

PROFESSIONE COMUNICATORE

Collana diretta da Mario Morcellini e Sergio Zavoli

7

Direttori

Mario MORCELLINI
Sapienza Università di Roma

Sergio ZAVOLI
Senato della Repubblica

Comitato scientifico

Antonio BETTANINI
Sapienza Università di Roma

Maria GÓMEZ Y PATIÑO
Universidad de Zaragoza

Giampiero GRAMAGLIA
EurActiv.it

Felipe Julián HERNÁNDEZ LORCA
Universidad de Murcia

Pasquale MALLOZZI
Corriere dello Sport

Gaia PERUZZI
Sapienza Università di Roma

Sandro PETRONE
Rai

Francesca RIZZUTO
Università di Palermo

Christian RUGGIERO
Sapienza Università di Roma

Elena VALENTINI
Sapienza Università di Roma

Fabien WILLE
Université Lille 2

PROFESSIONE COMUNICATORE

Collana diretta da Mario Morcellini e Sergio Zavoli



Partendo dalla natura *pervasiva* della comunicazione, chiave di lettura dei fenomeni della modernità ma al tempo stesso dimensione inscindibile della vita di ognuno, la Collana si propone di affiancare contributi di riflessione teorica a volumi esplicitamente dedicati alla comunicazione “professata”.

Nel mondo dell’informazione come in quello delle tecnologie dell’audiovisivo, nel settore della comunicazione pubblica e politica come in quello della divulgazione scientifica, i cambiamenti si susseguono con una velocità che spesso solo gli “addetti ai lavori” sono in grado di cogliere. D’altronde, solo un adeguato collegamento con la conoscenza teorica sviluppata nei decenni nell’ambito dei *media studies* garantisce quella distanza che sola genera un autentico spirito critico.

Unire proficuamente *teoria e tecniche della comunicazione* è dunque una formula vincente per comprendere a fondo i processi che attraversano la società contemporanea.

Marica Spalletta
Lorenzo Ugolini

(Ti)fare informazione

Il giornalismo sportivo italiano
e la sfida della credibilità

Prefazione di
Pasquale Mallozzi





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXVI
Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it
info@gioacchinoonoratieditore.it

via Sotto le mura, 54
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-548-9853-0

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: novembre 2016

Non amo il tifoso perché ha una strana caratteristica: non capisce perché tu non lo sei, e insiste nel parlare con te come se tu lo fossi. [...] Non è che a lui non importi niente che a me non ne importi niente. È che non riesce a concepire che a qualcuno non ne importi niente.

Umberto Eco

- 11 *Prefazione*
di Pasquale Mallozzi
- 17 Introduzione
I giornalisti sportivi e il problema della credibilità
- 27 Capitolo I
Oltre i pregiudizi e gli stereotipi
1.1. La ricerca: obiettivi e metodologia, 28 – 1.1.1. *La definizione del panel*, 28 – 1.1.2. *La traccia dell'intervista*, 33 – 1.2. Il newsmaking sportivo, 35 – 1.2.1. *Cosa faceva e cosa fa notizia*, 36 – 1.2.2. *Quando il "connesso con" è ancorato all'evento agonistico*, 41 – 1.2.3. *Per necessità o per scelta? Gossip e "connesso con"*, 44 – 1.2.4. *L'eccezione che conferma la regola: la telecronaca*, 50 – 1.3. Il lavoro del giornalista al tempo del "connesso con", 52 – 1.3.1. *Tra enciclopedismo e specializzazione*, 53 – 1.3.2. *Giornalismo di "serie A" o giornalismo di "serie B"?*, 56 – 1.4. Le skill del "bravo giornalista sportivo", 58 – 1.4.1. *Competenza tecnica e sul "connesso con"*, 59 – 1.4.2. *Preparazione culturale*, 61 – 1.4.3. *Responsabilità*, 63 – 1.5. Il giornalista sportivo: distaccato, appassionato o tifoso?, 66 – 1.5.1. *Le radici della passione*, 67 – 1.5.2. *Le radici del tifo*, 71 – 1.5.3. *Passione, tifo e obiettività: una convivenza possibile?*, 76 – 1.5.4. *Le "relazioni pericolose"*, 81 – 1.6. Il pubblico dello sport, 86 – 1.6.1. *Appassionato o tifoso? Una difficile definizione*, 86 – 1.6.2. *Tifo/passione = calcio/altri sport?*, 88 – 1.6.3. *L'incidenza del tifo sul lavoro giornalistico*, 92 – 1.7. Che cos'è la credibilità nel giornalismo sportivo, 97 – 1.7.1. *La credibilità come qualità personale e/o come relazione*, 99 – 1.7.2. *La prima radice della credibilità: l'accuracy*, 102 – 1.7.3. *La seconda radice della credibilità: la fairness*, 105 – 1.7.4. *La terza radice della credibilità: la capacità di emozionare*, 107 – 1.8. Una credibilità uguale e diversa, 109

