



UNIVERSITÀ
DI PAVIA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

DIPARTIMENTI DI GIURISPRUDENZA, INGEGNERIA INDUSTRIALE E DELL'INFORMAZIONE, SCIENZE
ECONOMICHE E AZIENDALI, SCIENZE POLITICHE E SOCIALI, STUDI UMANISTICI

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE DIGITALE

La mediamorfosi del giornalismo sportivo: il caso del calcio

Relatore:

Prof. Giuseppe Antonelli

Correlatore:

Prof. Mirko Volpi

Tesi di laurea di
Sofia Campisi

565475

ANNO ACCADEMICO 2025/26

Indice

Introduzione	3
 Capitolo 1- Dalla penna al digitale: l'evoluzione del giornalismo sportivo	7
1.1 L'epoca d'oro di Brera e Ghirelli	8
1.2 L'impatto delle tecnologie pre-internet: radio e televisione	14
1.2.1 La nascita della radiocronaca	14
1.2.2 L'avvento della telecronaca.....	18
1.3 La nascita dei primi portali sportivi online	23
 Capitolo 2- Tra scrittura tradizionale e mediamorfosi linguistica	30
2.1 Il calcio come linguaggio settoriale.....	30
2.2 Il processo di tecnificazione della lingua.....	34
2.2.1 Il problema della lessicalizzazione di genere nel linguaggio sportivo.....	41
2.3 Sport & media: come i social riscrivono la tradizione.....	45
 Capitolo 3- Dalla prima pagina della Gazzetta alle notizie in tempo reale...	52
3.1 Dalla narrazione al flusso di notizie: le trasformazioni linguistiche	52
3.1.1 Il racconto di Champions	54
3.1.2 Il tema del post-partita	59
3.1.3 La celebrazione di un campione	66
3.2 La nuova era del <i>produser</i>: il caso di Fabrizio Romano	75

Conclusione- Approfondimento o immediatezza?.....	81
Bibliografia.....	87

Introduzione

L'evoluzione dei mezzi di comunicazione ha modificato profondamente il modo in cui le notizie vengono prodotte, diffuse e recepite. Tra gli ambiti maggiormente influenzati da questo cambiamento c'è il giornalismo sportivo calcistico, un settore che da sempre occupa uno spazio significativo all'interno della cultura mediatica nazionale e internazionale. Il calcio, infatti, non rappresenta solo uno sport, ma un fenomeno sociale e culturale capace di coinvolgere milioni di persone. Con il tempo questo ha generato un linguaggio specifico immediatamente riconoscibile e in continua trasformazione.

Il calcio è l'ultima rappresentazione sacra del nostro tempo. È rito nel fondo, anche se è evasione. Mentre altre rappresentazioni sacre, persino la messa, sono in declino, il calcio è l'unica rimastaci. Il calcio è lo spettacolo che ha sostituito il teatro.¹

Con queste parole Pier Paolo Pasolini, nel 1970, parlava del gioco del calcio in un'intervista. Si tratta di una descrizione dello sport come rappresentazione della società e del tempo. Ancora oggi, l'Italia è uno tra i Paesi con il maggior numero di appassionati di calcio, una percentuale che, nel corso degli anni, è cresciuta progressivamente. Il racconto calcistico ha accompagnato l'evoluzione dei media, passando dalla carta stampata alle piattaforme digitali, dai quotidiani tradizionali ai siti web e social network. Il passaggio tra i vari media ha modificato progressivamente forme, tempi e modalità della comunicazione giornalistica.

Il punto di partenza di questa tesi è l'interesse nei confronti del rapporto tra linguaggio e innovazione tecnologica, con particolare attenzione al modo in cui il giornalismo sportivo si è adattato alla rivoluzione digitale. L'obiettivo è quello di analizzare la trasformazione linguistica del giornalismo calcistico nel passaggio

¹ Gerosa, G. (31 dicembre 1970). Intervista a Pier Paolo Pasolini. *L'Europeo*. <https://www.centrostudipierpaolopasolinicasarsa.it/pagine-corsare/la-vita/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/>

dal giornale cartaceo dapprima ai media come radio e televisione, e poi al web facendo emergere il modo in cui questi cambiamenti hanno influenzato la scrittura, il lessico e le strategie narrative.

Per lungo tempo i quotidiani cartacei hanno rappresentato il principale mezzo di diffusione dell'informazione sportiva. La narrazione calcistica tradizionale era caratterizzata da articoli strutturati con un linguaggio descrittivo e approfondimenti dettagliati in cui la figura del giornalista svolgeva il ruolo di interprete dell'evento. Con l'avvento della radio e della televisione e successivamente del web, il sistema dell'informazione ha subito un cambiamento radicale caratterizzato da rapidità, aggiornamenti continui e una crescente centralità dei social media.

Oggi le notizie vengono consumate prevalentemente attraverso smartphone, siti web e piattaforme social, in un flusso costante e immediato. Questo nuovo contesto ha favorito la diffusione di una struttura sintetica e diretta, ma allo stesso tempo coinvolgente e orientata alla ricerca dell'attenzione del lettore. Parallelamente, il rapporto tra giornalista e pubblico ha subito una trasformazione, il lettore non è soltanto il destinatario passivo dell'informazione, ma partecipa attivamente alla notizia attraverso commenti, condivisioni e interazioni online.

La mia ricerca intende approfondire questo cambiamento dal punto di vista linguistico e comunicativo.

Nel primo capitolo verrà esaminata dal punto di vista storico l'evoluzione del giornalismo sportivo, con particolare attenzione al linguaggio calcistico e al ruolo assunto dai principali media nel corso del tempo.

Nel secondo, verranno analizzate le caratteristiche linguistiche della comunicazione, a partire dalla carta stampata fino ai nuovi social network, così da evidenziarne le rispettive peculiarità.

Il terzo e ultimo capitolo mira a dimostrare, attraverso un confronto diretto tra articoli tradizionali della *Gazzetta dello Sport* e contenuti pubblicati online, come l'evoluzione digitale ha influenzato profondamente il linguaggio e la cultura del giornalismo. Più specificamente, ho deciso di prendere in considerazione tre

articoli della testata datati 17 dicembre 2022, uno del 17 maggio 2024 e l'ultimo dell'8 maggio 2026. Dopo averne analizzato il contenuto e le proprietà linguistiche, il lavoro si concentra sulle differenze stilistiche, lessicali e comunicative con le stesse notizie, ma destinate alla pubblicazione sul web.

L'obiettivo è di comprendere con quali strumenti linguistici e grafici il giornalismo contemporaneo ha adattato il proprio linguaggio alle nuove esigenze comunicazionali della società digitale. Inoltre, verrà proposta l'analisi delle nuove figure del *produser* (*producer* + *user*) e del *prosumer* (*producer* + *consumer*): nuovi utenti attivi dei social che contribuiscono attivamente alla notizia e non si limitano a riceverla in maniera passiva.

L'intento della tesi non è, quindi, mostrare nel concreto come l'uso di nuove tecnologie abbia cambiato e continui a cambiare profondamente un linguaggio e una cultura. Studiare la trasformazione della comunicazione calcistica, d'altronde, significa osservare più da vicino anche i mutamenti della società contemporanea.

Capitolo 1

Dalla penna al digitale: l'evoluzione del giornalismo sportivo

Lo sport accompagna l'uomo fin dall'antichità, ma le prime vere notizie sportive compaiono solo nel XIX secolo, molto dopo la nascita della stampa. L'Inghilterra e poi la Francia sono le prime a sviluppare un giornalismo sportivo, mentre in Italia la diffusione fu più lenta a causa delle difficili condizioni economiche.

In Italia, il fenomeno inizia formalmente nel 1866 con la nascita del mensile *La Ginnastica* a Venezia. Questa pubblicazione, tra i primi esperimenti nel campo della scrittura sportiva, si avvicina più delle altre alla concezione moderna di cronaca sportiva. Rappresenta un vero e proprio strumento educativo e culturale grazie alla presenza di articoli teorici sulla ginnastica e sull'educazione fisica; indicazioni per insegnanti e istruttori; racconti di eventi e manifestazioni. Precedente a *La Ginnastica* è utile citare il *Bollettino trimestrale del Club Alpino di Torino*, che, dal punto di vista cronologico, può essere considerato il primo giornale sportivo. Tuttavia, esso dedica al suo interno una sezione minimale allo sport, concentrandosi maggiormente su questioni di carattere geografico e meteorologico.²

Nei primi anni, il giornalismo sportivo si configura come un ambito di scrittura fortemente orientato a finalità educative, civili e, in alcuni contesti, politiche. Si tratta di una fase storica in cui i mezzi di comunicazione erano limitati alla forma scritta e le testate sono caratterizzate da un linguaggio formale e articolato. Esse assumono un ruolo centrale nella diffusione della cultura fisica e nella promozione delle pratiche sportive e contribuiscono alla formazione di una coscienza collettiva legata ai valori della disciplina, della salute e del senso di appartenenza nazionale.

² Esempio del Bollettino trimestrale del Club Alpino di Torino, n.3, 1866.
https://tecadigitale.cai.it/periodici/PDF/Bollettino/Bullettino%20trimestrale%20del%20Club%20alpino%20di%20Torino_1865_3.pdf

1.1 L'epoca d'oro di Brera e Ghirelli

Negli anni Sessanta e Settanta del Novecento, il giornalismo sportivo in Italia attraversa un periodo di profonda trasformazione, strettamente connessa ai mutamenti sociali e culturali. Il boom economico del secondo dopoguerra e il crescente sviluppo industriale delle città favoriscono un miglioramento delle condizioni di vita e creano nuove possibilità per l'intrattenimento e il tempo libero. Per quanto riguarda l'ambito sportivo, se negli anni Cinquanta del Novecento lo sport inizia progressivamente a conquistare maggior spazio all'interno dei media tradizionali, rappresentando però ancora un contenuto in fase di sperimentazione; nel decennio successivo diventa uno dei pilastri dell'informazione di massa, grazie al crescente interesse dell'opinione pubblica. Nel secondo dopoguerra, in Italia si affermano quattro grandi importanti testate sportive: *Il Corriere della Sport*, nato nel 1924 a Roma, ma diventato quotidiano nel 1927; *La Gazzetta dello Sport*, fondata nel 1896 è diventata quotidiano nel 1919; *Tuttosport*, fondato a Torino nel 1945 e diventato quotidiano nel 1951; *Stadio*, fondato nel 1945 e quotidiano dal 1948³. La presenza di un numero così elevato di quotidiani sportivi⁴, contribuisce a rendere l'Italia il Paese nel quale si è più scritto di sport.

Molti giornali, rendendosi conto dell'importanza che stava pian piano acquistando la pratica sportiva e, in particolare il calcio, decidono così di aumentare il numero di pagine riguardanti le pratiche sportive. *Il Corriere dello Sport* e *La Gazzetta dello Sport* arrivano così a vendere in media 150.000 copie giornaliere, con punte di 300.000 nell'edizione in uscita il lunedì. Il 12 luglio 1982, all'indomani della

³ Longhi, L. (2004, ottobre). Il giornalismo sportivo. *Storia e futuro. Rivista di storia e storiografia*.

⁴ Aldo Grasso, (2003). Sport e Televisione in "Sport e comunicazione nella società moderna". Treccani. https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

partita decisiva per il Campionato del Mondo, vinta per 3-1 sulla Germania Ovest, il *Corriere dello Sport* stabilisce il record assoluto di vendite con 1.695.966 copie.⁵ Gli anni Sessanta vengono definiti come “l’epoca d’oro” del giornalismo sportivo italiano. A testimonianza del cambiamento, avvenuto in questi anni, viene sperimentato un nuovo modo di raccontare lo sport con la creazione di nuovi stili narrativi e con le figure editoriali che diventano i veri protagonisti. L’espansione della carta stampata, come veicolo d’informazione principale, ha dovuto fare i conti con la contemporanea entrata in scena dei nuovi media come radio e televisione. Questi hanno messo in difficoltà gli editori, che si sono visti costretti alla ricerca e sperimentazione di nuove tecniche al fine di realizzare qualcosa di nuovo e diverso, per aumentare le tirature.

Sono numerosi i momenti decisivi, che hanno contribuito alla creazione di una visione collettiva dello sport come pratica nazionale e vicina alla popolazione. Uno di questi è rappresentato dai Giochi Olimpici organizzati a Roma nel 1960, che è stata un’occasione per l’Italia per presentarsi come un paese in crescita e rinascita all’indomani dello scoppio della guerra e del Ventennio fascista.

Il calcio assume, tra gli sport, una centralità assoluta, a differenza dei primi anni della stampa sportiva che avevano dato la precedenza a sport come il ciclismo e il pugilato. La sua importanza viene rafforzata anche dai successi internazionali delle squadre di club (Milan e Inter vincono due Coppe dei Campioni a testa tra il 1963 e il 1969) e dalla vittoria della Nazionale agli Europei del 1968⁶, evento che contribuisce a saldare ulteriormente il legame tra sport e identità nazionale. Inoltre, nasce una nuova tipologia di pubblico di lettori con il tifoso di club che da passivo diventa attivo grazie al contributo delle nuove voci nel panorama calcistico che raccontano del calcio e dei grandi campioni. Il nuovo tifoso rimane intrappolato da questa sinergia tra le diverse forme di comunicazioni di massa.

⁵ Lorenzo Longhi, op. cit.

⁶ L’Italia vince 2 a 0 il 10 giugno 1968 contro la Jugoslavia con i gol di Riva e Anastasi.

In questo contesto, emergono figure di grande rilievo che apportano una vera innovazione nel campo del giornalismo sportivo e a cui si potrebbe dare un appellativo di giornalista-tecnico. Spicca la figura di Gianni Brera, il quale contribuisce a rinnovare il linguaggio settoriale dello sport. Brera è stato senza dubbio il giornalista italiano che ha più lasciato il segno dal punto di vista linguistico con enfasi, carica e creatività nei suoi scritti.

Nato nel 1919 in provincia di Pavia, Gianni Brera ha esordito nel mondo del giornalismo sportivo sul *Guerin Sportivo*, testata nata nel 1912 e ancora oggi in attività, nella quale rimane per la gran parte della sua carriera. Tra le testate per cui scrive troviamo anche *La Gazzetta*, *Il Giornale*, *Il Giorno* e *Repubblica*. Sono numerosi i suoi scritti di sport tra i vari topics troviamo il ciclismo, l'atletica e il pallone, ma anche l'enogastronomia. Brera sviluppa il suo modo di vedere e di scrivere di sport maggiormente negli anni in cui si ritrova a lavorare alla *Gazzetta dello Sport* e redigere una rubrica sull'atletica, all'indomani della Seconda Guerra Mondiale.

Il mio metodo di lavoro è fervido e spossante. Vivo la partita da recensire annotando ogni fase con applicazione pignola fino all'accattonaggio. [...]

Colmato di note il recto del taccuino e spesse volte anche il verso, rientro di filato a casa o in redazione, decifro pagina per pagina, ricostruisco le azioni determinanti, procedo alla seriazione sinottica dei tiri e delle parate, dei salvataggi e degli errori, dei cross dalle estreme e degli interventi difensivi più ricordevoli; deduco da queste seriazioni statistiche l'entità e i valori delle singole prestazioni tecniche e le sintetizzo in 'pagelle' con voti da 1 a 10 come una volta a scuola. Poi, trasmetto al giornale l'occhiello, titolo e sommario: e finalmente procedo alla stesura del resoconto⁷

Brera ha una visione analitica e oggettiva che inizia a dare importanza, nei suoi scritti, a fattori esterni al gioco in sé come il terreno, le statistiche e prestazioni del

⁷ Gianni Brera, (2007). *Il più bel gioco del mondo, Scritti di calcio (1949-1982)*. Milano: Rizzoli, p.42

singolo che sembrano precedere quello che avverrà nell'epoca contemporanea con i voti post-partita. Sono molti gli scrittori del Novecento che hanno parlato di Gianni Brera: tra questi Umberto Eco che lo definiva per l'espressività linguistica, il Gadda dello sport.⁸ Le caratteristiche che lo contraddistinguono dai giornalisti del settore sono essenzialmente due: la prima fa riferimento alla visione aperta e il talento nel saper descrivere i fatti oggettivamente, la seconda riguarda la creazione di neologismi. Questi ultimi venivano impiegati per descrivere al meglio tattiche di gioco e sono usati ancora oggi all'interno di telecronache e articoli: *contropiede*, *centrocampista*, *goleador* e *disimpegno* tra i vari.

Brera rappresenta un personaggio a tratti controverso e che entra spesso in conflitto con gli altri giornalisti del tempo a causa del carattere, a tratti brusco e irruento, con cui si rapporta con collaboratori e atleti. Colui che forse è stato maggiormente e in maniera diretta attaccato da Brera è Antonio Ghirelli.

Nel 1964, per la seconda volta nella sua storia⁹, Antonio Ghirelli diventa direttore del *Corriere dello Sport*. Già direttore di *Tuttosport*, nella sua esperienza con il Corriere caratterizza la linea editoriale del quotidiano in una via stilistica differente da Brera sia dal punto di vista della competenza tecnico-calcistica sia dal punto di vista linguistico, sviluppando un linguaggio più aggressivo e diretto. Per questo motivo viene definito l'anti-Brera. Antonio Ghirelli intuisce per primo che, con l'affermarsi della televisione e della radio, la stampa sportiva ha la necessità di trasformarsi e sfruttare i nuovi mezzi per i propri scopi. Decide così di sperimentare innovazioni grafiche e di linguaggio: un'impaginazione vistosa con titoli a tutta pagina e una didascalia dotata di maggior spregiudicatezza¹⁰. La polemica con Gianni Brera nasce nel 1954 quando Ghirelli pubblica *Storia del calcio in Italia*, opera che nel pubblico di lettori ottiene un gran successo. Brera rappresenta il volto istituzionale e civile del giornalismo sportivo, con quest'ultimo che assume anche un duplice volto accompagnato spesso da inchiesta e politica.

⁸ Rai Teche. (11 marzo 1995). *Dribbling*.
<https://www.teche.rai.it/2019/09/gianni-brera-linguaggio-calcistico/>.

⁹ Fu direttore del Corriere per sei mesi nel 1961.

¹⁰ Lorenzo Longhi, op. cit.

Lo sport è considerato un fenomeno sociale e educativo, capace di influenzare la società e trasmettere valori importanti come il rispetto delle regole, la lealtà e il senso civico. Lo stile è chiaro, lineare e rigoroso, orientato più all'analisi che alla narrazione. A differenza dello sguardo evocativo, quasi da racconto fiabesco, di Brera, Antonio Ghirelli guarda allo sport con attenzione anche dal punto di vista politico e culturale, sottolineandone il ruolo all'interno della collettività e delle istituzioni. In questa prospettiva, si occupa della storia del calcio in Italia come parte della storia sociale del Paese, inserendola nel contesto più ampio di trasformazioni politiche e culturali che hanno segnato la politica in quegli anni.

La risposta di Brera arriva nel 1975 con la pubblicazione del saggio *Storia del calcio italiano*. Brera arriva a considerare Ghirelli non un vero giornalista sportivo, piuttosto un intellettuale che si è avvicinato al calcio senza possederne in fondo l'essenza tecnica e storica. La polemica assume anche dei contorni politici a causa delle diverse ideologie: Ghirelli era apertamente di sinistra, mentre Brera si collocava su posizioni di destra. Questo contrasto ideologico si riflette nella loro visione del calcio: Ghirelli accusa Brera di sostenere un modello di gioco che, a suo giudizio, affonda le radici in una visione quasi razzista e chiusa, arrivando quindi a criticarne le implicazioni culturali. In particolare, il *catenaccio* e il *contropiede*, esaltati da Brera, dovevano essere interpretati, secondo Ghirelli, come simboli di un atteggiamento prudente: difendersi e colpire l'avversario più forte nel momento opportuno. Per Brera, invece, questa non era una debolezza, ma una forma di intelligenza tattica: il calcio italiano doveva prendere coscienza dei propri limiti e adottare strategie astute per competere con squadre più forti fisicamente e tecnicamente. Brera respinge con forza le accuse, sostenendo di rappresentare semplicemente le caratteristiche del popolo italiano degli anni Cinquanta e Sessanta.

