri di notiziabilità troviamo la **novità e l'imprevedibilità**, poi la **localizzazione** (ci interessa perchè a giocare è una squadra locale) e poi, in seguito (il così detto terzo tempo) porterebbe ad avere un **evento di grandissima portata**. Potremmo parlare di **personalizzazione** se si va ad identificare l'uomo partita (anche a seguito di uno strumento del giornalismo sportivo che conosciamo tutti: le pagelle).

9

---

---

---

---

---

---

---

---

## Notiziabilità e sport: la negatività

- Spesso la notizia non viene dall'esito della partita, ma da cosa accade in essa.
- **Quando l'Italia vinse i mondiali nel 2006 nella finale con la Francia oltre al fatto di aver vinto cosa ricordiamo di quella partita?**
- Della capocciata che Zidane tirò a Materazzi.
- **La violenza e la negatività** sono fattori che alimentano la notizia. Doping (cito Pantani, Alex Schwarzer), scandali finanziari, scommesse, frodi, partite vendute (calciopoli, il caso Juventus, il caso Moggi ecc)

10

---

---

---

---

---

---

---

---

## Generazioni sportive

- Fra sport e media c'è una forte relazione collegata attraverso il concetto di **generazione sportiva** (legate principalmente agli **idoli** del momento)
- Pallacanestro: Wilt Chamberline, Julius Erving, Kareem Abdul Jabar, Larry Bird, Magic Johnson, Michael Jordan, fino agli attuali Kobe Bryant, Allen Iverson, Carmelo Antony e LeBron James.
- Per il **calcio** si va da Platini a Franco Baresi, Dino Zoff, Pelè, Maradona, Beppe Bergomi, Weah, Ronaldo, Ronadinho, fino a Beckham, Del Piero, Totti, Balotelli).
- **F1**: da Nuvolari a Schumacher, fino a Massa, Alonso, Hamilton

11

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rapporto Media/Sport

A livello storico il rapporto tra media e sport passa attraverso tre fasi:

- **sport e mass media** dove lo sport fa crescere gli spettatori dei media ed i media avvicinano gli spettatori al mondo dello sport. E' un rapporto dove ci guadagnano entrambi.
- **l'infosport** dove lo sport si fa evento, elemento di attrazione mediale
- **sport e media digitali** dove la retorica dello sport prevale sull'informazione.

12

---

---

---

---

---

---

---

---

## Lo spazio del giornalismo sportivo

- Sui quotidiani e nei telegiornali ancora oggi lo sport occupa i gradini più bassi nella gerarchizzazione: taglio basso della prima pagina di un giornale, ultime pagine dei contenuti dello stesso, fondo di una pagina web di una testata giornalistica, notizie di chiusura di un telegiornale.
- **Il giornalismo sportivo viene percepito come di nicchia**

13

---

---

---

---

---

---

---

---

## Sport sociale

- Sport fruito anche al termine di un evento sportivo.
- Se siete tifosi del Napoli, o della Juve, o dell'Inter chiedere di unirvi al gruppo su Facebook, commenterete i risultati sul web, dividerete foto, video e post riferiti alla vostra squadra del cuore o al giocatore preferito...

14

---

---

---

---

---

---

---

---

## Iconografia dello sport

- **Questo successo si deve anche al valore iconografico dello sport.**
- Il tifoso finisce con l'identificarsi con i colori di una bandiera, con uno stemma, con un giocatore, lo imita.
- Altri li imitano nel **modo di vestire o nel taglio di capelli**. Gli occhialini di Davids, le trecce di Taribo West e le creste che vanno da Boateng a Hamsik.
- Ma anche il **simbolismo dei nomi o delle somiglianze** ha il suo effetto: il ciuccio per il Napoli, il diavolo per il Milan, er pupone per Totti, o il riflesso di cacciare la lingua di Michael Jordan, o semplicemente il numero della maglietta.
- **CONOSCERE**. Sapere il registro linguistico da usare che è diverso per ogni sport.

15

---

---

---

---

---

---

---

---

## Il fandom

- Tutti questi elementi portano alla nascita del fan, del **fandom**: l'essere informati su tutto quello che accade in riferimento alla propria squadra, partecipare agli eventi sociali del web attraverso i social network, abbonarsi a sky per vedere le partite di quella squadra, visitare il sito ufficiale, la pagina facebook, iscrivermi al fan club, indossare la maglietta del mio giocatore preferito (c'è quindi un **continuum ludico**) seguire eventi che vanno oltre lo sport come i talk show e le interviste.

16

---



---



---



---



---



---



---

## Sport e media event

- Questi sono alcuni elementi che portano lo sport a diventare un **media event**. Gli eventi mediali sono i grandi eventi storici dotati di un aspetto cerimoniale e di unicità. Tali eventi sono creati in base ai criteri di notiziabilità o valori notizia presentando quattro caratteristiche:
  - si svolgono in diretta;
  - la programmazione regolare è sospesa;
  - raccolgono vasti pubblici;
  - Predispongono il pubblico in maniera ricettiva.

17

---



---



---



---



---



---



---

## Concludendo

- Il giornalista sportivo, concludendo, non deve solo limitarsi a raccontare la cronaca di un evento sportivo. Il suo lavoro non termina con la fine di una partita, ma prosegue fuori allo stadio, nei club, sui social network, partorendo inchieste che possano far capire anche perchè lo sport è in grado di appassionare la gente in un modo che nessun'altra cosa riesce.

18

---



---



---



---



---



---



---