115 Capitolo II

Dal “peccato originario” ai “peccati capitali”

2.1. Il ruolo sociale del giornalismo sportivo, 121 – 2.1.1. *Il “portavoce della fazione”*, 122 – 2.1.2. *Giornalismo sportivo e opinione pubblica*, 126 – 2.1.3. *Un ruolo condizionato e contaminante*, 128 – 2.2. Il sistema: il “peccato capitale” dell’editoria impura, 130 – 2.2.1. *Diversi livelli di impurità*, 130 – 2.2.2. *L’influenza del pubblico*, 135 – 2.3. Il giornalista sportivo e il vizio dell’auto-referenzialità, 140 – 2.4. La notizia sportiva: tra asimmetrie e contaminazioni, 145 – 2.4.1. *Effetti sulla selezione*, 147 – 2.4.2. *Effetti sull’interpretazione e la contestualizzazione*, 149 – 2.4.3. *Giornalismo sportivo e mercato*, 154 – 2.4.4. *Effetti sulla gerarchizzazione*, 157 – 2.5. Ricerca e formato: tra competenza e disintermediazione, 166 – 2.6. Etica e deontologia di un giornalismo *sui generis*, 172

181 Capitolo III

Quale credibilità per quale giornalismo sportivo

3.1. Il giornalismo sportivo e le sue rivoluzioni, 182 – 3.1.1. *Dal “paleo” al “neo” giornalismo sportivo*, 184 – 3.1.2. *L’avvento dell’informazione sportiva “market-oriented”*, 188 – 3.1.3. *La Rete come luogo del dare/fare/partecipare informazione*, 191 – 3.1.4. *I giornali al tempo dei media elettronici e digitali*, 198 – 3.1.5. *Il giornalismo sportivo oggi: evoluzione e/o involuzione?*, 201 – 3.2. Giornalismo sportivo e credibilità: un’ipotesi di definizione, 209 – 3.3. La credibilità del giornalismo sportivo tecnico-agonistico, 212 – 3.3.1. *Il problema dell’interesse*, 212 – 3.3.2. *Il problema della verità*, 215 – 3.4. *La credibilità del giornalismo sportivo “connesso con”*, 224 – 3.4.1. *La “distanza dal campo”*, 224 – 3.4.2. *La rivincita del modello “trustee”*, 228

233 Conclusioni

Un ancoraggio duplice (ma non triplice)

243 *Bibliografia*

Prefazione

di Pasquale Mallozzi*

Credibilità. Questione fondamentale e non solo per il giornalismo. Figuriamoci al tempo di Internet, dei social, della disintermediazione. Rete mia non ci sono più le mezze mediazioni.

Credibilità: ovvero *la capacità che una persona, un uomo politico, una personalità del mondo finanziario, o anche un ente, una società, un governo, ha d'ispirare fiducia, di ottenere credito e riconoscimento*. Un bel problema per le agenzie di socializzazione, per le strutture istituzionali e politiche. Figuriamoci per il giornalismo. E, incredibile ma vero, Wikipedia, la "*nouvelle Encyclopédie*", a oggi non ospita definizioni per il termine "credibilità". Pudore, modestia, problemi di coscienza, chissà...

Pazienza, ci siamo affidati alla Treccani, un'istituzione credibile. Ma torniamo a noi, al giornalismo e alla crisi immediata.

Strano mestiere quello del giornalista: deve rendere credibile l'incredibile. E rendere incredibile la quotidianità con una cadenza per secoli scandita dal mezzo: oggi, invece, oggi *always on*, senza soluzioni di continuità ma con lo stesso ingombrante fardello della credibilità. E che dire del giornalista sportivo e della sacralità temporale dell'evento: un clic e via, è sempre domenica. Ogni giorno, ogni minuto. Strano mestiere quello del giornalista: deve narrare continuamente storie, deve trasformare in storie anche fatti minuti, a prima vista insignificanti, ma che il suo istinto sopraffino indi-