Ne emerge un contrasto tra due visioni differenti del come scrivere di sport, una visione che riflette anche un conflitto interiore di fronte al progresso: da un lato c'è la visione di Brera, ancorata a un'interpretazione storica e antropologica della nazione; dall'altro quella di Antonio Ghirelli, orientata verso il cambiamento e

portatrice di un'idea di progresso che trova espressione anche nello sport. Il tutto si configura come simbolo di una trasformazione sociale, determinata soprattutto dall'avvento di nuovi mezzi e da nuove dinamiche dell'informazione.

1.2 L'impatto delle tecnologie pre-internet: radio e televisione

Prima dell'avvento dei mezzi di comunicazione di massa, quali la radio e la televisione, il racconto sportivo si sviluppa prevalentemente attraverso la stampa scritta. In questo contesto, il limite principale della scrittura giornalistica sui quotidiani è di natura temporale: il pubblico di tifosi, infatti, poteva conoscere i risultati e rivivere le emozioni delle gare solo il giorno successivo, nel momento in cui vedeva pubblicato dal quotidiano il resoconto. Questa condizione determina una distanza significativa tra il tifoso, soprattutto se non presente fisicamente allo stadio, e l'evento sportivo. Il legame con la propria squadra risulta dunque meno immediato e coinvolgente rispetto a quanto sarebbe diventato con l'introduzione dei nuovi mezzi di comunicazione.

1.2.1 La nascita della radiocronaca

La vera rivoluzione nel panorama del giornalismo sportivo si verifica nella prima metà del Novecento quando la radio introduce per la prima volta la diretta, evento che trasforma in modo inevitabile il rapporto tra sport e tifoso. A partire dal 1924, *l'Unione Radiofonica Italiana* (URI), dà avvio al fenomeno della radiocronaca. La successiva trasformazione dell'ente in EIAR (*Ente Italiano Audizioni Radiofoniche*), durante il regime fascista, rafforza il ruolo della radio come uno degli strumenti cardini della propaganda.

Una data fondamentale è il 23 marzo 1928, giorno in cui la radio compie il vero debutto nel panorama sportivo. Protagonista di questo traguardo storico è Giuseppe Sabelli Fioretti, redattore della *Gazzetta dello Sport*, che decide di mandare in onda, per la prima volta in diretta, il racconto della vittoria della Nazionale italiana sull'Ungheria per 4-3, realizzando così la prima radiocronaca

nella storia del calcio in Italia. Si tratta di un passaggio decisivo da una semplice comunicazione di risultati alla narrazione in tempo reale dell'evento.

L'input arriva dal mondo anglosassone. L'allenatore dell'Arsenal Herbert Chapman capisce, per primo, l'importanza del coinvolgimento dei tifosi non presenti allo stadio e prevede un collegamento anche da casa. Chapman suggerisce agli ascoltatori di munirsi di una scacchiera e immaginare il campo da gioco; mentre il radiocronista descrive dettagliatamente le azioni, l'ascoltatore muove le pedine. Si ha, in questo modo, l'occasione di seguire le azioni del match, proprio come allo stadio. Nel 1927, la BBC decide di mandare in onda la prima radiocronaca calcistica della storia, la partita *Arsenal- Sheffield United*.

In Italia, gli spettatori hanno dovuto aspettare qualche anno per la trasmissione in diretta radio delle partite di campionato. La diffusione dello strumento incontra inizialmente delle resistenze: le società calcistiche e la Federcalcio sono convinte che la radio, trasmettendo in diretta l'intera gara, avrebbe allontanato i tifosi dallo stadio. Solo nei primi anni Trenta, dunque, viene concessa alle radio l'autorizzazione di trasmettere solo il secondo tempo di una delle partite di campionato. Questa nuova logica porta a un'epoca di boom per la radiofonia italiana: le ore di trasmissione passarono dalle 17.776 del 1931, alle 29.875 del 1933.¹¹

Figura centrale in questo processo è Nicolò Carosio, considerato il pioniere della radiocronaca sportiva italiana. Dopo aver studiato il modello inglese, Carosio comprende che la vera chiave del successo sarebbe stata raccontare l'intero match in diretta. Nel 1932 decide allora di sostenere l'esame di ammissione per collaborare con l'EIAR commentando durante la prova un immaginario *Juventus-Torino* e utilizzando una scacchiera riportante il campo da calcio per aiutarsi. Carosio guadagna in questo modo un contratto di collaborazione con l'ente nazionale.

¹¹ Aldo Grasso, op. cit.

Carosio contribuisce in quegli anni alla creazione delle modalità espressive e narrative di un genere comunicativo all'inizio solo in sperimentazione. La radiocronaca, negli anni Trenta del Novecento, è un mezzo esclusivamente sonoro, privo di supporto visivo. Spetta al cronista tradurre l'evento in una narrazione capace di costruire nella mente dell'ascoltatore immagini mentali chiare e dinamiche. A tal fine, Carosio sviluppa un linguaggio chiaro, dotato di eleganza linguistica e un talento descrittivo.

Signore e signori, è Nicolò Carosio che vi parla da...¹²

Il suo debutto avviene il giorno di Capodanno del 1933, quando commenta la vittoria dell'Italia contro la Germania a Bologna. Da quel momento diventa la voce ufficiale delle gare della Nazionale italiana ai Mondiali del 1934 e successivamente a quelli del 1938. Carosio dà un'ulteriore prova del suo talento durante la finale contro la Cecoslovacchia, scegliendo di rendere più vibrante ed entusiasmante la telecronaca per far apparire la squadra italiana ancora energica, nonostante i giocatori fossero in realtà esausti e visibilmente affaticati in campo. Nasce così il mito di "*Nicoloccarosio*"¹³, che da quel momento in poi diventa simbolo delle domeniche degli italiani per oltre quarant'anni con oltre 2500 cronache in diretta. La carriera di Nicolò Carosio termina con una telecronaca. L'11 giugno 1970 si disputa l'incontro tra Italia e Israele, valido per la fase a gironi del Campionato mondiale. La partita, considerata alla vigilia favorevole alla nazionale calcistica italiana, si conclude tuttavia con un pareggio a reti inviolate. Questo risultato risulta in parte condizionato da un errore arbitrale significativo: al 29° minuto del secondo tempo, infatti, una rete realizzata da Gigi Riva viene annullata per un presunto fuorigioco che si rivela inesistente, segnalato dal guardalinee etiope Seyoun Tarekegn. Nicolò Carosio in occasione dell'episodio mantiene inizialmente un registro sobrio e rispettoso delle decisioni arbitrali, nel corso della

¹² Frase iniziale con cui Nicolò Carosio iniziava le sue radiocronache.

¹³ Filippo Grassia, (2012). *Storia del Giornalismo sportivo*. USSI.

gara si riferisce per due volte al guardalinee utilizzando l'espressione "l'etiope". Questa formulazione suscita, a partire dal giorno successivo alla gara, un ampio dibattito mediatico. In seguito alla protesta dell'ambasciatore etiope in Italia, il direttore della RAI decide di sollevare Carosio dall'incarico, sostituendolo con il vice Nando Martellini e determinando così la conclusione, in circostanze controverse, della sua lunga carriera. L'accusa che gli viene rivolta al telecronista consiste nell'aver utilizzato un'espressione di natura razzista nei confronti del guardalinee; tuttavia, verifiche condotte negli anni successivi, mostrano come questo termine non venga mai effettivamente pronunciato. Carosio si limita infatti al riferimento già menzionato, il quale, pur potendo apparire connotato da una sfumatura dispregiativa, non risulta riconducibile a un insulto razziale. Emerge con chiarezza come Carosio rappresenta uno dei primi casi riconducibili al fenomeno delle fake news, ossia della diffusione di notizie inesatte o distorte che, in tempi rapidi, acquisiscono ampia visibilità pubblica. A "laurearlo" come telecronista ci pensa la nascente televisione alle prese con i vari problemi tecnici.¹⁴ A partire dagli anni Cinquanta, la centralità appena acquisita della radio subisce un rallentamento a causa dell'avvento della televisione. Se, fino a quel momento, la radio rappresenta il principale mezzo con cui seguire gli eventi sportivi in diretta, l'avvento della televisione cambia le carte in tavola.

Ad oggi, le radio regionali continuano a raccontare le partite del proprio territorio, mentre le radio nazionali si limitano all'elenco dei risultati sportivi durante la porzione di trasmissione dedicata alle notizie di attualità.

¹⁴ Filippo Grassia, op. cit.

1.2.2 L'avvento della telecronaca

Aldo Grasso, giornalista e critico televisivo italiano, all'interno dell'articolo *Sport e Televisione*, individua due fasi all'interno della storia del legame tra sport e tv:

la prima fase va dalla nascita del mezzo fino a metà degli anni Settanta, periodo in cui lo sport veniva trattato dal medium televisivo come un'entità autonoma. (...) Dalla seconda metà degli anni Settanta con l'avvento della "neotelevisione" si registra, oltre all'aumento vertiginoso delle ore di trasmissione di eventi sportivi, anche un ribaltamento dei rapporti. L'elemento fondamentale è l'omologazione dello sport alle logiche mediatiche e televisive.¹⁵

Le prime sperimentazioni televisive di eventi sportivi risalgono agli anni Trenta. Nel 1936, durante i Giochi Olimpici di Berlino, tre telecamere riprendono le gare e trasmettono il segnale ad alcune sale situate nei dintorni dello stadio, consentendo a un numero ristretto di spettatori di seguire l'evento. Negli Stati Uniti, invece, la *NBC* decise a mandare in onda, il 17 maggio 1939, una sfida tra Princeton e Columbia raggiungendo poco più di cinquecento apparecchi televisivi¹⁶.

In Italia, la prima apparizione del calcio in tv si colloca il 5 febbraio 1950. In quella data viene mandata in onda dalla Rai la sfida vinta 7-1 dal Milan di Buffon sulla Juventus di Boniperti a Torino, le due contendenti al titolo di campione d'Italia quell'anno. La sfida viene commentata da Carlo Bacarelli che diventa così una delle prime voci calcistiche di quegli anni. Lo stesso, due anni dopo, conduce il primo notiziario e nello stesso anno vengono per la prima volta realizzati dei servizi sugli allenamenti delle squadre.¹⁷ All'epoca, però, la televisione era ancora uno strumento in mano a pochi italiani a causa del prezzo proibitivo, tant'è che la

¹⁵ Aldo Grasso, op. cit.

¹⁶ Luna, R. (17 maggio 2022). *La prima diretta televisiva di un evento sportivo*. la Repubblica. https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/05/17/news/la_prima_diretta_televisiva_di_un_evento_sportivo-349878874/

¹⁷ Massimo De Luca, Pino Frisoli, (2010). *Sport in tv*. Roma: Rai Libri, p. 21.

partita viene mandata in onda all'interno di alcuni televisori esposti in negozi di elettronica e solo per il pubblico del capoluogo piemontese e le zone circostanti.

Una data fondamentale è l'11 ottobre del 1953, con la nascita della *Domenica Sportiva*, programma a cura di Aldo De Martino. Ad oggi rappresenta la più longeva trasmissione della tv italiana. La trasmissione entra a far parte del palinsesto televisivo, andando in onda a partire dalle 23:15, chiudendo così la giornata di trasmissioni con gli avvenimenti sportivi della giornata e una carrellata dei momenti salienti delle partite di Serie A. A partire dalla stagione 1956-1957 si trasforma da programma di chiusura a doppio appuntamento, occupando uno spazio sia durante il palinsesto del giornale notturno che nel tardo pomeriggio del lunedì. *Domenica Sportiva* non è l'unico programma sportivo agli albori della televisione: il lunedì sera dalle 20.45 alle 21.10 andava in onda *Telesport*, mentre il sabato alle 21.00 alle 21.05 veniva trasmesso *Notiziario Sportivo*, entrambi programmi di approfondimento con i giornalisti della radio in studio.

Nel 1954, sempre più italiani possono godere dello spettacolo del match decisivo per la qualificazione al Mondiale in Svizzera. La partita tra Italia ed Egitto viene trasmessa sulla Rai e commentata da Carlo Bacarelli, Nicolò Carosio e Vittorio Veltroni. Il mondiale di quell'anno segna una svolta decisiva: la partita inaugurale viene infatti trasmessa dalla neonata Eurovisione e, nello stesso periodo, le vendite di televisori nel nostro Paese triplicano nel solo mese di giugno, passando da 20.000 a 60.000 unità.

Il calcio oltrepassa così i confini dello stadio, permettendo allo spettacolo di raggiungere un pubblico di gran lunga più ampio rispetto a quello presente sugli spalti¹⁸. Le prime polemiche nascono da parte di alcune società calcistiche timorose che la televisione possa sottrarre pubblico agli stadi: la Fige e le società calcistiche decidono allora di non far trasmettere eventi alla TV nazionale ad eccezione di alcuni casi speciali.¹⁹ Nella stagione successiva, la Rai e la Lega

¹⁸ Filippo Grassia, op. cit.

¹⁹ Massimo De Luca, Pino Frisoli, op. cit., p.32.

calcio trovano un accordo per la trasmissione in diretta di una partita di campionato che viene anticipata al sabato per non ostacolare l'affluenza negli altri stadi.

A partire dal 1960, la televisione comincia ad assumere sempre più importanza nella trasmissione degli eventi sportivi. Con la nascita della trasmissione radiofonica *Tutto il calcio minuto per minuto* si ha un punto di svolta: la creazione di un secondo canale Rai per la trasmissione di ben due partite la domenica e un collegamento con quattro stadi di serie A e uno di serie B. Il 1960 rappresenta un anno cruciale per la televisione italiana, infatti, per la prima volta il pubblico può seguire in diretta le Olimpiadi di Roma grazie alle trattative tra il Comitato olimpico e la RAI, che decide di mettere a disposizione 4 studi, 100 postazioni televisive, 1 centrale video e impiegare 450 tecnici e 17 telecronisti incaricati del commento delle gare, garantendo il servizio televisivo a 21 paesi di tre continenti diversi, con 106 ore di trasmissione. Grazie a questo evento si registra anche un incremento nella vendita di televisori con un numero sempre più ampio di persone che seguono in diretta il torneo olimpico con la telecronaca di Nicolò Carosio²⁰.

Nel 1962 nasce la Mondovisione²¹: con questo termine si indica la trasmissione simultanea di un evento in più paesi del mondo, reso possibile nel luglio del 1962 dal lancio di un satellite "Telestar 1". I mondiali in Inghilterra sono i primi ad essere trasmessi in diretta mondiale con la Rai che riesce a mandare in onda ben 12 partite del torneo. Dopo il Mondiale viene introdotto il replay, usato per la prima volta dopo la partita Italia- Cipro del 1967, valida per la qualificazione agli europei dell'anno dopo.

L'avvento del nuovo medium rappresenta una svolta non solo per gli spettatori che possono godere della propria squadra del cuore da lontano, ma anche per le innovazioni tecnologiche che la caratterizzeranno negli anni a seguire. Nel febbraio del 1965 la *Domenica sportiva* subisce alcuni cambiamenti: viene introdotta la figura del conduttore con Enzo Tortora e vengono invitati degli ospiti in studio per esprimere la propria opinione e dibattere su episodi, errori arbitrali,

²⁰ Aldo Grasso, op. cit.

²¹ Massimo De Luca, Pino Frisoli, op. cit., pp. 49-50.

giocatori e gol. Nel 1967 viene ideata da Carlo Sassi la *moviola*, grazie a quest'ultima è infatti possibile riguardare le azioni intercorse durante la partita e "smascherare" gli errori o sviste arbitrali. La moviola ha come conseguenze anche una maggiore ricerca di precisione tecnica a livello del campo²².

Quello degli anni '70 è un decennio fondamentale per due eventi: nasce la tv a colori, arrivata in Italia con le Olimpiadi di Monaco nel 1972 e solo 5 anni più tardi nel mondo calcistico con la partita Italia- Inghilterra valida per il mondiale successivo, e la nascita di *90' minuto* trasmissione che aggiungeva un commento critico post-partita in studio. In questi anni, il monopolio Rai viene messo in discussione dalle varie emittenti straniere che cominciano a trasmettere eventi sportivi a colori prima dell'Italia come "Telemontecarlo", la "TV Svizzera Italia" (TSI) e "Telecapodistria". Nel 1974, inoltre, nasce "Telebiella", la prima tv privata italiana capace di infrangere il monopolio Rai e nello stesso anno anche Rimini decide di creare una tv via cavo per seguire le partite della squadra della città.

La legge 103/75²³ stabilisce la legittimità delle trasmissioni in ambito locale per i privati riorganizzando il sistema radiotelevisivo italiano.

Il monopolio Rai viene infranto definitivamente da Silvio Berlusconi e la nascita di Canale 5 nel 1980. Berlusconi riesce a ottenere i diritti del *Mundialito* in Uruguay per una trasmissione che però va in onda in maniera esclusiva in Lombardia e in differita nelle altre parti d'Italia a causa della legge 103/75.

L'anno dopo Berlusconi prova a togliere alla Rai l'esclusiva sul campionato di Serie A: la Rai riesce a mantenerlo, ma perde i diritti delle partite casalinghe di tre delle quattro squadre nelle coppe europee²⁴.

Nel 1990 con la legge Mammi²⁵ le tv private iniziano a trasmettere in tutto il territorio. Nel frattempo, Mediaset aveva acquistato altre reti come Italia 1 e Rete 4 e dato vita a programmi come *Domenica Stadio*, *Pressing*, *Studio Sport* e la

²² Filippo Grassia, op. cit.

²³ *Nuove norme in materia di diffusione radiofonica e televisiva*. Nota anche come Riforma RAI.

²⁴ Massimo De Luca, Pino Frisoli, op. cit., p.126.

²⁵ Legge 6 agosto 1990, n. 223 *Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato*.

Gialappa's band con *Mai dire gol*. Quest'ultimo è un programma in cui l'elemento calcistico è preso con ironia con servizi che riguardavano le gaffe dei calciatori e degli allenatori. Il calcio entra definitivamente nelle logiche televisive diventando intrattenimento e un vero e proprio genere, cosa accentuata sicuramente dalle pay-tv.

Il 28 ottobre 1990 a Milano viene fondata la società Tele+ S.r.l che nel 1996 arriva a trasmettere in diretta tutto il campionato di serie A con il sistema pay per view²⁶. La svolta definitiva è nel 2003 quando Tele+ e Stream si fondono creando l'attuale Sky, che a partire da quel momento deterrà i diritti per la Serie A e Champions League. L'avvento delle pay TV e, successivamente, delle piattaforme over-the-top (come DAZN) ha intensificato la concorrenza per i diritti televisivi, ridefinendo modalità di fruizione e modelli di business. Parallelamente, il contenuto si è arricchito di format accessori: per e post-partita, analisi, highlights e contenuti che ampliano così l'esperienza dello spettatore.

Anche il linguaggio televisivo si è evoluto, con una narrazione più interpretativa e spettacolarizzata. Come afferma Giovanardi, lo «sport-spettacolo riesce a muovere passioni che resterebbero altrimenti sopite.»²⁷

La telecronaca è divenuta più articolata e corale (tre cronisti nel caso delle pay-tv), riflettendo l'adattamento del calcio alle logiche televisive contemporanee. Negli ultimi tempi però sempre meno persone aspettano di guardare un programma in televisione per le notizie sportive o per i risultati, ma basta loro collegarsi online per avere le notizie in tempo reale e in modo gratuito.

²⁶ “Nuovo sistema introdotto dalle pay-tv che permette la visione di contenuti a pagamento, attraverso un decoder in cui si inserisce una smart card in cui è memorizzato il pacchetto che è stato acquistato” in Massimo De Luca, Pino Frisoli, op. cit., p. 162.

²⁷ Claudio Giovanardi, (2009). Il linguaggio sportivo, in P. Trifone (a cura di), *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*. Roma: Carocci editore, p. 241.

