

Calcio e media locali in Italia (1975-2025)

Mirco Carrattieri

Università di Bergamo

Margherita Moro

Università “La Sapienza”

Lorenzo Venuti

Università di Bologna

La centralità dello sport nella società contemporanea, e in particolare la sua capacità di offrire un tessuto di interazione sociale — sia diretta che mediata — ha spinto negli ultimi anni a studiare i fenomeni sportivi da numerose angolazioni. Se fino a pochi anni fa l’interesse degli scienziati sociali si concentrava soprattutto sul tifo organizzato, spesso analizzato nelle sue forme più violente e identitarie¹, l’importanza e la preponderanza che i mezzi di comunicazione hanno assunto nella società odierna ha suscitato interesse anche sull’intrinseco ruolo che i media hanno avuto nello sviluppo dello sport contemporaneo.

Numerosi studi hanno evidenziato come la media logic “partendo dalle istituzioni mediali, pervade campi e sistemi sociali”, dunque anche lo sport². Il calcio, in particolare, è passato negli ultimi decenni da un evento prevalentemente sportivo, a uno invece principalmente mediale: una trasformazione lenta, che ha subito una brusca accelerata in anni recenti.

Studiare e osservare la “mediazione” sportiva significa peraltro interrogare il ruolo attivo dei media nella produzione culturale contemporanea, tra spettacolarizzazione, consumo e costruzione dell’immaginario collettivo.

Relativamente in pochi hanno la possibilità di assistere all’evento sportivo personalmente, e così la narrazione dell’evento, e le sue diverse forme a seconda dei mezzi, hanno un impatto di grande rilievo nella costruzione delle possibili comunità immaginate attorno a una disciplina o a un club sportivo³.

Infatti, il consumo mediale del calcio rende possibile una partecipazione collettiva all’evento, anche quando l’accesso fisico è limitato: ciò rafforza il potenziale dello sport come dispositivo identitario.

Che poi il rapporto fra media e sport sia di lunga durata, lo dimostra il fatto che nell’Inghilterra del ’700, più o meno in parallelo alla strutturazione di un sistema sportivo moderno attorno ad alcune discipline — boxe, ippica e cricket — i giornali iniziarono a dare notizia

¹ Solo per fare qualche esempio cfr. A. Dal Lago, *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*, Bologna, il Mulino, 1990; J. Clarke, *Football Hooliganism. Calcio e violenza operaia*, Bologna, DeriveApprodi, 2019; V. Marchi, *Ultrà. Le sottoculture giovanili negli stadi d’Europa*, Roma, Koiné, 1994.

² M. Tirino, *La mediatizzazione dello sport: network, audience, organizzazioni sportive*, in *Sport e scienze sociali*, a cura di L. Bifulco-L. Tirino, Roma, Rogas, 2019, p. 148.

³ B. Anderson, *Comunità immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*, Roma-Bari, Laterza, 2018 (ed. or. 1983).

dei risultati, alimentando il fenomeno delle scommesse e spingendo a una definitiva regolamentazione della pratica⁴.

Se l'informazione circa i risultati e il racconto a posteriori dell'evento è dunque insita nel fenomeno sportivo sin dai suoi esordi, l'innovazione tecnologica ha permesso non solo di conoscere l'evento in differita, ma di seguirlo in diretta. La radio prima, e poi nella seconda metà del Novecento, la televisione, hanno stimolato il coinvolgimento dell'appassionato, spingendo anche a nuove forme di intrattenimento e consumo. In un paese come l'Italia, caratterizzato da una attenzione per lo sport già evidente alla metà del Novecento – unico paese che poteva contare negli anni Cinquanta ben quattro quotidiani sportivi – ma segnato da un forte frazionamento territoriale, lo sport poteva fornire un punto di dialogo, ma anche ribadire i campanilismi preesistenti.

Per questo, il presente numero monografico vuol riflettere partendo da un punto di vista parzialmente diverso rispetto allo stato dell'arte. Il rapporto fra lo sport e la società contemporanea in un quadro legato alla dimensione mediatica è infatti un tema già battuto dalla storiografia internazionale⁵; così come è stata studiata la narrazione dei grandi eventi sportivi⁶.

Nel nostro paese è stato tematizzato in particolare il rapporto che si è venuto a creare fra la squadra nazionale di calcio e l'identità italiana sin dagli esordi del mezzo di comunicazione di massa⁷. Sebbene la costruzione di un'identità italiana resti anche qui un dato di contesto fondamentale, questo numero monografico prende le mosse proprio dalla rottura del monopolio mediatico. A partire dal 1976, i vari contesti locali hanno potuto infatti diventare produttori di contenuti mediatici, reinterpretando le vicende sportive, pur in una grammatica sportiva comune a tutta la penisola, in una chiave locale che ha variamente interagito con l'appartenenza collettiva. In altre parole, la liberalizzazione prima della radio, e poi della televisione, ha permesso lo sviluppo dei media come istituzioni sociali, ovvero “capaci di autodeterminarsi e interagire con le altre istituzioni della società”⁸. Contribuendo, così, anche a plasmarla.