* Giornalista professionista dal 1981, docente a contratto presso Sapienza-Università di Roma e l'Università degli Studi "Suor Orsola Benincasa" di Napoli, autore di due saggi sui rapporti tra giornalismo e sport: "Nuove tecnologie in redazione. Quante storie" (in *Comunicazione e sport*, Quattro Venti 2006) e "Lo sport. Suggestioni dal quotidiano" (in *Lo sport al grandangolo. L'evento tra metafora e pragmatismo*, Rubbettino 2008).

vidua come emblematici. Storyteller, ma mai cantastorie, a tempo pieno, sempre pronto alla narrazione, ma in grande difficoltà a raccontare il suo mestiere. A cogliere le caratteristiche essenziali del giornalismo e a tradurle in definizioni, concetti, teorie.

E allora ben vengano ricerche, analisi che mettano a fuoco le routine, i vizi, le difficoltà di un mondo che raramente riesce a ragionare sulle angustie del proprio spazio, sulla debolezza degli attrezzi del mestiere.

Marica Spalletta e Lorenzo Ugolini portano avanti da tantissimo tempo un'attenta ricerca sul *fare* e *tifare* informazione. Con molti meriti. Il primo è quello di riassetare il territorio: non ci sono giornalismo di "serie A" e di "serie B". Ci sono tanti giornalismo, tanti linguaggi, declinazioni diverse legate al mezzo e al contesto. Ma nessuna scala gerarchica e la comune necessità di avere un metodo condiviso, analitico nella ricerca e nel racconto dei fatti, degli eventi. Di cronaca o sportivi. Che abbiano a che fare con la politica o con lo spettacolo: in un mondo già abbastanza contaminato di suo, non c'è molto spazio per i recinti, per le barriere. E non serviva neanche attendere la rivoluzione digitale: la società non vive di compartimenti stagni, è il nostro sguardo che ha bisogno di mettere a fuoco pezzo per pezzo. Giusto quindi soffermarsi sulle caratteristiche del giornalismo sportivo, sapendo perfettamente che è solo una questione di metodo.

Sullo sport sono state spese tante parole, spesso superficiali. Si ha sempre l'impressione che quando si parla di sport il livello scenda alla chiacchiera da bar: i fatti sportivi, anche quando invadono la cronaca quotidiana, sembrano godere, o scontare, un atteggiamento di leggerezza, di schifiltosa sufficienza. E tante colpe ricadono sulla superficialità di molti giornalisti sportivi, i primi a negare nei fatti l'appartenenza a pieno titolo alle professioni "socialmente utili": «se osserviamo le modalità della copertura giornalistica dei fatti sportivi fuori dalle sedi specialistiche, potremo notare che tale atteggiamento di presa di distanza e di disistima per il mondo dello sport tende a riprodursi anche fuori dei ristretti ambienti intellettuali e a circolare nelle stesse pagine dei giornali» (Bechelloni 1990, p. 7).

Intanto il giornalismo sportivo non è e non è mai stato giornalismo di “risultati”, di numeri e tabellini. Perché lo sport non è solo risultati e tabellini. C’è oggi però una differenza fondamentale rispetto al passato: il giornalista non è più il testimone privilegiato dell’evento. I fatti accadono, o sembrano accadere, davanti agli occhi di tutti. Sono a portata di sguardo. E gli ex lettori, poi spettatori, ora utenti attivi e protagonisti, sono in perenne conflitto con un mondo giornalistico nei confronti del quale non si ha più molta fiducia, anzi proprio non se ne sente il bisogno. Blog, forum di discussione, accesso diretto alle fonti, siti di calciatori e società che parlano direttamente con i propri tifosi. Tv tematiche e tv “*all my news*”, palcoscenico, spogliatoio, pubblico, privato. Tutto sotto gli occhi di tutti. E il giornalista?

Lo dico con difficoltà, quasi non credendoci io stesso, ma penso che [il calcio] sia ancora un gioco e che abbia una sua filosofia. Sono molti gli elementi che lo compongono e che forse gli conferiscono la sua bellezza, il suo fascino: il calcio è agonismo, è lotta di due squadre, ma anche di un giocatore contro l’altro; ed è rappresentazione, finzione, simulazione. Il giocatore punta l’avversario, o finge di puntarlo, per aggirarlo, per sfuggirgli. Tutto è finzione e simulazione. Questo elemento teatrale concorre essenzialmente a costituire il fascino del calcio (Givone, Lucarelli 2006, p. 63).