1.3 La nascita dei primi portali sportivi online

Il web e la connessione di rete rappresentano una delle rivoluzioni più importanti nella storia della comunicazione. Internet ha reso possibile una diffusione estremamente rapida delle notizie, ha ampliato in modo illimitato gli spazi di pubblicazione e ha integrato più media in uno, configurandosi quello che ad oggi viene definito un *meta-media*. Questa trasformazione ha inciso profondamente su tutti gli ambiti della vita quotidiana e nel giornalismo, arrivando a modificarne profondamente le dinamiche: i tempi di produzione delle notizie accelerano, le modalità di lavoro si diversificano e si abbassano le barriere d'accesso alla professione. I giornalisti sono chiamati ad adattarsi al nuovo mezzo, con effetti anche sulla percezione collettiva del proprio ruolo, spesso accompagnata da una rovinosa perdita di prestigio agli occhi del pubblico.

Le origini di Internet risalgono agli anni Sessanta negli Stati Uniti, con la nascita di *Arpanet*, rete militare, poi estesa alle università per facilitare lo scambio di informazioni tra ricercatori. Nel 1969 si realizza il primo collegamento tra l'Università della California e Stanford. Lo sviluppo successivo dei protocolli TCP/IP pone le basi per la creazione di una rete globale negli anni Ottanta: Internet. Il World Wide Web viene creato, nel 1990, da Tim Berners-Lee che, con il mezzo, introduce la possibilità di condividere documenti multimediali accessibili tramite browser e organizzati in siti web. Questo sistema ipertestuale permette una navigazione libera, favorendo la nascita di un enorme archivio digitale e dando un forte impulso al giornalismo online, che grazie a questa innovazione poteva pubblicare notizie singole e aggiornate. Nei primi anni Novanta nascono le prime testate giornalistiche online, inizialmente semplici riproduzioni statiche dei quotidiani cartacei e con scarso successo. In Italia, il primo esperimento è quello de *L'Unione Sarda* nel 1994, seguito da altre testate come *L'Unità*, *La Stampa* e *Corriere della Sera*.

Queste pagine si limitano, tuttavia, a trasferire online i contenuti cartacei senza cambiarne l'impostazione.

Il vero cambiamento arriva nella seconda metà degli anni Novanta, quando negli Stati Uniti si inizia a sfruttare il web per aggiornamenti in tempo reale, lasciando alla carta gli approfondimenti. La gratuità delle versioni online ne favorisce rapidamente il successo. Anche in Italia, con la crescita della rete, il giornalismo digitale evolve: nel 1996 arrivano online *La Repubblica* e *Il Sole 24 Ore*, mentre nel 1997 nasce *Gazzetta.it*, primo sito di un quotidiano sportivo italiano. Questo segna l'inizio di una trasformazione irreversibile del settore. Anche gli altri quotidiani (non solo sportivi) cominciano negli anni successivi a investire nel settore. Nel 1999 nasce *Rai.tv* e nel 2001 nasce *Tgcom24.it* di Mediaset. I siti internet acquisiscono così maggiore importanza, a discapito dei quotidiani di carta, che solo inizialmente hanno mantenuto dei guadagni soprattutto provenienti dalle pubblicità. Gli utenti si sono ormai abituati a un'informazione gratuita online, a differenza del quotidiano che rimaneva a pagamento. Inoltre, rispetto a un giornale di carta, i siti web offrono un'alternanza di video, foto e grafiche, ne deriva una maggiore immediatezza dell'informazione e un maggior coinvolgimento del pubblico. Tutto ciò contribuisce a una sempre crescente disaffezione nei confronti della carta stampata, anche se i dati fino al 2006 (anno della vittoria del mondiale per l'Italia e le Olimpiadi invernali a Torino) continuano a evidenziare una buona vendita del cartaceo con una crescita del 2,3% dall'anno precedente²⁸. A causa dell'immediatezza dell'informazione e dei numeri in crescita nell'ambito digitale, sempre più inserzionisti hanno iniziato a investire di meno sulla carta stampata per concentrarsi su quel che è la pubblicità online. Si determina così un'ulteriore perdita di fondi a disposizione delle redazioni. Con meno budget a disposizione sono sempre di meno i mezzi e soprattutto i giornalisti. Il 55,5% delle persone nel 2012 ha accesso ad Internet rispetto al 48,0% dell'anno precedente e al 29,0% del 2006²⁹. Si tratta di un chiaro indicatore di una trasformazione in atto e del passaggio sempre più decisivo dell'informazione dalla carta stampata al quotidiano online. L'informazione si è progressivamente spostata su Internet,

²⁸ <https://www.wptdatabase.org/countryreport/110>

²⁹ <https://www.fieg.it/upload/salastampa/LA%20STAMPA%20IN%20ITALIA%202010-2012.pdf>

favorendo la nascita di un numero sempre maggiore di siti web dedicati ai più diversi ambiti, tra cui lo sport. In questo contesto, viene data voce agli appassionati o agli esperti del settore, che pur non essendo giornalisti, trovano nelle diverse piattaforme uno spazio per dire la loro. Analizzare il mondo dello sport sulla rete è interessante per capire gli effetti sociali e culturali dei nuovi media³⁰. La presenza della notizia in rete fa venir meno la necessità di comprare un quotidiano, di guardare la televisione o di ascoltare la radio per venire a conoscenza di un risultato sportivo o una notizia di mercato. Inoltre, la natura interattiva della comunicazione in rete fornisce un valore aggiunto rispetto agli altri mezzi reputati impersonali e ai quali non si può rispondere. Questo sfocia nella creazione di vere e proprie *community*, «il cui comune denominatore è la passione per lo sport, ma soprattutto per ciò che lo rende così divertente», come afferma Fabio Ciotti. I portali sportivi, i forum, le chat, i gruppi di discussione, consentono la realizzazione virtuale di quello che prima era possibile fare soltanto dal vivo: è il trasferimento del 'bar sport' nel cyberspazio.³¹ Alla base della crescente popolarità di Internet ci sono due concetti particolarmente importanti come la polarizzazione e la personalizzazione delle notizie. I social media, attraverso gli algoritmi, selezionano e propongono nella home dell'utente i contenuti più adatti, creando un ambiente digitale fortemente polarizzato verso specifici argomenti piuttosto che altri.

Se, nel 1960 in Italia c'erano tre quotidiani fondamentali, oggi la concorrenza non si limita solo a grandi testate, ma il mercato è diventato sempre più grande inglobando anche mini-blog, pagine web del singolo e profili social. Il consumo di notizie calcistiche si inserisce quindi pienamente nella più ampia trasformazione digitale dell'informazione mostrando caratteristiche accentuate rispetto ad altri sport. Secondo il *Digital News Report 2025*³² del Reuters Institute for the Study of Journalism, circa il 68% degli utenti italiani accede alle notizie tramite canali

³⁰ Fabio Ciotti, (2003). Sport e Internet. *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani. https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/.

³¹ Ivi.

³² https://www.anso.it/wp-content/uploads/2025/06/NEWS-REPORT_web-layout_250612_03.pdf

digitali, mentre i social media rappresentano una fonte informativa per circa il 39% della popolazione. Per quanto riguarda lo sport oltre 65% degli utenti consuma video sportivi online con contenuti quali goal, highlights, replay, intervista post-partita e contenuti dietro le quinte. Gli stessi club, non sono più solo squadre, ma veri e propri editori digitali: squadre come Juventus o Milan utilizzano i propri canali social per diffondere notizie ufficiali con comunicati stampa, video esclusivi di allenamenti e contenuti social con risultati, formazioni e convocazioni.

I social hanno contribuito a trasformare il giornalismo sportivo, spostando l'attenzione dall'informazione all'opinione. Sono numerose le trasmissioni live di opinionisti e telecronisti (basti pensare alla *Bobo Tv* dell'ex campione Christian Vieri). I calciatori stessi sono diventati delle vere e proprie fonti d'informazione, che riescono ad ottenere un'audience molto più grande rispetto ai giornali grazie alla comunicazione senza l'ausilio di intermediari diretta e coinvolgente. Cristiano Ronaldo e Lionel Messi, tra i tanti, arrivano a superare i 600 milioni di follower a testa su Instagram, numeri decisamente maggiori rispetto a una testata di notizie sportive. L'atleta si trasforma in un brand, con un tornaconto economico di gran lunga maggiore con gli sponsor rispetto a quello della pubblicità.

La fruizione di contenuti audiovisivi risulta centrale. Secondo un'analisi condotta da *ComScore*³³ (2025), lo sport risulta tra le categorie con più alto livello di engagement digitale, con una stima di milioni di interazioni per le principali competizioni internazionali, con una vetta per la Champions League. Le grandi testate giornalistiche hanno dovuto adattarsi alla trasformazione del pubblico e all'ambiente caratterizzato da digitalizzazione, forte engagement, disintermediazione. La progressiva ibridazione tra informazioni e intrattenimento, ad esempio un contenuto informativo, ma con integrazioni interattive come immagini e video raggiunge un successo maggiore del solo informativo. Per questo motivo, le grandi testate hanno dovuto creare loro stessi dei portali informativi online. L'architettura dei portali tende a essere piuttosto uniforme. In genere sono

³³ Azienda statunitense di analisi dei siti e misurazione digitale. Nota per fornire dati su audience, traffico web, televisivo e cross-Platform.

organizzati in sezioni (o canali) dedicate ai principali sport, come calcio, automobilismo, ciclismo e pallacanestro, a loro volta suddivise in ulteriori sottosezioni, in base allo spazio riservato a ciascuna disciplina. Non mancano quasi mai forum di discussione, spesso accompagnati da chat, talvolta animate dalla partecipazione di atleti o giornalisti sportivi molto noti. È inoltre frequente la presenza di aree dedicate ai giochi e al cosiddetto *fantasport*. Le sezioni più ricche e articolate risultano naturalmente quelle relative agli sport con maggiore seguito di pubblico, in particolare il calcio e l'automobilismo³⁴.

La Gazzetta dello Sport, tra le quattro testate italiane specializzate nello sport, rappresenta un caso emblematico di adattamento ai nuovi modelli di consumo: decide di integrare le notizie sportive all'interno non solo della versione cartacea, ma approfondendo sul sito e nei profili social. Secondo i dati *Audicom-Audipress 2025*³⁵ il quotidiano si conferma il più letto in Italia con oltre 2,1 milioni di lettori medi giornalieri, nonostante il calo complessivo del settore della stampa (-1,8%). Parallelamente, emerge una forte crescita della dimensione digitale: nel 2025 il sito registra circa 15,5 milioni di utenti unici mensili oltre 2 milioni giornalieri, confermando la centralità del traffico online nel consumo di notizie sportive. A ciò si aggiunge una forte presenza sui social con una community che supera i 7 milioni di follower.

Un ulteriore sviluppo rilevante nella trasformazione digitale dell'informazione sportiva è rappresentato dalla diffusione di applicazioni mobili dedicate come *SofaScore* e *TuttoilCalcio*. Le app di notizie e, in particolare, quelle sportive, hanno rivoluzionato il modo in cui gli utenti accedono alle informazioni, rendendole ancora più immediate, personalizzate e accessibili in qualsiasi momento. A differenza dei siti web tradizionali, che prevedono una ricerca in un motore di ricerca, le applicazioni consentono una fruizione continua e integrata, grazie a notifiche push che informano il tifoso in tempo reale su risultati, eventi chiave del

³⁴ Fabio Ciotti, op. cit.

³⁵ <https://www.gazzetta.it/attualita/25-09-2025/stampa-italiana-la-gazzetta-dello-sport-il-quotidiano-piu-letto-d-italia.shtml>

match e notizie di mercato. Questo sistema riduce ulteriormente la distanza tra evento e pubblico, rendendo l'informazione praticamente istantanea.

Piattaforme come quelle dedicate al calcio permettono agli utenti di seguire simultaneamente più partite, visualizzare statistiche dettagliate con votazioni, avere le formazioni a un'ora dal match, leggere le cronache testuali in tempo reale e vari contenuti multimediali. Questo tipo di esperienza supera quella del tradizionale aggiornamento giornalistico, offrendo un ulteriore livello di coinvolgimento emotivo e interattivo dell'utente. La possibilità di personalizzare le notifiche in base alla propria squadra del cuore o ai campionati preferiti aumenta ulteriormente la fidelizzazione. Le applicazioni non sono soltanto strumenti di consultazione, ma diventano veri e propri hub informativi e di intrattenimento. Molte testate giornalistiche e enti televisivi hanno sviluppato app proprietarie per integrare articoli, video, podcast e dirette, creando un ecosistema completo che accompagna l'utente durante tutta la giornata. Parallelamente, anche le leghe sportive e i club hanno investito in applicazioni ufficiali, attraverso le quali distribuiscono contenuti esclusivi, giochi, quiz e interviste speciali contribuendo a rafforzare il senso di community dei tifosi. Questa evoluzione contribuisce a consolidare un modello di consumo *always on*³⁶, in cui l'utente non cerca più attivamente la notizia, ma la riceve in modo continuo e personalizzato. Di conseguenza, il giornalismo sportivo deve adattarsi ai ritmi ancora più rapidi del lettore nato su Internet, privilegiando formati brevi, aggiornamenti e contenuti facilmente fruibili da dispositivi mobili. Bisogna rendere l'esperienza a portata di click. Le applicazioni e i servizi in diretta rappresentano uno degli stadi più avanzati della digitalizzazione dell'informazione, confermando il passaggio da un modello statico e periodico a uno dinamico, interattivo e in tempo reale.

³⁶ “Di connessione a Internet sempre attiva, grazie alla quale un utente può fruire contemporaneamente dei servizi web e voce.” [https://www.treccani.it/enciclopedia/always-on_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/always-on_(Lessico-del-XXI-Secolo)/)

Capitolo 2

Tra scrittura tradizionale e mediamorfosi linguistica

2.1 Il calcio come linguaggio settoriale

Nel tentativo di definire il “linguaggio sportivo”, lo si può considerare come una tipologia di comunicazione scritta o orale finalizzata al racconto o al resoconto di un evento sportivo. Al fine di comprenderne e spiegarne la natura linguistica, in senso stretto, bisogna contestualizzare il linguaggio e includere quest’ultimo all’interno dell’ampia categoria dei linguaggi settoriali.

I linguaggi settoriali, o lingue speciali, sono descritti da Michele Cortelazzo, all’interno del suo libro *Lingue Speciali, La dimensione verticale* come «una varietà funzionale di una lingua naturale, dipendente da un settore di conoscenze o da una sfera di attività specialistici, utilizzata nella sua interezza da un gruppo di parlanti più ristretto della totalità dei parlanti la lingua di cui quella specie è una varietà, per soddisfare i bisogni comunicativi di quel settore specialistico; la lingua speciale è costituita a livello lessicale da una serie di corrispondenze aggiuntive rispetto a quelle generali.»³⁷ L’interesse, per la lingua calcistica, inizia già nei primi anni del Novecento. Giacomo Devoto³⁸, all’interno del saggio pubblicato nel 1939, *Le lingue speciali: le cronache del calcio* nella rivista “Lingua Nostra”, comprende le peculiarità che distinguono il linguaggio sportivo (inteso in senso giornalistico) e che rendono possibile la sua affermazione come vero e proprio linguaggio settoriale. Quest’ultimo è un linguaggio dotato di particolari effetti e capace di instaurare scambi continui con la lingua quotidiana. Devoto definisce la

³⁷ Michele Cortelazzo, (1994). *Lingue Speciali, La dimensione verticale*. Padova: Unipress, p. 8.

³⁸ Fabio Rossi, (2003). La lingua dello sport. *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani.
https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

lingua calcistica come una "lingua tecnica popolare epica" a causa della sua triplice natura di sottocodice, lingua giornalistica e specchio della lingua comune. I linguaggi settoriali trovano le proprie caratteristiche peculiari in riferimento a un particolare ambito del sapere, una terminologia specifica, un uso particolare delle risorse della morfologia lessicale e sintassi, e precise convenzioni pragmatiche. Lo scopo del linguaggio è l'efficacia, la precisione e la riduzione dell'ambiguità comunicativa tra gli esperti del settore. In generale, ogni linguaggio settoriale nasce dall'esigenza di nominare in modo univoco oggetti, processi e concetti propri di un determinato campo. Lo stesso Gian Luigi Beccaria definisce il linguaggio dei tifosi come «una lingua 'tecnica', per l'argomento specifico di cui tratta: e, come le altre settoriali, segno di comunione e d'intesa che afferma l'appartenenza ad un gruppo, socialmente non omogeneo, ma che passione e tecnica accomunano in una sorta di complicità e di intimità linguistica»³⁹ Dal punto di vista linguistico, i linguaggi settoriali presentano alcune caratteristiche ricorrenti tra cui un elevato grado di specializzazione del lessico con la presenza di tecnicismi e di termini mono referenziali, una tendenza alla nominalizzazione e alla densità informativa. Inoltre, la sintassi risulta spesso semplificata, ma altamente strutturata. In molti casi, questi linguaggi mostrano anche un forte grado di prestiti linguistici da parte di lingue dominanti nei rispettivi ambiti, i cosiddetti "internazionalismi". La lingua inglese, tra le varie, ha contribuito più di tutte al linguaggio della scienza, della tecnologia e del nostro campo di riferimento, lo sport. L'influsso delle lingue straniere si realizza nella lingua italiana in prestiti formali, semantici e calchi. Altri termini si impongono come prestiti linguistici perché legati a tecniche di gioco nate in un determinato paese o perché utili per designare realtà locali dell'universo calcistico⁴⁰: ad esempio l'utilizzo del termine *Seleção*, per indicare la nazionale brasiliana.

³⁹ Gian Luigi Beccaria, (1975), *I linguaggi settoriali in Italia*. Milano: Bompiani, p. 46.

⁴⁰ Moreno Morani (2012). Per uno studio in prospettiva diacronica della lingua del calcio. *L'Analisi linguistica e letteraria*, p. 231.

Michele Cortelazzo afferma che, al fine di formulare l'insieme di parole necessarie, le lingue speciali si avvalgono dei procedimenti della lingua comune. Sono piuttosto rari i casi di parole create ex novo.⁴¹ All'interno di questo quadro generale, il linguaggio sportivo e, in particolare quello calcistico, costituiscono una tipologia di linguaggio settoriale con caratteristiche peculiari che lo distinguono da altri settori specialistici. A differenza dei linguaggi tecnico-scientifici, che tendono a una forte rigidità semantica e a una marcata unicità terminologica, il linguaggio sportivo presenta un grado maggiore di apertura semantica, variabilità stilistica e contaminazione con il linguaggio comune. Il linguaggio calcistico si distingue per la sua forte componente dinamica e narrativa. Pur possedendo un lessico tecnico ben definito con termini come *terzino*, *trequartista*, *pressing*, *fuorigioco*, si caratterizza per una significativa flessibilità semantica e per la presenza di numerosi elementi metaforici. Questo aspetto lo rende più permeabile rispetto ad altri linguaggi settoriali, favorendo il passaggio di molte espressioni nel linguaggio comune. Espressioni come *fare squadra*, *andare in pressing* o *giocare in difesa* hanno infatti acquisito significati estesi, venendo successivamente utilizzati anche in contesti economici, politici o sociali. Tra le parole di cui il linguaggio calcistico si è appropriato da quello comune attribuendo però un nuovo significato troviamo *campo*, *rete*, *porta*, *angolo*⁴². Un altro esempio è quello di *curva* che in uno stadio indica i posti collocati dietro le porte e dove la tifoseria abitualmente prende posto, ma *curva* è un termine che viene utilizzato comunemente per indicare la parte di pista, di una strada o di un percorso che disegna un arco. Importante menzionare il partito *Forza Italia* e lo slogan *scendere in campo* a dimostrazione di come il linguaggio del calcio è diventato parte anche del linguaggio politico, a causa del forte potere evocativo di determinate espressioni.⁴³

⁴¹ Michele Cortelazzo, op. cit.

⁴² Claudio Giovanardi, (2009). *Il linguaggio sportivo*, In *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, Carocci Editore, Roma, pp. 293–321.