In questo quadro, il calcio rappresenta un caso emblematico della trasformazione dello sport in prodotto narrativo e spettacolare. La sua rappresentazione mediale non si limita a documentare l'evento, ma partecipa attivamente alla costruzione di significati culturali condivisi. Considerare il calcio come un genere televisivo a sé stante permette di cogliere la profondità di questa trasformazione: la logica narrativa dei media, mutuata anche dal linguaggio cinematografico, ha progressivamente ridefinito la fruizione dell'evento sportivo, spostandone il centro di gravità dalla dimensione collettiva dello stadio a quella mediatica e domestica. In questo senso, i media non si limitano a raccontare il calcio, ma lo costituiscono come rito, mito e immaginario.

L'ambizione del numero era inoltre quella di presentare una riflessione che non inqua-

⁴ T. Collins, *Sport in Capitalist Society. A Short History*, New York, Routledge, 2013, pp. 6-7.

⁵ J. Maguire, *The Media-Sport Production Complex: The case of American Football in Western European Societies*, in «European Journal of Communication», 6 (1991), n. 3, pp. 315-335; S. Martelli, *Sport, media e intrattenimento. Emozioni in/controllate e struttura sociale emergente*, Milano, FrancoAngeli, 2014.

⁶ Ad es. Stefano Martelli, *Lo sport globale. Le audience televisive ai Mondiali di calcio, Olimpiadi e Paralimpiadi invernali (2002-2010)*, Milano, FrancoAngeli, 2012; *Il mondiale delle meraviglie. Calcio, media e società da "Italia '90" a oggi*, a cura di N. Porro-S. Martelli-G. Russo, Milano, FrancoAngeli, 2016.

⁷ P. Colombo-G. Lanotte, *Azzurri. Storie della nazionale e identità italiana*, Torino, Utet, 2021.

⁸ Tirino, *Op. cit.*, p. 153.

drasse un solo mezzo comunicativo, ma abbracciasse diverse gamme di casi di studio, sia riguardo allo strumento che al territorio, in modo tale da offrire un ventaglio di possibili chiavi di lettura su come le informazioni circolano e vengono poi di nuovo rese al pubblico. Dopodiché l'analisi presenta un secondo livello: come questo quadro variegato e sfaccettato è stato riproposto al pubblico nazionale attraverso altri media che solo apparentemente sembrano essere lontani dallo sport, come il cinema e la musica.

La risposta degli autori ha superato le nostre aspettative. Il presente volume contiene infatti quattro saggi e due contributi più brevi, materiali incentrati su una specifica fonte che potrebbe portare a ulteriori studi.

Uno dei filoni di maggior spessore, e non poteva essere altrimenti, è quello del rapporto fra tifosi e media. Son ben tre i saggi che si incentrano su questo tema. Il primo, di Leonardo Vasarano, presenta il caso di studio della «Brigata Ulrà», contraddistinta da una fede politica aliena nella Perugia degli anni Novanta, mentre Roberto Colozza analizza le lettere inviate dai tifosi al CUCS, il Comando Ulrà Curva Sud della Roma. Questa varietà aveva uno sfogo anche quando veniva rappresentata sul grande schermo: sulle diverse modalità di rappresentazione dei tifosi intervengono Pietro Ammaturo e Alfonso Amendola, presentando una penisola variopinta, con l'emergere, via via, di una dimensione più violenta legata al mondo ulrà.

Sul caso di una delle trasmissioni più longeve dedicate al calcio nel contesto locale, *Qui studio a voi stadio*, su Telelombardia, scrive Carmine Marino, mentre Paolo Carelli e Fabio Gafforini ricostruiscono la bresciana Teletutto, capace di salire alla ribalta delle cronache internazionali per uno scoop nel dicembre del 2003. Gabriele Fredianelli, infine, ci porta nel mondo del calcio amatoriale toscano ricostruendo la vicenda di «Calciopiù», rotocalco attivo dal 1982.

Il quadro complessivo che ne risulta, come il lettore avrà modo di giudicare, è quello di una realtà variegata e composita, in cui però non mancano spunti comuni e fenomeni transmediali. Anche in questo campo un approccio locale ma non localistico consente di articolare la storia e sociale e culturale, calando sul terreno le ipotesi generali senza perdere la complessità, e in molti casi anche l'umanità, dei fenomeni di base.