Come tutti i fenomeni di cultura sottile, il testo sportivo ha nell’immaginario mediale il suo luogo d’elezione. Ma in Italia la letteratura di qualunque tipo, ma anche il cinema, così come i fumetti hanno dimenticato le storie sportive. La stessa tv per tantissimo tempo si è limitata alla cronaca: ha raccontato i personaggi più stravaganti, ha narrato ed esaltato le gesta degli eroi più vari, ma solo distrattamente ha invaso i recinti narrativi di stadi e palestre. E così il ruolo di storyteller è finito completamente sulle spalle del giornalismo sportivo. È per questo che si fa più fatica a tenere separati oggetto e soggetto nella cronaca sportiva. E, almeno in questo caso, non è una questione solo italiana.

I cronisti specialisti di sport evitano l'obiettività giornalistica per tifare di nascosto per la squadra di casa, perché per i tifosi leggere un racconto neutrale della partita del giorno prima è come baciare la madre. Molte delle migliori penne del giornalismo sono assegnate alle pagine di sport per intrattenere. Quelli che non ce la fanno possono sempre essere riciclati come corrispondenti di guerra (Shafer 2006).

La narrazione dello sport consente ai lettori di raccontarsi, di partecipare a un grande romanzo collettivo, all'interno del quale il pubblico, apparentemente passivo, collabora attivamente alla costruzione di un universo simbolico condiviso. Un percorso analogo al pubblico delle fiction, ma con una sostanziale differenza: la straordinaria competenza e partecipazione passionale che caratterizza il lettore sportivo, a metà strada tra spettacolo e narcisismo.

Il giornalismo sportivo non può permettersi scelte aristocratiche o parziali: deve essere in grado di soddisfare la domanda di tutto il pubblico. Il giornalismo sportivo è estremamente "democratico": può sconfinare nella demagogia, ma difficilmente può essere strumento degli interessi dei proprietari, delle caste professionali e delle classi al potere: non può non essere in sintonia soprattutto con il proprio lettore. E la maggiore garanzia di qualità è proprio negli alti numeri, nella quantità e varietà della platea dei lettori.

Il pubblico ha un grado di conoscenza altissimo delle tecniche di gioco e quindi esige precisione; il discorso popolare invece serve per aggiungere emotività e mobilitazione: il giornalismo sportivo è una grande fiction popolare che narra di sogni a occhi aperti, che regala certezze e storie emblematiche pronte all'uso per una via democratica e popolare al successo.

Il giornalismo sportivo è un laboratorio estremamente interessante: deve essere sempre in sintonia con i ceti popolari, con le fasce più aperte alla partecipazione ma che si sentono ai margini dei grandi avvenimenti della vita politica e culturale. Nazionale e internazionale. Attraverso lo sport si creano e si rinsaldano legami e sentimenti di appartenenza. Una via non semplice ma più democratica alla popolarità: «certo, i giornali sportivi vivono di di-

spute artificiali, di polemiche inesistenti, e anche se fossero fatti malissimo venderebbero moltissimo. Ma hanno un merito: parlano lo stesso linguaggio del pubblico cui si rivolgono, cioè di milioni di italiani» (Pintor 1984, p. 66).

Per tutto questo diventa fondamentale recuperare dall'esterno una possibilità di analisi che metta a fuoco le indispensabili competenze richieste al giornalista. Competenze, come giustamente si sottolinea nel testo, che sappiano gestire il paradosso tra l'interesse del pubblico e ciò che al pubblico interessa. Ed è di grande importanza che questi discorsi partano, ma possano anche tornare all'interno del mondo accademico: perché è indispensabile introdurre con nettezza la necessità del "metodo" e delle competenze legate al metodo, che non possono essere educate lontano dai circuiti universitari. Proprio per evitare la riproduzione delle routine, con qualche virtù e tanti vizi.

Le notizie sono una realtà storica. Sono una forma di cultura ideata da una classe specifica in un particolare momento della storia – in questo caso la classe media all'incirca nel XVIII secolo. Come ogni forma culturale inventata, le notizie riflettono una peculiare "fame di esperienza", un desiderio di sbarazzarsi dell'epico, dell'eroico, del tradizionale a vantaggio dell'unico, dell'originale, del romanzesco, del nuovo [...]. Secondo una visione rituale, allora, le notizie non sono informazione, bensì dramma [...] ritraggono un'arena di forze drammatiche e di azione [...] ci invitano a partecipare sulla base dell'assunzione [...] di ruoli sociali al loro interno (Carey 1988).