⁴³ Fabio Rossi, La lingua dello sport. *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani. https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

Esso si colloca infatti in una zona intermedia tra linguaggio specialistico e linguaggio divulgativo, in quanto deve essere accessibile non solo agli esperti, ma anche a un pubblico ampio e non specialistico. Secondo Fabio Rossi questo è dovuto al fatto che destinatario, argomento e scopo della comunicazione variano poco, coincidendo nella gran parte dei casi con il tifoso e la necessità di creare complicità.⁴⁴ A tal proposito, Claudio Giovanardi afferma che il linguaggio sportivo può essere inquadrato tra i linguaggi settoriali deboli, con una scarsa densità terminologica e con una flebile identità nella configurazione sintattica e testuale⁴⁵. Fabio Rossi, al contrario, afferma che la lingua dello sport può essere considerata a tutti gli effetti una lingua speciale⁴⁶. Rossi sostiene infatti che, anche nelle sue tre principali declinazioni, “lingua dei giornalisti sportivi”, “insieme dei termini tecnici dei vari sport” e “lingua, scritta e parlata, dei tifosi”, essa conserva una chiara riconoscibilità e una specificità che non si limita al solo lessico. Un’analisi più approfondita mostra come, sul piano lessicale, sia più corretto parlare di una pluralità di linguaggi, o meglio di un “diasistema settoriale”, in cui ogni sport possiede un proprio vocabolario specialistico. Tuttavia, lo stesso Rossi sottolinea che, dal punto di vista semantico, sintattico e testuale, la lingua dello sport presenta un’omogeneità e una riconoscibile identità rispetto alle altre lingue speciali. Un’ulteriore differenza rispetto ai linguaggi settoriali più rigidi riguarda la forte presenza della componente emotiva ed espressiva. Nel linguaggio calcistico, soprattutto nella telecronaca sportiva, coesistono la funzione referenziale (descrizione dell’azione di gioco) e la funzione emotiva (coinvolgimento del pubblico), attraverso l’uso di esclamazioni, iperboli e valutazioni soggettive. Questo aspetto è quasi assente nei linguaggi tecnico-scientifici, che tendono invece alla neutralità e all’impersonalità. Dal punto di vista sintattico, il linguaggio calcistico privilegia strutture paratattiche e frammentate, funzionali alla descrizione immediata di eventi rapidi e simultanei. Questa

⁴⁴ Fabio Rossi, op. cit.

⁴⁵ Claudio Giovanardi, op. cit.

⁴⁶ Fabio Rossi, op. cit.

caratteristica lo avvicina ai linguaggi giornalistici più che a quelli specialistici in senso stretto, evidenziando la sua natura ibrida.

2.2 Il processo di tecnificazione della lingua

Lo *sport* nasce intorno al XIX secolo tra l'Inghilterra e la Francia, ma quasi nell'immediato raggiunge anche il territorio oltreoceano e in particolare gli Stati Uniti. Il paese che per primo inizia a diffondere notizie calcistiche è stato l'Inghilterra e per questo motivo gli anglicismi hanno avuto un ruolo fondamentale nell'ambito del giornalismo e della terminologia utilizzata per descrivere le azioni di gioco, soprattutto all'inizio della sua storia. Il termine *calcio* in Italia si scontra, per un lunghissimo tempo, con il termine *football* inglese. In origine, in Italia, il termine viene utilizzato per descrivere il *calcio storico fiorentino*, una pratica sportiva rinascimentale vicina all'odierno rugby. Di conseguenza, il termine inglese finisce per dominare la scena perché la variante anglosassone identifica con maggior precisione lo sport come adesso lo conosciamo. Secondo Giacomo Devoto, la pratica sportiva prende il nome in un primo momento di *football*, successivamente di *palla al calcio* e solo infine *calcio*⁴⁷. I forestierismi costituiscono, nella prima parte della storia del linguaggio calcistico, parte integrante del vocabolario riflettendo il primato culturale e sportivo della nazione anglosassone. Nel corso dei decenni, alcuni di questi vengono assimilati come prestiti all'interno del vocabolario del linguaggio come nel caso di *goal*, *penalty*, *match*, *dribbling*. Anche il nome non italiano di alcune squadre deriva dalla denominazione inglese delle prime squadre sorte in Italia: *Genoa Cricket and Football Club 1893*, *Milan Cricket and Football Club 1899*.⁴⁸ Il processo di italianizzazione della lingua inizia durante il regime fascista, che considera i

⁴⁷ Fabio Rossi, (2003) La lingua dello sport. *Sport e comunicazione nella società moderna*. https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

⁴⁸ Ivi.

forestierismi nocivi all'identità nazionale. Durante il regime, nonostante la politica linguistica ostile, i forestierismi, soprattutto alcuni termini di origine inglese, continuano però ad essere utilizzati. Il 23 giugno del 1932, il quotidiano *Il Littoriale* impiega l'anglicismo *football* in riferimento alla passione calcistica dei figli di Mussolini. Questo episodio dimostra come, nonostante i tentativi di purismo linguistico, il termine inglese risulta ancora fortemente radicato nell'uso comune.⁴⁹ Con il passare del tempo il linguaggio calcistico subisce un radicale mutamento. Lo sport diventa un fenomeno di massa e i giornalisti rivedono il loro compito e, di conseguenza, il modo di trattare l'informazione. Dopo una prima fase prevalentemente descrittiva e poco tecnica, l'evoluzione della lingua dei cronisti segue diversi passaggi abbastanza riconoscibili. Con l'aumento dell'alfabetizzazione e la nascita di un pubblico più ampio e diversificato, il giornalismo non deve più solo far vedere ciò che il lettore non conosce, ma anche informare in modo rapido ed efficiente. In questa fase, si sviluppano numerosi neologismi e processi di neoformazioni morfologiche. Come sottolinea Fabio Rossi, all'interno del volume *Come si è formata la lingua dello sport*,⁵⁰ i nomi delle discipline e degli atleti vengono conati, in un processo di italianizzazione, tramite un processo di derivazione e l'aggiunta dei suffissi *-ismo* e *-ista* al nome del relativo strumento. Vengono in questo modo coniate parole come *cestismo-cestista*, *pallavolista*, *alpinismo*. Alcuni combinano termini italiani a forestierismi: *palla-goal*, *uomo-assist*. Se nella fase iniziale il cronista punta soprattutto sul coinvolgimento emotivo del lettore attraverso descrizioni vivide, nelle fasi successive si afferma una ricerca di scrittura più neutra e impersonale, con una netta distinzione tra fatti e opinioni. Tuttavia, questa maggiore oggettività, non elimina del tutto la componente espressiva: semplicemente la trasferisce nella costruzione dei titoli e nell'organizzazione delle informazioni. L'efficacia non dipende più solo dalla "vividezza", ma anche dalla precisione terminologica, dalla

⁴⁹ Francesco Bianco (18 marzo 2022). *Le parole del foot-ball: breve viaggio tra i forestierismi del vocabolario calcistico*. Treccani.
https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/scritto_e_parlato/Europei16.html

⁵⁰ Fabio Rossi, (2003). *Come si è formata la lingua dello sport/II*. Italiano e Oltre, Numero 3, p. 136.

selezione delle informazioni e dalla costruzione del titolo, che diventa sempre più strategico al fine delle vendite. Si diffondono inoltre numerosi composti e derivati come *centrocampo*, *centravanti*, *mezzala*, o altri derivati dall'aggiunta di prefissoidi come *autogol*.

Inoltre, abbiamo una serie di participi passati femminili sostantivati: *centrata*, *girata*, *rovesciata*, e un gruppo di denominali in *-ata* come ad esempio *cannonata*. C'è anche una serie di deverbali a suffisso zero: *allungo*, *classifica*, *squalifica*. Un'altra caratteristica rilevante è l'uso di verbi assoluti e la soppressione del complemento oggetto: *allarga*, *lunga*, *colpisce*, *manda alto*, *rovescia fuori*, *smista*, *controlla*, *segna*, *sfonda*.⁵¹ Questo processo contribuisce a una progressiva standardizzazione della lingua e l'italianizzazione del lessico sportivo. Parallelamente si afferma uno stile giornalistico più codificato, basato su frasi brevi, struttura più lineare e sull'uso della cosiddetta *piramide rovesciata*, uno dei principi cardine della scrittura giornalistica. Quest'ultima prevede l'esposizione iniziale delle informazioni essenziali, seguite dai dettagli. Questo modello risponde all'esigenza di una comunicazione rapida ed efficace.

In ambito sportivo, una figura chiave è Gianni Brera che, come descritto all'interno del primo capitolo, contribuisce in modo decisivo all'innovazione linguistica. Brera introduce numerosi neologismi e soprannomi, successivamente entrati stabilmente nell'uso comune. Tra i neologismi conati da Brera, quelli che hanno avuto maggiore fortuna sono, tra i vari, i soprannomi attribuiti ad alcuni calciatori di cui raccontava le imprese. Tra questi ci sono *abatino*, termine settecentesco vicino alla figura del cicisbeo e usato per indicare uno stile elegante ma talvolta manierato o artificioso, con cui veniva descritto Gianni Rivera. Brera chiamava inoltre *peppin* Giuseppe Meazza, utilizzando un affettuoso nomignolo milanese. Celebre è poi *rombo di tuono*, soprannome dato a Luigi Riva per la straordinaria potenza del suo tiro. Infine, *piscinin*, diminutivo dialettale con cui Brera si riferiva

⁵¹ Fabio Rossi, (2003). La lingua dello sport. *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani.
https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

a Franco Baresi.⁵² Mentre, per quanto riguarda i neologismi relativi alle azioni di gioco, troviamo *centrocampista* che secondo Brera era il «calciatore che opera al centrocampo, indipendentemente dal numero della maglia»⁵³; *palla-gol*⁵⁴ che Brera «definisce tale sia per l'indirizzo, sia per la circostanza agonistica: se un centravanti riceve in solitudine una palla senza vizi di sorta e non riesce a lavorarla come dovrebbe, a così pochi metri dalla porta avversari, non si dovrebbe dire che quella palla è da gol?». La rivoluzione di Brera non si limita al piano lessicale, ma si estende anche al piano stilistico. Il calcio viene definito come la poesia più bella ed è quindi scontato dire che per Brera raccontare di calcio era come lirica epica eroica e la partita era un'avventura. Grazie a questa concezione abbiamo un aumento dell'utilizzo di similitudini, metafore, epiteti e patronimici, personificazioni. Oltre a Gianni Brera, alcuni suoi precursori hanno apportato alcune novità importanti. Ad esempio, le denominazioni collettive dei tifosi basati sui colori delle squadre, sono un tipo particolare di ellissi creata dal giornalista Bruno Roghi, tra cui termini come *bianconeri*, *rossoneri*, *giallorossi*⁵⁵. Questi contribuiscono a creare un linguaggio sintetico, efficace e altamente riconoscibile. A Carlo Bergoglio, invece, spetta la paternità delle metafore zoomorfi, sempre per disegnare le squadre: la *zebra* (Juventus), il *grifone* (Genoa), il *galletto* (Bari), la *lupa* (Roma), ecc. Tutto ciò si traduce nella carta stampata con un grande peso alla sintassi nominale, una tendenza alla tematizzazione, alla paratassi, un uso dello stile tipo telegrafico e un'abbondanza di strutture rappresentative. Con l'avvento dei nuovi media come radio, TV e soprattutto web, si assiste a un'ulteriore evoluzione della lingua. Si assiste a un ritorno all'immediatezza e alla vivacità espressiva, in parte simile alla fase iniziale, ma in un contesto molto più complesso e stratificato. Un esempio emblematico del linguaggio della radiocronaca è rappresentato da Nicolò Carosio, precedentemente citato, che suppliva la

⁵² Gianni Brera, (2007). *Il più bel gioco del mondo*, Milano: Rizzoli, p. 364.

⁵³ Andrea Maietti, (1989). *Il calciolinguaggio di Gianni Brera*. Lodi: Il Pomerio, pp. 44-45.

⁵⁴ Gianni Brera (22 marzo 1975) articolo su *Il Giornale*.

⁵⁵ Fabio Rossi (2003). *Come si è formata la lingua dello sport/II*. Italiano e Oltre, Numero 3, pag. 136.

manca di supporto visivo con descrizioni estremamente dettagliate e continue dell'azione.

Bel servizio per Menti. Tiro...rete. Italia 3, Svizzera 1. Ora dominiamo.⁵⁶

Si nota in questo tipo di narrazione, prettamente a uso radiofonico, la presenza di una sequenzialità rigorosa delle azioni, l'uso prevalente del presente indicativo, la necessità di esplicitare ogni movimento e l'assenza quasi totale di ellissi, conseguente all'impossibilità dell'ascoltatore di vedere l'azione. Carosio è stato, inoltre, l'inventore di alcuni neologismi, oggi presenti in tutte le radiocronache. Ad esempio, l'utilizzo di *rete* al posto di *goal*, *angolo* invece di *corner*. A testimonianza dell'italianizzazione del linguaggio calcistico in atto. Con la televisione si ha invece un ulteriore cambiamento radicale del linguaggio. Il telecronista non deve più descrivere tutto, ma selezionare, interpretare ed enfatizzare. Se, per il radiocronista, è essenziale una cronaca oggettiva per far sì che l'ascoltatore capisca le azioni del match, per il telecronista non è importante la rappresentazione oggettiva, ma può lasciare spazio all'interpretazione e al soggettivismo. Un esempio della transizione è Bruno Pizzul, il cui stile è sobrio, ridondante e interpretativo. Lo stesso, definisce il ruolo della telecronaca come "imbonitore" che deve descrivere, anche le partite più noiose, con grande entusiasmo⁵⁷.

Roberto Baggio, che ha una grande intuizione. Roberto Baggio, punta su Rossi.

Roberto Baggio, salta anche Rossi. Il tiro e il goal. Grande azione in contropiede⁵⁸

Vi è una maggiore sintesi, l'eliminazione di alcune informazioni superflue e un ritmo più usato e controllato, dovuto allo stare al passo con l'immagine. Si evitano le iperboli, si prediligono l'ellissi e si evitano commenti che possono distrarre lo spettatore, che è concentrato dalle immagini trasmesse. Nella telecronaca

⁵⁶ Nicolò Carosio, 1967. Radiocronaca Italia-Svizzera.

⁵⁷ Giacomo Klein (2020). La lingua delle telecronache dagli anni '80 a oggi in *Dinamiche sociolinguistiche e didattica delle lingue nei contesti sportivi*. Università di Trieste, 319-332, p. 321.

⁵⁸ Bruno Pizzul commenta la vittoria della Juventus sul Milan il 17 aprile 1993. <https://youtu.be/M357wSBaYbQ?si=9fjBXszX2KGdt3uA>

contemporanea emerge una forte componente spettacolare ed emotiva, influenzata anche dai ritmi dei social dell'intrattenimento. Un esempio significativo è Fabio Caressa, il primo a cambiare il modo di utilizzare l'introduzione delle partite. All'inizio della trasmissione, i telecronisti fornivano agli spettatori informazioni sul nome dello stadio e la capienza, il numero dei tifosi, le formazioni e i moduli. Caressa decide di inserire queste informazioni all'inizio delle partite, lasciando spazio all'introduzione personale del telecronista con cui cerca di attirare l'attenzione del pubblico caricandolo emotivamente.

Abbracciatevi forte... Abbracciatevi forte... E abbracciate soprattutto questa meravigliosa squadra che ha vinto soffrendo, che ha vinto come l'Italia non era riuscita a vincere... Questa volta abbiamo vinto noi. E Beppe, ci prendiamo la coppa, Beppe! Ci prendiamo la coppa, Beppe!⁵⁹

L'uso di un verbo, alla prima persona plurale, testimonia la partecipazione e l'immedesimazione del telecronista. C'è un uso frequente di ellissi e di enfasi su momenti chiave del match come gol e occasioni. Il tutto è scandito da una maggiore soggettività e partecipazione emotiva del telecronista che enfatizza con l'inserimento di slogan, frasi memorabili e talvolta retoriche, molte delle quali, come questa sopracitata, sono diventate famose e riprese negli anni successivi. Per quanto riguarda i forestierismi, si nota un ritorno verso la ricerca dell'italianizzazione dei termini con le sostituzioni di *rete* a *goal* o di *calcio d'angolo* a *corner*. Parallelamente, c'è però un'apertura nei confronti di nuovi forestierismi di recente importanza⁶⁰ come *tap-in*, *fair play*, *goleador* e *play out*. Il primo è un ulteriore prestito adottato dalla lingua del calcio da un altro sport, infatti l'espressione *tap-in* nasce nella pallacanestro e solo successivamente adattata al mondo calcistico. Gli articoli sportivi, ad oggi, presentano un livello elevato di aggettivi ornamentali che rendono il testo più poetico e letterario che informativo. Con il passare del tempo, il calcio è diventato sempre di più una fonte di

⁵⁹ Frase pronunciata dopo la vittoria del campionato del mondo 2006 da Fabio Caressa.

⁶⁰ Giacomo Klein, op. cit.

intrattenimento grazie alla grande spettacolarizzazione delle esultanze in campo e delle coreografie nelle tribune. Il giornalismo si è dovuto adattare alle nuove tendenze con l'utilizzo di iperbole, che consiste nell' esagerare per eccesso o per difetto. La tendenza all'iperbole contraddice la naturale tendenza all'essenzialità che dovrebbe essere tipica di una lingua settoriale.⁶¹ I giornalisti, pur adottando uno stile a telegramma con titoli minimi a livello di parole, intervengono con l'uso di superlativi di vario genere, attraverso l'aggiunta del prefisso *super-* o, ancora, con la scelta di aggettivi enfatici. Questi aggettivi concorrono alla costruzione di una certa immagine intorno all'oggetto a cui si riferiscono.⁶² È frequente l'uso di metafore, attraverso le quali si trasmette al lettore un messaggio dotato di una maggiore carica visiva. Queste, nonostante molte risalgono alle prime sperimentazioni del giornalismo, non sono variate, ma «restano fisse e immutabili, anche quando la realtà che le ha fatte nascere subisce delle modificazioni»⁶³. Il compito del testo scritto è quello di coinvolgere il lettore. Oltre alle metafore, un altro espediente utilizzato è quello del rimando a citazioni, opere letterarie e cinematografiche, canzoni, slogan pubblicitari e altre espressioni cristallizzate; queste vengono decontestualizzate e assumono un significato nuovo se inserite all'interno del panorama sportivo⁶⁴. Un esempio è: “Scudetto alla diavola”⁶⁵. Con questo titolo, nel gennaio 2021, la Gazzetta dello Sport ha voluto unire il nome di un piatto tipico della tradizione italiana con il diavolo, simbolo del Milan. Si tratta di un titolo scelto non casualmente, ma volto a evocare la squadra con un elemento simbolico, comprensibile a chi conosce il contesto. Ancora, il titolo “Interstellar”⁶⁶, grazie alla paronomasia (il film richiama nel titolo foneticamente e graficamente la squadra) si ha l'illusione dell'unione del capolavoro cinematografico *Interstellar* con la squadra dell'Inter, con all'indomani della vittoria per 4 a 3 sul Barcellona a San Siro. Il web cambia ulteriormente i parametri

⁶¹ Moreno Morani, op. cit., p. 245.

⁶² Fabio Rossi, (2003). *Come si è formata la lingua dello sport/II*. Italiano e Oltre, Numero 3, pag. 136.

⁶³ Moreno Morani, op. cit., p. 230.

⁶⁴ Fabio Rossi, *Come si è formata la lingua dello sport/II*. Italiano e Oltre, Numero 3, p.138.

⁶⁵ Testo in copertina della *Gazzetta dello sport*, gennaio 2021.

⁶⁶ Testo in copertina di *Tuttosport*, maggio 2025.

e il modo di scrivere del calcio attuando una trasformazione che prende il nome di mediamorfosi del linguaggio giornalistico.