E i ruoli sociali non sono così diversi dai ruoli di una squadra di calcio. È una questione di allenamento. E di studio.

I giornalisti sportivi e il problema della credibilità

All'approssimarsi dei principali eventi sportivi che maggiormente coinvolgono il pubblico italiano nel suo complesso, come per esempio i Mondiali di calcio o i Giochi Olimpici, non vi è commentatore, opinionista o analista che ometta di osservare come gli italiani, considerati particolarmente avvezzi al conflitto e alla diatriba sportivi, siano in grado di compattarsi di fronte alle gesta degli atleti in maglia azzurra. Allo stesso modo, i nostri litigiosi e battibeccanti connazionali sono disposti a schierarsi uniti a sostegno dei grandi campioni italiani dello sport (come per esempio Alberto Tomba, Marco Pantani o i fratelli Abbagnale), salvo poi essere nuovamente pronti a brandire la partigianeria nel momento in cui, in un determinato sport, si viene a creare un dualismo, una sfida interna ai colori azzurri (come è avvenuto con Max Biaggi e Valentino Rossi oppure, per citare il caso forse più famoso e maggiormente sentito, con Fausto Coppi e Gino Bartali), o anche quando si afferma un campione particolarmente discusso o controverso, sia per i suoi risultati strettamente sportivi, sia per eventuali comportamenti al di fuori del campo di gara (Porro 2011; Martelli, Porro 2013).

La forte tendenza alla partigianeria e alla faziosità in ambito sportivo, vale a dire quello che viene comunemente chiamato “tifo”, raggiunge tuttavia i propri massimi livelli quando si va a toccare lo sport “nazionale” per eccellenza, ovvero il calcio. In questo contesto, infatti, le tendenze si estremizzano: se da un lato è proprio a sostegno della Nazionale azzurra che si registra un forte compattamento del pubblico (pur con tutti i possibili distinguo che hanno spinto a coniare l'adagio secondo il quale l'Italia è un “popolo di commissari tecnici”), è altresì innegabile che, nel momento in cui si rientra dalla dimensione nazionale a quella dei

club di appartenenza, il tifo costituisce uno dei principali motivi di dibattito e scontro (Cucci, Germano 2003; Russo 2003).

Nel suo essere «male endemico» che causa «alterazioni mentali» (Butera 2003, p. 129), nel suo costituire «il massimo della poesia e della stupidità fatte carne» (Ormezzano 2006, p. 199), nel suo suscitare «un amore stupido, magari, come tutti gli amori. Un amore che gli intellettuali possono al massimo provare, non certamente spiegare» (p. 122), il tifo è una “malattia” che è strettamente legata a forme di passionalità estremizzate, che troppo spesso inoltre sono state associate a casi di violenza (Papa, Panico 2002; Salvini 2008; Porro 2011; Ferrigni 2015). Il tifoso vede infatti «nella squadra da tifare un nucleo fortemente identitario» (Cucci, Germano 2003, p. 75), un nucleo che è pronto a difendere a ogni costo, e contro ogni logica o raziocinio. Il tifoso è insomma «un individuo che guarda le cose attraverso una lente di ingrandimento che è quanto di più lontano possibile dall’oggettività» (Spalletta 2013a, p. 38) e che non si meraviglia né si scandalizza, anzi dà per scontato e per molti versi si augura, di condividere questo stesso atteggiamento con il giornalista che l’evento sportivo è chiamato a raccontare, far vivere, analizzare (Rowe 2004; Boyle 2006; Sorrentino, Bianda 2013).

Ma se a uno spettatore è consentito lasciarsi andare al tifo, talvolta anche quello più sanguigno e passionale, lo stesso può dirsi di un giornalista, nel cui DNA dovrebbe esserci quella «giusta distanza» (Silverstone 2007) dalla notizia che nella tradizione anglosassone si riassume nel concetto di *obiettività*, e che del tifo rappresenta evidentemente l’opposto?

La risposta a questa domanda non è ovviamente semplice perché, come affermano Hallin e Mancini (2004), anche limitando il discorso alle sole democrazie occidentali non esiste un unico modello di giornalismo, ma almeno tre modelli (il modello liberale, il modello democratico-corporativo e il modello pluralista-polarizzato), che si differenziano l’uno dall’altro anche per il diverso atteggiamento che i giornalisti tendono ad assumere nel loro vissuto professionale: all’*accuracy* e alla *fairness* che caratterizzano i giornalisti del modello liberale si contrappone infatti quella par-

tigianeria che è strutturale invece nei Paesi che appartengono al modello pluralista-polarizzato.