2.2.1 Il problema della lessicalizzazione di genere nel linguaggio sportivo

Lo sport è storicamente associato alla mascolinità e rappresenta ad oggi uno dei campi con maggiore disparità di genere sia in termini di partecipazione sia in termini di governance. Nonostante negli ultimi cinquant'anni, la presenza femminile sia cresciuta in modo significativo, soprattutto tra le giovani e le over 55, la parità risulta ancora lontana. Nel sistema sportivo italiano, la presenza femminile è significativa in termini numerici, ma fortemente limitata nei ruoli di vertice. Le donne rappresentano il 34,8% dei lavoratori sportivi con una presenza che si riduce drasticamente nei ruoli tecnici e decisionali. Le arbitre costituiscono solo l'11% del totale, mentre le allenatrici sono appena il 3,1% nei club e il 7% nelle Nazionali, operando quasi esclusivamente nello sport femminile. I dati evidenziano una forte disparità tra partecipazione e leadership, indicando la presenza di barriere strutturali che limitano l'accesso delle donne ai ruoli di vertice nello sport⁶⁷. Sul piano linguistico, il dibattito su una lessicalizzazione più equa, viene accompagnata ancora da scetticismo, nonostante l'aumento delle battaglie per un linguaggio più equo. Ad oggi, mancano delle linee guida specifiche per l'uso di genere nella lingua dello sport. La linguista Rosa Argenziano, all'interno dell'articolo *Note sull'uso del genere nella lingua dello sport: il caso del calcio*, evidenzia come l'espressione del genere, da un punto di vista morfologico, non è uniforme e si realizza principalmente attraverso due modalità:

- l'impiego del solo maschile;

⁶⁷ <https://www.sportesalute.eu/studiedatidellosport/blog-studi-e-dati-dello-sport/ricerca-sport-e-parita-di-genere-2025.html>

- il ricorso al femminile tramite desinenze e suffissi o accordo dei determinanti.

Per quanto riguarda alcuni termini variabili, si registra una forte incertezza tra la neutralizzazione e femminilizzazione. Alcune parole come *capocannoniere*, *designatore*, *quarto ufficiale*, restano invariabili e vengono utilizzate secondo il principio del “maschile neutro”. Quest’ultimo usato per indicare la categoria professionale senza distinzione di sesso⁶⁸. Emblematico è il caso di *arbitro*, sostantivo usato al maschile singolare o al plurale con *arbitri*, il quale ha suscitato alcune discussioni dovute alla mancanza di una forma femminile. Si osservano infatti tre tendenze differenti: l’uso del termine maschile anche per referenti femminili; forme ibride come *le arbitro*; l’uso di perifrasi come *arbitro donna* o *donna arbitro*. Gianluca Rocchi, ex designatore arbitrale per la Serie A e Serie B, affida per la prima volta nella storia, nell’aprile 2024, l’arbitraggio di Inter-Torino a una terna arbitrale femminile composta da Maria Sole Ferrieri Caputi, Francesca Di Monte e Tiziana Trasciatti. La rivista *Marie Claire*⁶⁹, all’interno dell’articolo pubblicato per l’occasione, utilizza le espressioni *arbitra* e *arbitre donne*. Nell’ultimo caso avviene un processo di grammaticalizzazione, la parola “donne” perde il proprio valore nominale assumendo una funzione di complemento. Tuttavia, questo processo risulta asimmetrico in quanto normalmente non si ricorre all’uso di *arbitro uomo*. La stessa Maria Sole Ferrieri Caputi, in un’intervista del 2021, a seguito del suo esordio in serie A maschile ha offerto il suo punto di vista riguardo alla questione linguistica:

Non chiamatemi arbitra, ma arbitro. Novanta volte su cento quando mi dicono arbitra è per sottolineare che sono una donna. Quindi preferisco arbitro. Credo che, quando non ci sarà più l’esigenza di sottolinearlo, allora vorrà dire che ci sarà davvero parità⁷⁰.

⁶⁸ Rosa Argentaro, *Note sull’uso del genere nella lingua dello sport: il caso del calcio*, p.11.

⁶⁹ Articolo del 26 aprile 2024 della rivista Marie Claire.

<https://www.marieclaire.it/attualita/news-appuntamenti/a60614881/arbitre-donne-serie-a-maschile/>

⁷⁰ Intervista del *Corriere della Sera* a Maria Sole Ferrieri, dicembre 2021.

La scelta della forma femminile risulta meno problematica con alcuni termini, già ampiamente diffusi e consolidati all'interno della stampa, ad esempio *atlete*, *campionessa*, *calciatrice*, *capitana*. Nell'estate del 2019 è stato condotto un questionario con il coinvolgimento di 200 calciatrici e dirigenti dall'eccellenza fino alla Serie A. Durante quell'estate si ha, infatti, una presa di coscienza sull'argomento dovuta alla popolarità assunta del Mondiale femminile.⁷¹ All'interno delle risposte, viene evidenziato come il solo appellativo calcio femminile, a differenza del singolo termine calcio, risulta particolarmente ingiusto in quanto questo permette di mantenere differenze di genere. La maggior parte delle calciatrici non ha avvertito un problema di natura linguistica, anzi, continua a usare espressioni maschili. Il sottocodice del linguaggio femminile italiano pare tendente verso questi usi: *attaccante*, che viene considerato invariabile; *centrocampista* che va sempre di più verso l'affermazione al femminile; *capitana* che ha subito un rafforzamento grazie all'uso del termine in interviste o social. Il ricercatore Marco Giani evidenzia i due termini che, nonostante gli sforzi della campagna verso la femminilizzazione, non riescono a imporsi: *portiere* e *difensore*⁷². Per quanto riguarda il primo, il problema linguistico che sorge riguarda l'omonimia, in quanto *la portiera* è nella mente comune subito assimilabile allo sportello della macchina. Gli ascoltatori attuano, nell'immediato, un accostamento semantico con l'oggetto. Per quanto riguarda *difensore*, il problema è fondamentalmente linguistico in quanto la maggior parte dei linguisti ha proposto l'utilizzo di *difensora*, non seguendo quindi la regola comune dei suffissati in -ore. Altri, hanno invece ipotizzato un utilizzo di *difenditrice*. L'incertezza ha indebolito il pensiero di innovazione.

Il problema della lessicalizzazione di genere nel linguaggio sportivo evidenzia un forte legame tra evoluzione linguistica e la trasformazione sociale in atto, a testimonianza di come sempre più donne entrano nel mondo dello sport e

⁷¹ Marco Giani (2019). L'estate della portiera: polemiche sul linguaggio di genere per il calcio femminile in "Lingue e Culture Dei Media", p. 56. <https://doi.org/10.13130/2532-1803/12403>

⁷² Ivi.

dell'economia. L'incertezza nell'uso di forme femminili, come nel caso di *arbitro*, dimostra come la lingua faticchi ad adattarsi rimanendo indietro rispetto all'evoluzione. Le oscillazioni tra maschile generalizzato, forme ibride e la creazione di perifrasi come *arbitro donna* riflettono una fase di transizione in cui il sistema linguistico non ha consolidato soluzioni condivise. Allo stesso tempo, la maggiore stabilità di alcune forme al femminile in termini più comuni conferma che la normalizzazione linguistica procede di pari passo con il riconoscimento sociale dei ruoli. Una maggiore consapevolezza nell'uso dei femminili professionali rappresenta un passaggio fondamentale verso una comunicazione più equa e inclusiva, in grado di rispecchiare i cambiamenti in atto nella società e nel mondo dello sport.

2.3 Sport & media: come i social riscrivono la tradizione

Precedentemente, abbiamo delineato come i social media rivestono, ad oggi, un ruolo dominante all'interno della quotidianità. Nel mondo odierno sono pochissime le aziende, di ogni ambito, che non hanno intrapreso un processo di digitalizzazione, rendendo la presenza sui social, allo stesso tempo, sia una necessità che un vantaggio. Secondo il *Digital News Report del Reuters Institute for the Study of Journalism*, la maggior parte degli utenti accede alle notizie proprio attraverso piattaforme digitali, segnando un passaggio strutturale dal modello tradizionale a quello online. Il campo delle notizie online è in forte crescita, mentre quello delle notizie tradizionali è in enorme calo.⁷³ Per quanto riguarda il settore giornalistico, i social non lo hanno semplicemente affiancato, ma sono stati gli artefici di una ristrutturazione sia per quanto riguarda le dinamiche operative che linguistiche. All'interno della cronaca sportiva, il potere si è ridistribuito lungo tre poli: media, atleti e pubblico, determinando un equilibrio più fluido e competitivo. Il giornalismo sportivo si sta riconfigurando, passando da modello monopolistico a un ecosistema ibrido, in cui velocità, accesso diretto ed engagement contano più dei principi cardini tradizionali di verifica, profondità e mediazione. Uno degli elementi distintivi della comunicazione digitale è la sua natura interattiva che risponde alle esigenze comunicative dell'appassionato e fornisce un valore aggiunto⁷⁴. Con la scrittura in rete si assiste a un ritorno all'oralità e alla ricerca di confronto tra le parti in causa. Negli ultimi anni, il dibattito sulle lingue della rete ha ruotato intorno alla definizione della loro natura rispetto alle categorie di scritto e parlato. Tra le definizioni troviamo *creolo scritto*, *italiano parlato digitato*, *italiano inviato*. Il testo telematico rappresenta infatti un gioco linguistico tra elementi dello scritto e del parlato⁷⁵. Al contrario, i quotidiani

⁷³ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary>

⁷⁴ Fabio Ciotti, op. cit.

⁷⁵ Vera Gheno, (2017). *Social-linguistica. Italiano e italiani dei social network*. Firenze: Franco Cesati Editore, p. 36.

e le trasmissioni televisive si rivolgono all'utente in modo impersonale, senza offrire loro la possibilità di contribuire all'informazione. La vera riforma e il principale punto a favore della comunicazione online è, quindi, la possibilità per l'utente appassionato di essere parte integrante della notizia. Questo fenomeno è stato analizzato da Axel Bruns, che introduce il concetto di *produsage*,⁷⁶ ovvero la fusione tra produzione e consumo di contenuti. Gli utenti, infatti, contribuiscono con commenti, immagini e testimonianze, diventando parte integrante del processo informativo. Le notizie nella carta tendono, invece, a utilizzare un lessico formale e preciso, con una minore dipendenza da termini inglese. A differenza delle notizie sui social, che usano un lessico altamente dinamico e ibrido, ponendo accanto a termini tecnici propri del linguaggio sportivo un uso frequente di anglicismi come *transfer*, *breaking news*, funzionali sia alla sintesi che all'allineamento del linguaggio globale con i media. La maggiore varietà lessicale dei giornali è dovuta all'assenza degli algoritmi, che nel mondo digitale occupano un ruolo fondamentale nella possibile visibilità della notizia. I social media hanno, quindi, accelerato lo sviluppo del giornalismo sportivo. Parallelamente, il ciclo della costruzione della notizia è cambiato radicalmente e i reporter devono costantemente aggiornarsi su ciò che accade per mantenere il primato. Con l'avvento dei social dei media digitali, infatti, è emersa la possibilità di pubblicare notizie a qualsiasi ora del giorno: il ciclo della notizia passa da ritmi giornalieri a una logica *real time*.

“BREAKING: A Kylian Mbappé è stata diagnosticata una lesione...”⁷⁷

La caratteristica della scrittura via Internet è la fisicità che viene data alle parole, ciò testimonia un ritorno verso il dominio dell'oralità, deformando la via scritta con l'uso di maiuscole e grassetto per indicare le parti 'urlate' e le cosiddette faccine.⁷⁸ Piattaforme social come X o Instagram permettono la diffusione

⁷⁶ Nel 2008, Alex Bruns definisce come *produsage* un “modello collaborativo in cui gli utenti creano, modificano e aggiornano contenuti in modo continuo, sfumando i confini tra produttori e consumatori”.

⁷⁷ Post sul profilo X di Fabrizio Romano.

⁷⁸ Fabio Rossi, *Lingua di Internet*, Treccani. <https://share.google/4re7q6heWMtAupZxY>

immediata delle informazioni, dando origine a un flusso continuo e frammentato di aggiornamenti. Se, per esempio, un giocatore chiave si infortuna durante la rifinitura prepartita, l'informazione viene immediatamente resa pubblica da profili pubblici autorevoli online, mentre in passato sarebbe stata inserita nel resoconto della partita sul giornale del giorno successivo. Nell'era della carta stampata, il lavoro del giornalista si articolava in quattro fasi: individuazione della notizia, verifica, selezione dei dettagli e racconto. La pubblicazione avveniva solo al termine delle quattro fasi e alla fine della giornata lavorativa. Oggi, invece, le notizie si sono moltiplicate e ciascuna di esse è funzionale alla costruzione di una notizia più ampia. A causa della necessità di dover pubblicare nel minor tempo possibile, una delle caratteristiche della comunicazione in rete è rappresentata dalla frammentarietà, la notizia viene divisa, estrapolata dal contesto e decontestualizzata in piattaforme online. L'utente tende a consumare il prodotto finale senza approfondire le fonti originarie, contribuendo a un ecosistema informativo superficiale, ma estremamente veloce. La pubblicazione diventa quindi parte integrante del processo di costruzione della notizia, e non più soltanto il suo esito finale. In questo scenario, altamente competitivo, la presenza online di grandi realtà dell'informazione sportiva, come *ESPN* o *Sky Sport*, intensifica la pressione sui giornalisti, in particolare sui freelance. Questi ultimi devono monitorare costantemente il flusso informativo: anche una minima esitazione può tradursi nella perdita dello "scoop" e, di conseguenza, nella perdita di visibilità e di opportunità professionali. Ciò implica non solo una corsa sfrenata che arriva per primi alla notizia, ma anche un ritmo sempre più rapido di redazione, esecuzione e fruizione delle informazioni.⁷⁹ Questa routine, ormai strutturale e particolarmente accentuata nel giornalismo sportivo, è caratterizzata da una domanda continua di aggiornamenti, che variano dalle condizioni fisiche degli atleti alle trattative di mercato. Ne deriva una crescente integrazione dello sport all'interno dell'informazione generalista: i notiziari dedicano ormai spazi fissi e ricorrenti agli

⁷⁹ Giuseppe Antonelli, (2018). *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*. Bologna: Il Mulino, p.104.

eventi sportivi, riflettendo l'elevato livello di interesse del pubblico. Si osserva una semplificazione sintattica dallo scritto: prevalgono frasi brevi, coordinate e facilmente leggibili, pensate per una fruizione rapida su schermo. Viene stimato che la leggibilità sullo schermo peggiori del 25% rispetto a quella su carta⁸⁰. A ciò si aggiunge un ulteriore elemento: la progressiva ibridazione tra informazione e intrattenimento. Il racconto sportivo non si limita più alla cronaca dei fatti, ma include analisi, opinioni, retroscena e contenuti "dietro le quinte", spesso progettati al fine di massimizzare l'engagement del pubblico. Questo spinge le redazioni a sviluppare competenze trasversali, dalla produzione video alla gestione delle *community*, ridefinendo il profilo professionale del giornalista sportivo contemporaneo. Infine, la continua esposizione mediatica contribuisce a trasformare gli atleti stessi in produttori di contenuti e attori diretti del sistema informativo: le loro dichiarazioni, i post e le interazioni online diventano parte della narrazione giornalistica, alimentando un ciclo informativo sempre più rapido, interconnesso e competitivo. Accade spesso, soprattutto per quanto riguarda le trattative di mercato, che, ancor prima della notizia stampata, lo stesso giocatore pubblici nei propri social una foto o un contenuto relativo alla notizia stessa oppure che venga fotografato all'aeroporto della nuova città, facendo così circolare la notizia sul web prima ancora di un comunicato ufficiale. I giornali tradizionali, alla luce della transizione verso l'online, hanno compiuto delle scelte di architettura editoriale. Alcuni portali online, come ad esempio *Sportal*, operano di fatto come vere e proprie agenzie di stampa sportiva⁸¹: producono quotidianamente un ampio flusso di notizie sugli eventi della giornata, spesso poi redistribuite ad altri siti che non dispongono di una struttura redazionale autonoma come *MSN* o *Yahoo*. Alcune delle testate giornalistiche italiane più note sono approdate sui social e utilizzano le proprie pagine come una sorta di vetrina, inserendo nei post delle anteprime di articoli che si possono trovare per intero sul sito. All'interno

⁸⁰ Fabio Rossi, *La lingua dello sport. Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani.
https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

⁸¹ Ivi.

della descrizione del post nei social sono delle *call to action* che rimandano al sito Internet. Le stesse stories, punto di forza di diversi social, sono utilizzate dalle testate per inserire il link dell'articolo completo, che si trova all'interno del sito di riferimento: *leggi qui*, *l'articolo*, *scopri di più*, sono tra le espressioni più ricorrenti. Le testate utilizzano formule accattivanti per attirare l'attenzione del lettore, senza però svelarne il contenuto. Per avere una visione completa della notizia, l'utente deve necessariamente accedere al sito web della testata. Per quanto riguarda, invece, le applicazioni sportive, agli utenti viene offerta, oltre all'elenco dei risultati sportivi, il commento in diretta, esclusivamente in forma testuale e in tempo reale durante lo svolgimento della partita:

85' | Tentativo fallito. Jonathan David (Juventus) Un colpo di testa da centro area che esce di molto sulla sinistra. Assist di Emil Holm con cross.

76' | Gara momentaneamente sospesa, Manuel Locatelli (Juventus) per infortunio

37' | Decisione VAR: no gol Milan Juventus 0-0⁸²

Si tratta, di informazioni essenziali alla comprensione della gara. Domina la massima sintesi, le frasi sono ellittiche, spesso prive di verbo o con una struttura estremamente ridotta al minimo. Questo stile telegrafico risponde all'esigenza di trasmettere informazioni nel miglior tempo possibile, privilegiando l'immediatezza rispetto alla completezza sintattica. C'è inoltre un uso massiccio di lessico tecnico sportivo standardizzato, comprensibile a un pubblico già competente, ad esempio con termini come *cross*, *assist*. All'interno delle applicazioni, l'influenza dell'inglese rimane significativa, soprattutto per termini ampiamente globalizzati. Questa modalità rappresenta una forma ulteriore di fruizione dell'evento sportivo, che si affianca a quelle tradizionali dal vivo, alla radiocronaca e alla telecronaca, consentendo di seguire le partite anche in contesti in cui questi mezzi non sono accessibili, come ad esempio sul luogo di lavoro, con il vantaggio di poter consultare aggiornamenti anche in situazioni in cui l'ascolto

⁸² Esempio di commento all'interno dell'applicazione *SofaScore*.

non è possibile. La carta stampata mantiene una costruzione articolata con periodi complessi e una progressione argomentativa lineare e approfondita. Un ulteriore punto di forza dei grandi portali sportivi è la loro capacità di aggregare contenuti: all'interno di un unico sito offrono una panoramica ampia e organizzata delle risorse disponibili online, includendo segnalazioni di siti rilevanti, forum e comunità di discussione dedicate agli appassionati. Tra i cambiamenti, legati al ritmo dell'informazione, c'è quindi il netto accorciamento del percorso che separa la fonte all'utente finale.⁸³ La notizia non è più un blocco chiuso, ma all'interno di una rete grazie alla presenza di link esterni interni, rimandi alle notizie e l'integrazione con contenuti multilaterali. Questo paradigma si pone come un antagonista al giornalismo tradizionale.

⁸³ Giuseppe Antonelli, op. cit., p.114.

Capitolo 3

Dalla prima pagina della Gazzetta alle notizie in tempo reale

3.1 Dalla narrazione al flusso di notizie: le trasformazioni linguistiche

Il capitolo conclusivo di questo elaborato intende analizzare concretamente la trasformazione linguistica del giornalismo sportivo calcistico mettendo a confronto tre articoli della *Gazzetta dello Sport* con alcuni post nei principali social network, titoli online e altri contenuti pubblicati su siti specializzati in relazione agli stessi eventi sportivi. La selezione degli articoli è stata fatta con l'intento di approfondire diversi ambiti della narrazione calcistica: il racconto di una sfida di Champions league, la cronaca di un episodio post-partita e la celebrazione di un campione. Gli articoli, pubblicati tra 2019 e il 2026, sono consultabili sia in formato cartaceo che in formato digitale all'interno dell'archivio web della testata e verranno confrontati con le notizie diffuse in tempo reale attraverso le piattaforme social, che ovviamente ne hanno anticipato la pubblicazione.

Nei capitoli precedenti, è stata analizzata l'evoluzione del linguaggio giornalistico sportivo in prospettiva storica, evidenziando il rapporto tra i cambiamenti sociali e trasformazioni dei mezzi di comunicazione dal giornale cartaceo alla radio, alla televisione e i nuovi media. Successivamente, l'attenzione si è focalizzata sugli aspetti linguistici derivanti dal cambiamento. Diventa ora fondamentale osservare in che modo questi cambiamenti si riflettono nella scrittura di un articolo, nelle scelte lessicali e nelle strategie comunicative adottate da giornalisti e nuovi media. Il confronto consente di mettere in luce non soltanto differenze stilistiche e linguistiche, ma anche un mutamento più ampio nel modo di concepire e trasmettere la notizia sportiva. Come la dimensione narrativa del calcio si è progressivamente adattata ai ritmi del web, trasformando il giornalista da semplice mediatore dell'informazione a produttore di contenuti pensati per una

comunicazione continua, competitiva e fortemente orientata all'engagement. Particolare attenzione viene anche dedicata agli elementi lessicali e retorici maggiormente ricorrenti nei due contesti comunicativi. Questa trasformazione ha inevitabilmente influenzato la costruzione del messaggio giornalistico digitale, spingendo verso contenuti sintetici, facilmente condivisibili e immediatamente comprensibili. Il linguaggio si adatta quindi non solo al mezzo, ma anche alle nuove abitudini cognitive e comunicative degli utenti. L'obiettivo di questo capitolo sarà dunque quello di dimostrare come il passaggio dal giornale al web non abbia rappresentato soltanto un cambiamento tecnologico, ma una vera e propria trasformazione linguistica e culturale del giornalismo sportivo calcistico. Emergerà come la comunicazione calcistica contemporanea sia diventata sempre più dinamica, sintetica e orientata alla partecipazione del pubblico, pur mantenendo alcuni elementi tradizionali legati alla spettacolarizzazione e alla dimensione narrativa dello sport.

3.1.1 Il racconto di Champions

La Gazzetta dello Sport, 8 maggio 2026, versione cartacea

Il Psg gioca a rugby, l'Arsenal a basket. Per voi, chi vincerà la Champions?

Luis Enrique ha sfidato il Bayern con delle touche mai viste prima, Arteta è il migliore d'Europa sui piazzati grazie a blocchi da pallacanestro. La speranza è che a Budapest vinca il calcio.

Un dubbio sulla prossima finale di Champions, Psg-Arsenal, a Budapest: si giocherà con un pallone ovale o uno a spicchi? Sì, perché Luis Enrique ama ispirarsi al rugby, mentre Mikel Arteta ha preso esempio dal basket. Ricordate l'ultima finale? Al fischio d'inizio, Vitinha calciò la palla fuori, accanto a una delle bandierine vicine a Sommer. Non era un errore, ma una touche rugbistica, il segnale d'assalto degli apache. Infatti, i francesi si riversarono in massa a pressare la rimessa laterale nerazzurra e non si fermarono più. L'Inter ci rimise lo scalpo. Mercoledì, Luis Enrique ha perfezionato la sua diavoleria. In vantaggio dopo 3', il Psg si è tirato indietro, disposto a reggere l'assedio del viso pallido Kane. Se, ad ogni palla recuperata, il portiere avesse rinviato lungo, gli sarebbe ritornata subito indietro, perché i tedeschi erano imbattibili di testa. Allora Luis ha ordinato la touche a Safonov che sembrava sbagliare tutti i rilanci.

LUIS ENRIQUE VR ARTETA— Pressato sulla rimessa laterale, il Bayern impiegava molto più tempo a riproporsi in attacco. L'anima nera dell'Arsenal si chiama Nicolas Jover, collaboratore di Mikel Arteta, stratega dei calci piazzati. Saka e Rice calciano i corner a rientrare, i saltatori dei Gunners si muovono dal secondo al primo palo, mentre i compagni piazzano blocchi da basket su portiere e difensori, liberando così l'assaltatore Gabriel. Nessuno ha segnato quanto l'Arsenal sui calci piazzati. Vincerà il rugbista Luis Enrique o il cestista Arteta? La speranza è che in Ungheria, terra di violini, riviva la Magia tecnica della Nazionale di Puskas e vinca il calcio.

Luigi Garlando pubblica questo articolo all'indomani della qualificazione del Paris Saint Germain alla seconda finale consecutiva di Champions League, dopo la vittoria dell'anno scorso contro l'Inter. La squadra allenata da Luis Enrique raggiunge così l'Arsenal, tornato a disputare una finale europea dopo vent'anni.

All'interno della rubrica *La Sveglio*, Il giornalista decide di raccontare quello che potrebbe rappresentare il presagio delle future dinamiche tattiche della finale della Coppa dei Campioni, prevista a Budapest.

L'analisi dello stile di Luigi Garlando mette in evidenza una scrittura che unisce la narrazione letteraria e il linguaggio tipico sportivo attraverso l'uso di frasi brevi, ritmate e ricche di verbi d'azione. L'autore trasforma l'evento calcistico in una sorta di epica contemporanea. Il registro linguistico oscilla continuamente tra il colto e il popolare, con una notevole varietà lessicale che comprende anche termini appartenenti al lessico bellico, come «assedio» o «assaltatore». Fin dalle prime cronache sportive durante il periodo di guerra, infatti, il lessico di origine militare ha profondamente influenzato la scrittura giornalistica sportiva.

L'intero articolo è costruito su una grande allegoria che ridefinisce l'identità delle due squadre: il Paris Saint-Germain viene associato al rugby, mentre l'Arsenal al basket. L'incipit, «si giocherà con un pallone ovale o uno a spicchi», rappresenta una provocazione ironica che cattura immediatamente l'attenzione del lettore e introduce il dualismo narrativo dell'articolo. Quest'ultimo realizzato associando termini provenienti dal basket e dal rugby, come «touche» e «blocchi», ad azioni calcistiche.

Al fine di rendere il testo ancora più evocativo, Luigi Garlando ricorre inoltre dei riferimenti storici e popolari. I giocatori parigini vengono descritti come «apache», termine che richiama un'immagine di natura fisica e territoriale. Inoltre, il riferimento alla finale persa per un risultato di cinque reti a zero dall'Inter l'anno precedente e la definizione di quest'ultima come la squadra che «ci rimise lo scalpo», costituisce una metafora particolarmente forte, riconducibile all'immaginario cinematografico e utilizzata per rappresentare una sconfitta totale e brutale.

Parallelamente, la squadra inglese viene raccontata attraverso immagini legate al basket, caratterizzate da movimenti coordinati, schemi e blocchi offensivi. Attorno all'evento, Garlando costruisce così una vera e propria mitologia calcistica, introducendo la figura dell'«anima nera» dell'Arsenal, il tattico Nicolas Jover,

descritto come uno stregone capace manipolare gli eventi dietro le quinte. In questo modo il giornalista rappresenta efficacemente la nuova tendenza tattica del calcio moderno, in cui i corner risultano sempre più codificati, quasi come le azioni nel football americano, e gli specialisti tattici in panchina assumono un ruolo determinante nello sviluppo delle azioni. La conclusione dell'articolo assume infine un tono romantico e nostalgico. Budapest viene evocata attraverso l'immagine dei violini, ma anche tramite la scienza tattica dei due allenatori e la tecnica di Ferenc Puskas, giocatore ungherese.

La stessa *Gazzetta dello Sport*, al fischio finale nella partita tra Paris Saint Germain e Bayern Monaco pubblica due post su Instagram per aggiornare in tempo reale i tifosi sul risultato finale della semifinale e annunciare i nomi delle due finaliste della Champions:

La Gazzetta dello sport, 7 maggio 2026, post su Instagram

Al Bayern non basta la rete di Kane all'ultimo secondo: il pareggio qualifica il Psg!

I francesi sono pronti a sfidare l'Arsenal nella finalissima. Chi alzerà la coppa?



Il Psg insegue una clamorosa doppietta, l'Arsenal sogna una storica prima volta: ecco

le finaliste di Champions, chi avrà la meglio a Budapest? 🔥🏆

Il confronto tra questi contenuti e l'articolo di Garlando evidenzia come la comunicazione sportiva si è dovuta adattare al supporto e al pubblico di riferimento. Se, nell'articolo, il linguaggio appare fortemente connotativo e metaforico, nei post pubblicati su Instagram risulta difficile utilizzare una scrittura così complessa ed elaborata, soprattutto se c'è la necessità di pubblicare la notizia in tempo reale. Il numero limitato di parole è dovuto anche alle impostazioni predefinite della pagina, che limitano la scrittura a circa 2000 caratteri, e alla difficoltà di lettura su smartphone.

Nei contenuti social prevale un linguaggio denotativo e fattuale, caratterizzato da un lessico specialistico grazie a termini come *qualifica* e *pareggio*, accompagnati da una sintassi semplice e ridotta all'essenziale. Anche la punteggiatura viene spesso sostituita e integrata dalle emoticon, che assumono la funzione di catalizzatori emotivi, rendendo il testo più visibile, rapido da leggere e facilmente scansionabile dagli utenti. In assenza degli elementi che distinguono la comunicazione dal vivo, chi scrive sui social attua delle strategie di compensazione per sostituire caratteristiche come le espressioni del viso e i gesti tramite l'uso delle emoji⁸⁴. Al contrario, Garlando usa interrogative retoriche per stimolare la riflessione sulla natura del gioco e sulle dinamiche tattiche della partita, le domande finali presenti nei post Instagram hanno una funzione completamente diversa. non invitando all'analisi testuale, ma alla partecipazione immediata. Domande come "Chi alzerà la coppa?" o "Chi avrà la meglio?" incoraggiano anche i meno esperti a commentare ed esprimere una preferenza personale. L'obiettivo non è approfondire il contenuto, ma aumentare l'interazione e favorire la circolazione dei post.

La possibilità di ottenere un feedback rapido, tipica dei testi online, contribuisce inoltre ad avvicinare la scrittura digitale alle caratteristiche del testo parlato⁸⁵. Internet ha modificato profondamente il rapporto tra emittente e pubblico. Gli utenti vengono ormai concepiti come parte di un'unica rete globale, una sorta di piazza virtuale nella quale tutti possono intervenire e dire la propria opinione.

Su Instagram non risulta prioritario sviluppare riferimenti inerenti al passato, fare approfondimenti tattici o utilizzare metafore complesse. L'enfasi si concentra sull'attualità e il successo si basa sulla velocità della pubblicazione. Essere i primi a diffondere il risultato o la notizia diventa l'obiettivo nella comunicazione social. In conclusione, il contrasto tra le due versioni si verifica sia dal punto di vista della testualità che della sintassi e della punteggiatura evidenziando la profonda

⁸⁴ Vera Gheno, op. cit., p. 32.

⁸⁵ Fabio Rossi, La lingua dello sport. *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani.
https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/

differenza tra la narrazione approfondita della carta stampata e l'immediatezza del nuovo giornalismo digitale.

Nell'articolo cartaceo, Luigi Garlando adotta una testualità fortemente connotativa, letteraria ed epica tramite una fitta rete di allegorie, metafore d'impatto e rimandi nostalgici. Al contrario nei post su Instagram prevale una testualità denotativa e fattuale a causa dello spazio ridotto e la necessità di comunicare in modo immediato con un lessico standardizzato e privo di sovrastrutture metaforiche.

La struttura sintattica si adatta a sua volta ai tempi di lettura richiesti dai supporti con una sintassi articolata e ritmata nel caso del cartaceo con lo scopo di ricreare dinamicità e a sostenere il tono epico del racconto; mentre nei post social la sintassi si fa essenziale, lineare e paratattica con frasi ridotte al minimo e coordinate tra loro per permettere una lettura immediata nel feed del dispositivo. Anche l'uso della punteggiatura riflette il passaggio verso il visuale facendo subire alla punteggiatura tradizionale, fondata su punti fermi, virgole e punti interrogativi, un'ibridazione grafica. La punteggiatura, pur rimanendo presente nei tratti fondamentali, viene integrata o sostituita con le emoticon che agiscono come catalizzatori emotivi e connettivi testuali.

3.1.2 Il tema del post-partita

La Gazzetta dello Sport, 17 maggio 2024, versione cartacea

NOTTE DA PAURA

Allegri mai visto così furioso. Scenate, urla e nervi saltati; SERIE A il caso

TORINO. La prima volta che Massimiliano Allegri festeggiò sul prato dell'Olimpico intorno a lui c'erano solo lacrime (di gioia) e sorrisi. Era il 7 maggio di 13 anni fa, mentre Pato baciava per la prima volta in pubblico Barbara Berlusconi, Max si godeva il primo tricolore da allenatore con il Milan. Mercoledì sera invece sono volati stracci oltre a giacche, cravatte e bottoni di camicia, perché il tecnico della Juventus ha deciso di santificare il suo ultimo trofeo con la Juventus (il dodicesimo) e il primato in Coppa Italia (5 vittorie, nessuno come lui) con uno show a tutto tondo, partendo dal campo e finendo nei corridoi della zona riservata alla stampa. Se l'è presa un po' con tutti, dall'arbitro agli allestimenti fotografici fino ai media e alla sua dirigenza. Contro la società L'Allegri furioso è un film già visto in altre occasioni, perché Max quando perde la brocca tira fuori tutta la sua sanguigna livornesità, però a questi livelli mai, soprattutto perché i suoi strali stavolta erano rivolti anche alla società, cosa mai accaduta prima in pubblico, anche se nel dopo partita il tecnico ha minimizzato: «Non è successo nulla. Ho rispetto per la società e per gli uomini che ne fanno parte». Nel video diventato virale si nota però Cristiano Giuntoli applaudire al passaggio del tecnico e lui che con la mano gli fa segno di girargli alla larga. «Via, via», sibila, mentre il suo secondo Marco Landucci cerca di placarlo. Evidentemente il tecnico, che col d.t. non ha grande feeling, voleva festeggiare solo con la squadra. Contro gli arbitri. L'antipasto era stato lo sfogo contro l'arbitro Maresca nei minuti di recupero per fischi non condivisi: prima il mezzo strip, poi il faccia a faccia col quarto uomo Mariani e l'urlo ripetuto due volte: «Dov'è Rocchi?». Tutto ciò gli è costato prima il rosso e poi la squalifica di due giornate con una multa di 5 mila euro per aver contestato una decisione arbitrale «con atteggiamento aggressivo e di teatrale e polemico dissenso» e aver rivolto «espressioni irriguardose sull'operato degli ufficiali di gara», con «gesti irridenti nei confronti del direttore di gara» prima di lasciare il campo, lite post-partita. Infine, il dessert, ovvero la lite col direttore di Tuttosport Guido Vaciago nel corridoio che porta alla sala stampa. Vaciago ha

raccontato di insulti e minacce: «Direttore di m., scrivi la verità sul tuo giornale, non quello che ti dice la società! Smettila di fare marchette con la società. Guarda che so dove venire a prenderti. Vengo e ti strappo tutte e due le orecchie, vengo e ti picchio sul muso». Chi ha assistito alla scena ha raccontato di momenti di grande concitazione, con tanto di intervento della Digos. Allegri però tramite il suo legale, Paolo Rodella (nota non concordata con il club), ha negato integralmente la ricostruzione dei fatti, precisando di «aver semplicemente avuto un acceso alterco verbale col direttore, dovuto alla concitazione del momento, nel corso del quale si sono vicendevolmente insultati ad alta voce. Nessuno spintone, nessuno strattone e né, tanto meno, nessuna minaccia all'indirizzo del direttore». Vaciago invece ha ribadito la sua versione, citando anche testimoni. A mettere altra benzina sul fuoco è arrivata la denuncia dell'agenzia di stampa Lapresse di danni provocati dal tecnico: nella sfuriata dopo l'espulsione Allegri se la sarebbe presa con una procuratrice federale e pure con un set fotografico allestito all'ingresso degli spogliatoi per uno shooting, rovinando irrimediabilmente le luci. La Juventus si è subito scusata - così come ha fatto anche con Vaciago - offrendosi di rimborsare i danni. Chissà se lo avrà fatto - o lo farà - anche il tecnico bianconero, e chissà se si sarà accorto di aver esagerato. Allegri deve aver accumulato così tanta rabbia in questi mesi - in cui non si è sentito abbastanza protetto dalla società - da non riuscire a trattenersi in una serata che avrebbe dovuto essere di sola festa. Era la sua notte, ma non ha saputo gestire le emozioni, andando abbondantemente sopra le righe e lasciando una brutta immagine di sé. Certi amori non finiscono, fanno dei giri immensi e poi ritornano, ma quando qualcosa si spezza è impossibile continuare a fare finta di nulla. Di sicuro esistono modi migliori per dirsi addio.

La giornalista Fabiana Della Valle struttura in questo modo l'articolo pubblicato il 17 maggio 2024 sulla *Gazzetta dello Sport*. Nel suo resoconto degli eventi, accaduti due giorni prima all'Olimpico, va oltre la semplice cronaca della finale di Coppa Italia tra Atalanta-Juventus. Sviluppa una vera e propria narrazione in tre atti, incentrata sulla caduta emotiva e anche professionale di Massimiliano Allegri, l'allora allenatore della Juventus.

Attraverso un registro linguistico che alterna toni aulici e celebrativi a momenti più colloquiali ed espressionisti, Della Valle trasforma l'episodio in un racconto

dal forte impatto emotivo. Già il titolo, *Notte da paura*, rappresenta un'evidente iperbole utilizzata per enfatizzare l'accaduto e anticipare il contenuto quasi drammatico del testo.

La sintassi dell'articolo è dominata soprattutto dall'antitesi e dall'enumerazione. L'articolo si apre con un flashback del 2011, anno del primo scudetto conquistato da Allegri sulla panchina del Milan. Qui la sintassi appare distesa e ricca di termini evocativi come *lacrime di gioia, sorrisi*. Questo scenario iniziale si contrappone alle sequenze successive, nelle quali il ritmo diventa più rapido e frammentato attraverso brevi periodi che restituiscono al lettore la concitazione del momento. L'intero testo sembra seguire la struttura di una climax ascendente. Le prime righe sono calme e raccontano soltanto lo sfogo, avuto durante la gara, con l'arbitro Maresca, mentre i passi successivi riguardano *l'escalation* della rabbia e frustrazione, sfogata contro la società e contro il direttore di *Tuttosport*, Guido Vaciago.

Le azioni di Massimiliano Allegri vengono rappresentate tramite efficaci enumerazioni come *scenate, urla e nervi saltati*. Il testo si arricchisce continuamente di figure retoriche che, Fabiana della Valle, utilizza per elevare il fatto in un evento simbolico e teatrale. Risulta frequente l'uso di metafore come ed espressioni idiomatiche come *sono volati stracci* per indicare il litigio violento; *perdere la brocca*, espressione colloquiale che si riferisce alla perdita di controllo; *mettere benzina sul fuoco*, per descrivere un comportamento che aggrava ulteriormente una situazione già tesa; oppure *qualcosa si spezza* per indicare la fine del rapporto professionale tra l'allenatore e l'ambiente dirigenziale juventino. All'interno del testo compaiono anche metonimie significativamente, come l'espressione *tirare fuori la sua sanguigna livornesità*, nella quale l'origine geografica dell'allenatore viene utilizzata per spiegare simbolicamente il carattere impulsivo. Analogamente, l'utilizzo del verbo *santificare*, riferito al trofeo della Coppa Italia appena conquistato dalla Juventus, contribuisce a sottolineare l'assurdità della situazione e sposta ulteriormente il racconto oltre i confini della cronaca giornalistica oggettiva.

A conferma di questa impostazione letteraria, Della Valle inserisce nel testo l'allusione letterale *l'Allegri furioso*, evidente richiamo all'*Orlando Furioso* di Ludovico Ariosto, attraverso cui viene suggerita l'immagine di un uomo che ha perso il senno. Nelle ultime righe compare infine la citazione della canzone *Amici mai* di Antonello Venditti "Certi amori non finiscono, fanno dei giri immensi e poi ritornano". La citazione, originariamente legata al romanticismo dei ritorni, come quello di Allegri nella panchina bianconera, viene qui ribaltata e suggerisce che, quando il legame si spezza in questo modo, il giro è giunto al capolinea.