In questi Paesi, nel cui novero rientra a pieno titolo l'Italia, la faziosità è dunque un elemento distintivo che caratterizza il sistema dell'informazione, e che costituisce il *trait d'union* tra generi giornalistici che, di primo acchito, sembrerebbero avere ben poco in comune: su tutti, il giornalismo sportivo e quello politico. Generi che, da sempre, vivono in una condizione di costante paradosso tale per cui vengono considerati ora troppo tifosi, ora eccessivamente “sacerdotali”, ma solo raramente “cani da guardia” (Brancoli 1994) a difesa dell'unico, legittimo «mandante» (Goffman 1981) dell'informazione, ossia il cittadino (Spalletta 2011).

L'«aria di famiglia» che, parafrasando una nota metafora di Massimo Baldini (2009), sembrerebbe esserci tra questi due generi tende tuttavia a farsi più rarefatta allorquando occorre definire i confini entro cui la partigianeria prende forma. Come ben osservano Sorrentino e Bianda (2013), infatti, se il tifo rappresenta una *patologia* per l'informazione politica tale per cui il giornalista «si sente obbligato, in un certo senso, a “spiegare”, a “motivare” costantemente la sua partigianeria», nell'informazione sportiva la «logica dell'appartenenza non necessita di essere spiegata: essa risulta infatti implicita, inevitabile, congenita» (pp. 207-208).

Questa fisiologica differenza che sembrerebbe intercorrere tra il giornalismo sportivo e quello politico, e in senso lato tra il giornalismo sportivo e quello che possiamo definire come “giornalismo *tout court*”¹, riflette a sua volta una ancor più significativa e marcata differenza, che emerge allorquando il discorso si sposta sulla scarsa percezione, avvertita tanto nel sentire comune quanto sovente tra gli stessi addetti ai lavori, del ruolo sociale del giornalismo sportivo, e nel contempo sulla generale convinzione di una competenza professionale inferiore alla media dei suoi professionisti. Un esempio che spiega assai bene questo passaggio è

¹ Con l'espressione “giornalismo *tout court*” intendiamo l'informazione nel suo complesso, a prescindere cioè da quelle peculiarità tipiche dello specialismo giornalistico, che a loro volta si riflettono nei cosiddetti “generi giornalistici”.

rappresentato da quanto scrive il noto romanziere e giornalista svedese Stieg Larsson in uno dei suoi libri più famosi (*Uomini che odiano le donne*, 2005): intervistato da un giovane reporter alle prime armi, al protagonista Mikael Blomkvist (a sua volta giornalista) viene rivolta la più classica delle domande, ovvero “come ci si sente”.

Nonostante la serietà della situazione, né Mikael né i giornalisti più anziani riuscirono a fare a meno di sorridere a fior di labbra alla domanda. Mikael scambiò un’occhiata con Tv4. “Come ci si sente”, la domanda che i Giornalisti Seri hanno sempre sostenuto essere l’unica che gli Sciocchi Reporter Sportivi siano mai riusciti a porre all’Atleta Ansimante che ha appena tagliato il traguardo (p. 19).

Le parole di Larsson sono, a nostro avviso, molto significative da due diversi punti di vista. In primo luogo perché esemplificano la sensazione, che noi stessi avevamo avuto nel corso di una precedente ricerca (Spalletta 2011; Ugolini 2011), di una netta tendenza a distinguere il “Giornalismo” da una parte (scritto volutamente con l’iniziale maiuscola), in cui confluisce l’informazione che si occupa principalmente di politica, economia, cronaca, da tutti quegli altri generi in cima ai quali figura appunto il giornalismo sportivo. In secondo luogo, perché esse rimarcano, ancora una volta, quella tendenza a considerare i giornalisti sportivi come di “serie B” non solo per l’argomento di cui si occupano, ma anche per il modo con cui essi svolgono il proprio lavoro, ovvero facendo a meno persino della prima e irrinunciabile abilità di cui un giornalista dovrebbe essere in possesso: saper fare le giuste domande che, in ultima analisi, significa possedere quel metodo indispensabile per arrivare alla scoperta della verità (Meyer 2002; Baldini 2009).

Una fisiologica propensione al tifo, un ruolo sociale fortemente ridimensionato e una generale minore competenza sembrerebbero essere dunque le caratteristiche distintive del giornalismo sportivo, non a caso sovente considerato come una sorta di “alie-