Fabiana della Valle si allontana così da una cronaca piatta per adottare uno stile fortemente letterario, tipico delle grandi firme della carta stampata, nel quale lo sport viene umanizzato in un racconto psicologico ed emotivo, non soltanto a schemi, vittorie e tattiche

Il confronto con il sommario della partita, pubblicato sul sito web della *Gazzetta dello sport*, permette di evidenziare chiaramente le differenze tra le due forme di scrittura. Il titolo del live match report, "FINALE Atalanta-Juve 0-1: la Signora vince la 15^a Coppa Italia, decide il gol di Vlahovic", risponde in modo immediato e autonomo alle 5W del giornalismo, eliminando qualsiasi elemento ornamentale. La sintassi appare fredda, sintetica e oggettiva. La notizia è il risultato e la vittoria di una coppa, e non la furia di Allegri, come nel caso dell'articolo di Fabiana della Valle.

Interessante il linguaggio che viene utilizzato nella sezione live dedicata al resoconto del match e come viene descritta l'espulsione dell'ex allenatore bianconero:

La Gazzetta dello Sport, aggiornamento real time, 15 maggio 2024

95' ALLEGRI ESPULSO- Allegri per protesta si toglie tutto, giacca, cravatta e quasi anche la camicia, urla al quarto uomo e si fa espellere urlando "Dov'è Rocchi".

In un sommario tradizionale ci si aspetterebbe una descrizione breve e schematica della vicenda, al contrario il giornalista introduce dei dettagli narrativi che accentuano la spettacolarità della scena. Attraverso l'iperbole *si toglie tutto*, Allegri diventa il centro assoluto dell'azione. Inoltre, l'inserimento del virgolettato rappresenta un elemento relativamente raro all'interno di un sommario. All'interno di una cronaca *real-time* del match sportivo, le parole esatte vengono riportate solo se sono fondamentali per capire la gravità dell'accaduto. L'uso del maiuscolo *ALLEGRI ESPULSO* è tipico del linguaggio social e viene usato per mettere in rilievo una parola o un concetto focalizzando in questo modo il messaggio⁸⁶.

Il confronto tra i due testi mette in luce la profonda metamorfosi che trasforma un evento sportivo in un caso mediatico e umano. Se il sommario tecnico della partita assolve la funzione primaria di documentare il dato oggettivo, inchiodando il racconto alla fredda sequenza dei minuti e dei protagonisti tecnici, il testo della giornalista della *Gazzetta dello Sport* opera uno scarto decisivo verso la narrazione psicologica e simbolica.

A questa duplice dimensione si aggiunge una terza forma rappresentata dal post pubblicato nello stesso giorno sulla pagina Facebook della testata:

La Gazzetta dello sport, 15 maggio 2024, post su Facebook

Allegri soffre e scoppia nel finale: il tecnico bianconero infuriato per alcune decisioni arbitrali

“contro” la sua Juve 🤔👤👤

Al 95', quasi alla fine dei sei minuti di recupero dati dall'arbitro Maresca, un controverso episodio fa scattare Massimiliano Allegri che vorrebbe un calcio di punizione per la sua Juve. Maresca non è dello stesso parere e il tecnico toscano - togliendosi la giacca e lanciandola a terra - si scaglia con violenza contro il quarto uomo Mariani: faccia a faccia di qualche secondo, la situazione sembra rientrare ma ovviamente arriva il cartellino rosso da parte dell'arbitro napoletano. Ed è subito secondo tempo della sfuriata con Allegri che torna a urlare di tutto contro gli arbitri e inizia addirittura a sbottonarsi la camicia mentre il pubblico inizia ad applaudire o fischiare a seconda del tifo. Finale in crescendo con Max che mentre

⁸⁶ Vera Gheno, op. cit., p. 85.

esce dal campo si rivolge verso la tribuna autorità dell'Olimpico urlando “dov'è Rocchi? dov'è Rocchi?”.

Questo post rappresenta un punto intermedio tra la freddezza del sommario e l'approfondimento della giornalista. La sintassi, infatti, deve rispettare le logiche dell'algoritmo e del coinvolgimento rapido del pubblico con un alto simbolismo dato da espressioni come *togliendosi la giacca e lanciandola a terra*. Il titolo appare tipicamente social con un titolo bipartito e costruito per anticipare il contenuto successivo. A differenza dell'articolo cartaceo, il post Facebook punta a massimizzare l'impatto visivo in una costruzione tramite climax. La scelta lessicale è orientata a generare reazioni istantanee e a polarizzare l'attenzione degli utenti che vengono implicitamente invitati a commentare o condividere il contenuto. L'utilizzo delle emoji e delle iperboli come *il tecnico bianconero infuriato e torna a urlare di tutto* consente, oltre ad amplificare la vicenda, di modificare rapidamente lo stato emotivo della notizia per un pubblico che fruisce del contenuto prevalentemente tramite smartphone. Inoltre, la punteggiatura mostra la trasformazione della lingua nei social in cui il punto e virgola è vicino alla scomparsa, la virgola viene usata spesso in maniera sciatta e il punto viene spesso omissso fino al passaggio a un nuovo dettaglio sulla vicenda⁸⁷.

Volendo mettere a confronto la testualità, la sintassi e la punteggiatura dell'articolo cartaceo, del sommario *real-time* del sito web e del post Facebook della *Gazzetta dello Sport*.

L'analisi della testualità evidenzia come lo stesso evento venga declinato secondo tre logiche comunicative profondamente distinte: l'approfondimento psicologico-letterario, la cronaca tecnica e l'intrattenimento social.

Nell'articolo cartaceo, Fabiana Della Valle sviluppa una testualità fortemente connotativa, simbolica e polifonica con l'evento che viene destrutturato e ricomposto in una narrazione in tre atti che trascende la cronaca sportiva per

⁸⁷ Vera Gheno, op.cit., pp.86-88.

diventare un dramma psicologico grazie all'utilizzo di colte allusioni letterarie, citazioni pop, metonimie geografiche e un registro tra l'aulico e il gergale.

Nel sommario *real-time* del sito web, la testualità si fa denotativa, oggettiva e focalizzata sul dato tecnico. Il testo è ridotto all'essenziale per rispondere alle regole informative delle 5W e l'unica concessione alla spettacolarizzazione è l'uso dell'iperbole e l'inserimento del virgolettato. Infine, nel post di Facebook si assiste a una testualità ibrida e polarizzante. Questo canale si colloca a metà strada: mantiene la struttura del racconto cronologico del sommario, ma adotta il tono enfatico ed emotivo del cartaceo. Il lessico punta a massimizzare l'impatto visivo e l'immedesimazione dello spettatore attraverso formule iperboliche.

La struttura della frase varia radicalmente, modificando il ritmo della lettura a seconda del supporto e del tempo a disposizione del lettore.

La sintassi del cartaceo è articolata, dinamica e costruita su una climax ascendente, la frammentazione sintattica serve a riprodurre visivamente la crescente concitazione e la perdita di controllo dell'allenatore. Nel live del sito web la sintassi è telegrafica, paratattica e compressa. Le informazioni sono isolate in blocchi minimi, privi di subordinate complesse, per garantire l'immediata comprensione a chi sta fruendo di un aggiornamento testuale in tempo reale. Su Facebook la sintassi è lineare ma ritmata, finalizzata all'*engagement*, guidando l'utente verso il finale in crescendo per stimolare il commento o la condivisione.

La punteggiatura riflette il passaggio dall'architettura testuale della pagina stampata alla logica visiva dei display digitali.

Nell'articolo della giornalista, la punteggiatura risponde alle regole tradizionali della prosa giornalistica e dello stile d'autore. Nel sommario web, la punteggiatura ha una funzione meramente logica e di segmentazione tecnica. Il trattino lungo e le virgolette alte servono unicamente a separare il nucleo della notizia dal commento. Nel post di Facebook, infine, la punteggiatura diventa emotiva, espressiva e integrata. Accanto ai segni grafici tradizionali compaiono le emoticon, veri e propri sostituti della punteggiatura e capaci di orientare istantaneamente lo stato emotivo del lettore.

3.1.3 La celebrazione di un campione

La Gazzetta dello Sport, 17 dicembre 2022, versione cartacea

Tante maglie, campione di tutti. Un eroe in patria e idolo in Italia. Col sinistro magico ha fatto sognare; il lutto

Sinisa Mihajlovic 1969-2022

Dei tanti aggettivi che sono stati usati per fotografare Sinisa Mihajlovic, il giocatore, l'allenatore, soprattutto l'uomo Sinisa Mihajlovic, ce n'è almeno uno che sicuramente ha messo d'accordo tutti. Tutti quelli che hanno avuto a che fare con lui da quando il calcio ha fatto parte della sua vita, dunque molto presto: compagni di gioco in strada e poi di squadra, tecnici, dirigenti, giocatori allenati, arbitri, giornalisti. E tifosi: anche avversari, perché chi sta dall'altra parte sa riconoscere quello che è inequivocabile. Ed era uno dei tributi a cui Mihajlovic è sempre stato molto affezionato. Vero come il suo carattere, il suo sguardo, le parole a volte quasi sussurrate e spesso sibilate. E anche il suo calcio, che fosse un lancio di quaranta metri, una punizione a molto più di cento all'ora, un tackle sulle caviglie, uno stacco di testa, un'idea tattica per ribaltare una partita. Il calciatore Mihajlovic, madre croata e padre serbo, viene alla vita a Borovo, Croazia, anche se l'anagrafe indica come luogo di nascita Vukovar, la città con un ospedale più vicina. È a Borovo che Sinisa cresce innamorandosi del pallone, calciandolo per ore - quando non gioca nei campetti più improbabili con gli amici - contro la porta di un garage. È lì che simbolicamente avrebbe portato la Coppa dei Campioni vinta con la Stella Rossa, la squadra che lo notò e poi lo strappò al Vojvodina. A Belgrado i suoi enormi bicipiti avrebbero iniziato a tendersi anche per sollevare trofei: pure la Coppa Intercontinentale, dopo aver mostrato al cielo il simbolo della massima gloria europea. Sinistro dinamite È a Belgrado che il sinistro di Mihajlovic si abitua a scaricare dinamite: gli succede sempre, ma in particolare pochi secondi dopo aver messo il pallone a terra per calciare punizioni che furono studiate anche da ricercatori del dipartimento di fisica dell'Università di Belgrado. Dicevano viaggiassero a più di 160 chilometri orari: rilevazioni complicate, ma il dato, per quanto approssimato, rende bene l'idea. Come la frase che Sinisa si divertiva un sacco a ripetere: «Quando

sistemo il pallone al limite dell'area, sugli spalti i miei tifosi si abbracciano già: sanno cosa sta per succedere». Allenarsi con il compagno di squadra Mihajlovic significava poter rinviare il momento della doccia per assistere ad uno show riservato a pochi, e senza dover pagare il biglietto: una macchina trasformatrice di calci piazzati, da qualunque posizione. E lo show andava in onda quasi tutti i giorni. Era masochistico sfidarlo e anche inutile studiarlo: uguali o diverse alle precedenti, potenza e precisione rendevano quelle traiettorie comunque illeggibili. Difficile anche tenere il conto totale: basti sapere che nel solo campionato italiano ne segnò 28. Il 13 dicembre 1998 ne segnò tre in una partita sola, contro la "sua" Sampdoria. Regista difensivo Il primo Mihajlovic giocava centrocampista, più spesso a sinistra per assecondare le ispirazioni dell'unico piede a cui si affidava realmente. Così fu conosciuto a Roma, dove in maglia giallorossa inizia una lunga carriera italiana, da giocatore e poi allenatore, che si intreccerà per sempre con la sua vita. È a Genova, con la maglia della Samp, che Mihajlovic arretra di svariati metri per reinventarsi difensore. Ma il dna del centrocampista che era stato non sarebbe mai svaporato, facendone un regista difensivo più che un centrale puro, seppur affezionato alla durezza dei corpo a corpo nei quali si esaltava: i suoi occhi, il ghigno che aveva dopo certi contrasti, lo raccontavano meglio di qualunque parola. Il fratello Mancini A Roma vinse molto, ma con la Lazio. Dove arrivò dopo aver dato tanto - e tanto ricevuto - alla Sampdoria, la squadra che battezzò l'amicizia con quello che sarebbe diventato in realtà un fratello: Roberto Mancini. Mihajlovic lo avrebbe raggiunto poi a Formello, per disegnare - assieme a lui per tre anni - una parabola biancoceleste mai, e forse mai più, così luccicante: uno scudetto, due Supercoppe Italiane, una Supercoppa europea, una Coppa delle Coppe e due Coppe Italia. Anni di gol, assist e intemperie, perché al carattere non si comanda. E Sinisa, quando si trattava di parlare alla sua anima di guerriero, non sempre sapeva essere il Generale che sarebbe diventato in panchina: prendeva e dava botte, ascoltava e restituiva insulti. Lo chiamavano "zingaro di merda", a lui scappò di offendere il colore della pelle di Patrick Vieira, o di sputare e calpestare Adrian Mutu, o di calciare una bottiglietta contro un delegato Uefa, pagando con una squalifica di otto giornate. Alchimista di empatia Il Mihailovic calciatore era così, vinceva e divideva: proprio come la scissione etnica della guerra dei Balcani che gli sconvolse la vita aveva separato, nel suo mondo, le parentele, le amicizie, gli affetti. Forse anche per questo - avrebbe ricordato anni dopo, parlando di quella sfida fra Inter e Juve - una battaglia sul campo senza esclusione di colpi con Zlatan Ibrahimovic, un altro "zingaro" come lui,

sarebbe stata la scintilla per un legame fortissimo con lo svedese. Forse anche per certi segni che si portava dentro, il Mihajlovic tecnico in panchina sarebbe diventato anzitutto un'alchimista dell'empatia, un profeta dei gruppi d'acciaio. Un professore dei rapporti fra uomini. Aveva iniziato a studiare da allenatore una volta arrivato all'Inter, gli ultimi suoi due anni da calciatore, molti infortuni e molti consigli da fratello maggiore ai compagni, in tempo per vincere uno scudetto, due Coppe Italia, una Supercoppa italiana: gli albori della Beneamata che avrebbe stravinto tutto per anni. Lo aveva voluto il Mancio: prima in campo e poi al suo fianco in panchina, un po' vice e un po' fratello, il grillo parlante in grado di smussare gli spigoli di un allenatore che sapeva già vincere, ma non lo faceva ancora con la serena consapevolezza di oggi. La favola Catania fu un dare e avere già allora: quando l'arrivo di Mourinho all'Inter separò le loro strade, Mihajlovic era pronto per camminare da solo. Per guidare da solo una squadra: in principio - certe traiettorie fanno giri immensi e poi ritornano, come gli amori - fu il Bologna, anno 2008. Meno di una stagione, abbastanza per doversi abituare in fretta al gusto amaro di un esonero. Ma anche una vetrina che lo avrebbe portato a Catania, l'impresa di una salvezza portata nel cuore come uno dei ricordi più dolci della sua carriera, non solo perché quella squadra coraggiosa come lui fu l'unica a vincere con più di un gol di scarto contro una macchina da guerra: l'Inter di Mourinho e del Triplete. Mihajlovic se ne andò da Catania scrivendo una lettera d'addio commovente, lo specchio della sua anima dura ma gentile. Non a caso, killer con la faccia da bambino era uno dei suoi soprannomi preferiti, assieme a figlio del vento, mano di cotone, re dei Balcani. Lo aspettava Firenze, dove sarebbe rimasto molto più a lungo, se non fosse sopraggiunta una separazione digerita malissimo. Solo il cuore avrebbe potuto allontanarlo dall'Italia che era ormai il suo Paese: del resto, alla panchina della nazionale serba sarebbe stato difficile dire no. Ma sarebbe stato difficile anche ribellarsi al suo destino da globetrotter, oggi qui e domani là. Là, ovvero un altro pezzo importante del suo passato, la Sampdoria, due anni ad accompagnare i ragazzi in blucerchiato spesso oltre i loro limiti. Per lui quasi una tesi di laurea, scritta così bene da meritare la sfida più gratificante e più impegnativa della sua carriera da allenatore: il Milan. E anche le solite montagne russe, fra il paradiso della gloria (un derby vinto dai rossoneri dopo cinque anni, per non dire del coraggio di far debuttare da titolare Gigio Donnarumma a 16 anni) e l'inferno di un altro esonero. Lo stesso sapore masticato anche dopo essere passato dalla panchina del Torino e dello Sporting Lisbona, ma il romanzo della sua carriera aveva tenuto in serbo per le ultime

pagine la favola del ritorno al Bologna. Dove si sarebbe visto, se possibile, il Mihajlovic più "vero" di sempre.

L'articolo viene pubblicato dalla *Gazzetta dello Sport* all'indomani della prematura scomparsa di Siniša Mihajlović, morto a 53 anni, dopo una lunga battaglia contro la leucemia. Il giornalista Andrea Elefante costruisce questo testo commemorativo che ripercorre alcuni dei momenti più significativi della carriera da calciatore e allenatore del serbo, trasformando il racconto sportivo in una vera e propria narrazione biografica ed emotiva.

L'incipit è costruito attraverso la paratassi, ossia mediante proposizioni brevi e prive di connettivi: *Tante maglie, campione di tutti. Un eroe in patria e idolo in Italia*. La sintassi è nominale ed ellittica, l'assenza dei verbi contribuisce a creare un ritmo solenne e immediato. All'interno della prima frase è presente un'ellissi *tante maglie, campione di tutti*, mentre il contenuto dopo la virgola assume il valore di iperbole che amplifica simbolicamente l'ammirazione nei confronti del protagonista dell'articolo. Nella seconda parte dell'*incipit* emerge un parallelismo tra eroe e idolo, costruito con l'intento di rafforzare la dimensione internazionale della sua figura. L'omissione del verbo anticipa il tono celebrativo dell'intero articolo. Dal punto di vista stilistico, il testo alterna il lessico tecnico a un linguaggio fortemente letterario e simbolico. Il lessico tecnico- specialistico del calcio compare in termini come *tackle*, *punizione*, *esonero*, ma viene affiancato dalle metafore belliche ed eroiche che trasformano Mihajlovic in un guerriero sia dentro che fuori dal campo. La narrazione utilizza tempi verbali differenti, soprattutto al passato remoto e all'imperfetto. Per enfatizzare la potenza fisica e il carisma di Mihajlović, Andrea Elefante ricorre frequentemente all'uso dell'iperbole. Espressioni come *più di cento all'ora* e *sinistro dinamite* amplificano la potenza delle punizioni e contribuiscono alla costruzione mitica del personaggio. L'articolo è inoltre ricco di enumerazioni, utilizzate per creare un coinvolgimento emotivo con il lettore. Sequenze come *Vero come il suo carattere*,

il suo sguardo, le parole oppure *il giocatore, l'allenatore, soprattutto l'uomo* costruiscono una climax descrittiva che accompagna progressivamente il lettore verso la dimensione più umana del personaggio. Particolarmente significativa è la costruzione composta da epiteti nella frase *un alchimista dell'empatia, un profeta dei gruppi d'acciaio. Un professore dei rapporti fra uomini*. In questo caso si sviluppa una climax ascendente: Mihajlovic passa dall'essere *alchimista*, capace di creare legami emotivi, a *profeta*, fino a diventare *professore*, ossia guida e educatore. All'interno del testo compare anche la personificazione del destino, che contribuisce a conferire alla biografia una struttura narrativa quasi romanzesca. La sua carriera viene raccontata come un percorso guidato da traiettorie inevitabili e svolte. L'uso frequente delle citazioni dirette di Mihajlovic rompe l'impersonalità tipica della terza persona giornalistica, aumentando la sensazione di autenticità del racconto e restituire un'immagine di uomo sincero, diretto e profondamente umano.

Infine, il testo si fonda spesso sull'antitesi e sull'ossimoro, strumenti attraverso cui viene rappresentata la doppia natura del personaggio. Espressioni come *anima dura ma gentile* oppure *killer con la faccia da bambino* accostano caratteristiche opposte, apparentemente inconciliabili, sintetizzando la complessità emotiva e caratteriale di Mihajlović. Il giornalista contribuisce in questo modo a costruire l'immagine di un uomo combattivo e aggressivo sul campo, ma allo stesso tempo sensibile, empatico e profondamente fragili nella vita privata. Il giorno stesso della notizia della scomparsa compare, nella sezione online della Gazzetta "IL LUTTO", questo articolo:

È morto Mihajlovic, il duro dal cuore grande: stroncato a 53 anni dalla leucemia

L'ex tecnico del Bologna si è spento in un ospedale di Roma. Nel luglio 2019 l'annuncio della malattia: "La batterò giocando all'attacco". Due grandi carriere, da giocatore (vinse la Coppa Campioni con la Stella Rossa nel 1991) e allenatore

La notizia che nessuno avrebbe mai voluto arrivasse: ci ha lasciato Sinisa Mihajlovic. È morto in una clinica di Roma all'età di 53 anni. L'ex allenatore del Bologna aveva annunciato la scoperta della malattia in conferenza stampa il 13 luglio 2019: "Ho la leucemia, ma la batterò giocando all'attacco". Il 29 ottobre 2019 il trapianto di midollo osseo al Sant'Orsola di Bologna, il 22 novembre le dimissioni, ad inizio 2022 i nuovi campanelli d'allarme. Oggi l'annuncio della famiglia che ha spento anche l'ultima speranza.

COMUNICATO- Questo il comunicato della famiglia: "La moglie Arianna, con i figli Viktorija, Virginia, Miroslav, Dusan e Nikolas, la nipotina Violante, la mamma Vikyoriya e il fratello Drazen, nel dolore comunicano la morte ingiusta e prematura del marito, padre, figlio e fratello esemplare, Sinisa Mihajlovic. Uomo unico, professionista straordinario, disponibile e buono con tutti. Coraggiosamente ha lottato contro una orribile malattia. Ringraziamo i medici e le infermiere che lo hanno seguito in questi anni, con amore e rispetto, in particolare la dottoressa Francesca Bonifazi, il dottor Antonio Curti, il Prof. Alessandro Rambaldi, e il Dott. Luca Marchetti. Sinisa resterà sempre con noi. Vivo con tutto l'amore che ci ha regalato".

CALCIATORE- Mihajlovic aveva iniziato la carriera da calciatore in patria, nell'allora Jugoslavia. Figlio di madre croata e padre serbo, era nato a Vukovar ma cresciuto nella vicina Borovo, dove aveva mosso i primi passi da giocatore prima di passare al Vojvodina. Nel 1990 il grande salto alla Stella Rossa Belgrado dei fenomeni, quella di Savicevic, Prosinecki, Stojanovic, Jugovic, con cui vinse la Coppa dei Campioni battendo in finale al San Nicola di Bari l'Olympique Marsiglia. Arrivò in Italia nel 1992 firmando con la Roma. Il nostro Paese sarebbe diventato la sua seconda patria. Dopo i giallorossi, Sampdoria, Lazio e Inter. Sempre vincendo qualcosa o lasciando comunque il segno. Magari con una delle sue micidiali punizioni. Il ritiro dall'attività nel 2006. Ha realizzato 69 gol e servito 55 assist in 455 partite.

PALMARES- Il palmares è impressionante: 3 titoli nazionali con la Vojvodina (89) e Stella Rossa (91 e 92), due scudetti con Lazio (2000) e Inter (2006), 4 Coppe Italia con Lazio (2000 e 2004) e Inter (2005 e 2006), 3 Supercoppe italiane con biancocelesti (98 e 2000) e nerazzurri (2005). Con la Stella Rossa, oltre alla Coppa Campioni, nel 1991 arrivò anche l'Intercontinentale. Una Coppa delle Coppe con la Lazio nel 1999, una Supercoppa europea nello stesso anno sempre con i biancocelesti.

ALLENATORE- Iniziò la carriera da tecnico come vice di Mancini all'Inter, per passare poi a quella che sarebbe stata la sua prima e ultima panchina da allenatore, il Bologna. Poi Catania, Fiorentina, Sampdoria, Milan, Torino, una comparsata allo Sporting Lisbona durata solo 9 giorni (per il cambio del presidente) prima del ritorno nell'Emilia rossoblù. All'attivo anche un'esperienza sulla panchina della Serbia tra il 2012 e 2013.

l'intervista per i 50 anni— Nel 2019, in occasione dei suoi 50 anni, Sinisa regalava alla Gazzetta una toccante intervista, eccone uno stralcio: "I capelli lunghi e i riccioloni di quando ero ragazzo hanno lasciato il posto ai capelli bianchi. Si sono pure diradati, e ora li difendo come prima coprivo i miei portieri. Eppure, per l'energia e l'entusiasmo, me ne sento 20 in meno. Anche se certe volte penso di averne già 150, per tutto quello che ho già vissuto. L'adolescenza in Serbia, la carriera, l'Italia e le tante città, sei figli, la povertà, i successi, l'agiatezza. Ma anche due guerre, le ferite, le lacrime... Oggi se mi guardo indietro posso dirlo, Sinisa, quanta vita hai vissuto".

LA BATTAGLIA— Dall'annuncio della malattia al decesso di oggi, sono stati oltre tre anni di battaglia continua e difficile. Ma sempre portata avanti a testa alta e con grande voglia di combattere, senza mai lasciarsi andare, col supporto fondamentale degli affetti più cari.

Il testo rappresenta un esempio di giornalismo commemorativo, nel quale la cronaca sportiva si fonde con l'elogio funebre. A differenza dell'articolo narrativo di Andrea Elefante, in questo esempio, il registro risulta maggiormente informativo e documentaristico, con la presenza di dati biografici, riferimenti cronologici e un'elencazione dettagliata del palmares di Sinisa Mihajlović sia come giocatore sia come allenatore. Nonostante ciò, il testo mantiene uno spazio, seppur ridotto, per la dimensione emotiva e affettiva.

Fin dal titolo emergono elementi retorici significativi. L'espressione «il duro dal cuore grande» costituisce un ossimoro poiché accosta due caratteristiche apparentemente opposte. Questa figura contribuisce immediatamente a costruire la complessità emotiva del personaggio. Il verbo *stroncato* rappresenta invece una metafora violenta, tipica del giornalismo, che trasforma la malattia in una forza capace di interrompere la vita. Anche il sottotitolo contiene figure retoriche e strategie espressive rilevanti, infatti la frase pronunciata da Mihajlović utilizza *la batterò giocando all'attacco* utilizza una metafora calcistico che trasforma la lotta in una partita di calcio. Il linguaggio sportivo viene quindi impiegato per raccontare la malattia secondo i valori simbolici del combattimento e del coraggio.

Dal punto di vista sintattico, l'articolo presenta una struttura organizzata per argomenti, con sezioni autonome dedicate ai diversi aspetti della vita e della carriera. Questa suddivisione favorisce una lettura frammentata e veloce, tipica della fruizione digitale e contemporanea in cui ogni paragrafo risulta infatti comprensibile anche se letto singolarmente, senza la necessità di forti connettivi logici con la parte precedente⁸⁸. Le frasi sono brevi, coordinate costruite dal fornire rapidamente le informazioni principali. Gli epiteti come *il duro dal cuore grande*, *uomo unico* e *professionista straordinario* servono al giornalista per costruire un mito attorno al personaggio, andando oltre la sola tecnica di un comunicato impersonale. Nella parte dedicata al comunicato della famiglia emerge un registro solenne formale, tipico dell'elogio.

Al contrario, nella sezione dedicata al *palmarès*, la sintassi viene ridotta ulteriormente diventando un mero elenco di coppe e successi. L'uso dei numeri fornisce una precisione documentaristica della realtà della carriera e serve a dare prova della grandezza di Mihajlović allo spettatore.

Molto significativa, inoltre, la presenza del discorso diretto, che rompe il distacco personale della cronaca giornalistica. Le parole tratte dall'intervista per i suoi cinquant'anni introducono registro profondamente autobiografico e riflessivo. Il

⁸⁸ Giuseppe Antonelli, op. cit., p. 151.

giornalista rompe, in questo modo, il distacco lasciando la parola alle dichiarazioni dell'uomo.

In conclusione, il confronto tra le tipologie di testo rivela come la tragica notizia della scomparsa di Mihajlovic viene rielaborata per rispondere a due diverse esigenze. Nell'articolo cartaceo, la testualità letteraria e connotativa vuole evocare un ricordo poetico tramite una fitta rete di antitesi e ossimori. Al contrario, la versione online ha una testualità documentaristica e strutturata in cui prevale la funzione informativa e la funzione affettiva viene delegata a fonti esterne.

La struttura sintattica riflette i diversi tempi di fruizione variando da un racconto solenne e avvolgente a una sintassi iper-semplificata, paratattica e modulare pensata per una lettura rapida da schermo. La stessa punteggiatura mostra il passaggio da una regia testuale tradizionale a una logica di formattazione puramente funzionale e visita. Nel primo caso, la punteggiatura ha un valore stilistico, espressivo e d'atmosfera creando pause di lettura e mimando la dinamicità delle azioni descritte. Nella pagina online, invece, ha un ruolo marcante logico, tipografico e segmentante.

3.2 La nuova era del *produser*: il caso di Fabrizio Romano

Questo paragrafo si concentra principalmente sull'evoluzione della figura del *prosumer* (*producer* + *consumer*), ad oggi *produser* (*producer* + *user*) in seguito alla nascita e alla diffusione dei nuovi media. Il primo termine nasce dalla fusione delle parole inglesi *producer*, produttore, e *consumer*, consumatore e viene coniato nel 1980 dal futurologo Alvin Toffler all'interno del libro *The Third Wave*. In ambito sociologico e di marketing, il prosumer "indica un consumatore che è a sua volta produttore o, nell'atto stesso che consuma, contribuisce alla produzione"⁸⁹.

Nel campo della comunicazione digitale e dei nuovi media, il concetto viene rielaborato dallo studioso australiano Axel Bruns. A differenza dal modello di Toffler, ancora legato all'ambito economico e industriale, Bruns descrive il nuovo utente dei social. Il soggetto, infatti, non è passivo ma produce, modifica e diffonde continuamente i contenuti all'interno di un flusso comunicativo partecipativo. Il contenuto digitale non viene più concepito come un prodotto chiuso definitivo, ma come un processo in continuo aggiornamento alimentato da commenti, post, condivisione e interazioni collettive.

Le riflessioni di Bruns si inseriscono nel più ampio fenomeno del *Citizen Journalism*, ossia giornalismo partecipativo nel quale i cittadini diventano in vari modi soggetti attivi e non soltanto destinatari della notizia⁹⁰. Secondo lo studioso, esso è «discorsivo e deliberativo, e assomiglia più a una conversazione che a una lezione»⁹¹; inoltre «si basa sul dibattito e critica i report pubblicati dalle principali testate giornalistiche».

Questa nuova forma di produzione informativa si fonda su quattro pilastri principali: una vasta comunità di partecipanti; una gerarchia fluida tra leader, partecipanti e utenti; gli artefatti sono sempre incompiuti e in continuo sviluppo; il

⁸⁹ Enrico Menduni (2008), Definizione di prosumer, Enciclopedia della Scienza e della Tecnica, Treccani. [https://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_\(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica)/)

⁹⁰ [https://www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_(Lessico-del-XXI-Secolo)/)

⁹¹ Axel Bruns, *Produsage. Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation*. [https://produsage.org/files/Produsage%20\(Creativity%20and%20Cognition%202007\).pdf](https://produsage.org/files/Produsage%20(Creativity%20and%20Cognition%202007).pdf)

valore non è nel contenuto, protetto dal diritto d'autore, ma nella conversazione collettiva generata attorno ad esso.⁹²

Di conseguenza cambia quindi il linguaggio giornalistico che, nelle piattaforme digitali diventa colloquiale e aperto perché deve invitare il lettore a intraprendere una conversazione. Il *produser* scompone la notizia, la rielabora e la arricchisce con nuovi punti di vista, trasformando l'informazione in un processo collettivo e dinamico.

Nel giornalismo tradizionale, la produzione era affidata quasi esclusivamente a un gruppo di professionisti e a redazioni strutturate; oggi, invece, anche semplici appassionati possono pubblicare *thread* e post che, talvolta, superano per visibilità e interazioni quelli prodotti dalle fonti giornalistiche tradizionali. Il contenuto nasce spesso da uno stimolo immediato come un commento, una reazione, una discussione online. Il *produser* può essere un ex calciatore, un giornalista pubblicitario oppure semplicemente un tifoso. Cambia quindi anche il concetto stesso di autorevolezza, sempre meno legato alla posizione professionale e sempre più fondato sulla popolarità, sulla reputazione ottenuta nel digitale e sul riconoscimento a lui attribuito da una community.

Un esempio emblematico di questa trasformazione è rappresentato da Fabrizio Romano, giornalista campano, che ha ridefinito il modo di comunicare le notizie di calciomercato, diventando un punto di riferimento per milioni di utenti a livello globale. La sua figura incarna efficacemente le dinamiche del *produser* descritte da Bruns: non solo produce contenuti informativi, ma alimenta costantemente un processo comunicativo partecipativo in cui il pubblico interagisce, commenta, condivide e contribuisce alla diffusione delle notizie.

Il suo successo non deriva esclusivamente dalla rapidità nella diffusione delle informazioni o dalla loro attendibilità, ma anche dalla costruzione di una forte identità comunicativa personale. Dal punto di vista stilistico, Romano ha imposto una forma di scrittura in inglese estremamente sintetica, assertiva e immediata,

⁹² Alex Bruns, op. cit.

caratterizzata dall'eliminazione delle sfumature tipiche del giornalismo tradizionale in favore della certezza comunicativa e dell'impatto rapido. Fabrizio Romano sembra infatti incarnare la natura del social che Stefania Spina, studiosa di linguistica, descrive come "una via di mezzo tra un social e un information network"⁹³ a causa dello sbilanciamento del social verso temi di opinione pubblica il che lo rende particolarmente di nicchia. Nel caso di Romano, sul social viene attuata una trasformazione linguistica tipica di social come Instagram e Facebook con un lessico standardizzato, immediato e una sintassi prettamente nominale. Questo sembra coincidere con la visione della studiosa di una trasformazione di Twitter verso strategie linguistiche e discorsive proprie, caratterizzate da una lingua vicino al parlato, ma a sé stante⁹⁴.

Fabrizio Romano non lavora esclusivamente per una singola testata, ma costruisce la propria presenza attraverso la pubblicazione dei contenuti in piattaforme come X, Instagram, YouTube e Twitch raggiungendo quasi i 30 milioni di follower su X. Una delle caratteristiche di quest'ultimo è la presenza della funzionalità retweet che permette il reindirizzamento al profilo di altri e un condizionamento del feed. Secondo Stefania Spina, questa dinamica è la testimonianza di un ritorno alla trasformazione unidirezionale di massa, con conseguente difficoltà nella costruzione di una cultura partecipativa⁹⁵.

La sua figura rappresenta una nuova forma di giornalista imprenditore, capace di gestire autonomamente il proprio ecosistema comunicativo.

Ad oggi, uno dei problemi che deve affrontare il giornalismo è quello della credibilità, valore fondamentale per distinguere il professionista dal semplice clickbaiter. Secondo il *Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti*⁹⁶,

⁹³ Stefania Spina, (2016). *Fiumi di parole. Discorso e grammatica delle conversazioni scritte in Twitter*. Loreto: StreetLib, p. 70.

⁹⁴ Ivi, pp. 210-211.

⁹⁵ Ivi, p. 97.

⁹⁶ Art. 18 del Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti: « La/il giornalista: a) accerta l'attendibilità delle informazioni raccolte;».

<https://www.odg.it/codice-deontologico-delle-giornaliste-e-dei-giornalisti/59465>

l'informazione deve essere veritiera e il/la giornalista deve controllare l'accuratezza. Un'informazione responsabile e veritiera può guadagnarsi la fiducia di un pubblico, mentre una falsa notizia o anticipazione errata, danneggia nuovamente l'immagine del giornalista.

In questo contesto, Fabrizio Romano è riuscito ad assumere un ruolo diverso dal giornalista tradizionale, ma con un'aura di autorità e credibilità non indifferente. Romano non è soltanto un intermediario dell'informazione, ma è un protagonista attivo capace di costruire una rete personale composta anche da procuratori, dirigenti, scout, allenatori e calciatori. Come affermato dallo stesso Romano:

La mia fortuna è stata capire e recepire il grande cambiamento dei social, che è stata una rivoluzione nel settore del giornalismo sportivo: gli utenti non aspettano più la notizia ma la vogliono subito⁹⁷

Con l'espressione "Here we go" ha creato una sorta di marchio linguistico. Dal punto di vista linguistico, l'espressione rappresenta un esempio di formula cristallizzata che assume una funzione performativa. L'enunciato non si limita a descrivere una trattativa conclusa, ma contribuisce simbolicamente a sancirne la validità agli occhi degli utenti. La ripetizione sistematica della formula ne ha favorito la trasformazione in marchio discorsivo riconoscibile a livello globale.

A differenza dei giornali tradizionali, che spesso attendono i comunicati ufficiali delle squadre o si affidano a fonti secondarie, Romano anticipa le mosse grazie a un continuo lavoro di ricerca, verifica e contatto diretto con le fonti. In molti casi, i club stessi coinvolgono Romano negli annunci dei nuovi acquisti. Questo fenomeno modifica profondamente il ruolo del giornalista sportivo, che da osservatore critico e rischia talvolta di trasformarsi in partner comunicativo e promozionale delle società calcistiche.

Il lavoro di Romano non consiste soltanto nel reperire le informazioni, ma anche nel controllare al fine di escludere fake news e indiscrezioni infondate. Proprio

⁹⁷ Intervista di Andrea Zenga a Fabrizio Romano su [LeoVegas.news](https://www.leovegas.news).

questa attenzione contribuisce a consolidare la sua credibilità all'interno di un ecosistema digitale caratterizzato da velocità e sovraccarico informativo. Inoltre, il giornalista ha contribuito a valorizzare il calciomercato come una disciplina giornalistica autonoma rispetto al racconto tradizionale delle partite. Se in passato il calciomercato era considerato un tema secondario rispetto alle competizioni sportive, oggi rappresenta uno degli argomenti più seguiti sul web, anche grazie alla narrazione continua e spettacolarizzata costruita da Fabrizio Romano.

Molti giovani si ispirano al suo metodo, cercando di costruire una propria formula riconoscibile e una community digitale di riferimento, soprattutto su X. La formula in cui è costruito questo social la rende «un meccanismo attraverso il quale la società può essere legata in modi mai immaginati prima»⁹⁸. Sono numerosi i tentativi di imitazione con utenti che cercano di dare notizie calcistiche non ancora confermate per ricevere un po' di visibilità. D'altro canto, altri cavalcando l'onda del successo di Romano, ne approfittano per realizzare parodie. Ed è anche in questo modo che si sta amplificando la tendenza al fenomeno del prosumerismo grazie alla presenza, in aumento, di utenti non professionisti del settore che si cimentano nella produzione di notizie sportive, creando attorno a loro reti di appassionati e tentando di ritagliarsi uno spazio nel nuovo ecosistema dell'informazione digitale. D'altronde, Twitter (o X) è un luogo «di ammiccamento e di volontà di acquisire prestigio mediante la menzione di un personaggio influente»⁹⁹.

⁹⁸ Weller K., Bruns. A., Burgess J., Mahrt M., and Puschmann C., (2014). Twitter and Society, *The journal of media innovation*, Peter Lang.

⁹⁹ Stefania Spina, op. cit., pp. 119-120.

Conclusione

Approfondimento o immediatezza?

La trasformazione del giornalismo sportivo calcistico dal giornale al web rappresenta uno dei cambiamenti più significativi del panorama comunicativo contemporaneo. Nel corso di questo lavoro di ricerca è emerso come l'evoluzione tecnologica e la diffusione dei nuovi media abbiano modificato profondamente non soltanto gli strumenti di trasmissione, ma anche il linguaggio, lo stile comunicativo e il rapporto tra il giornalista e il pubblico. Il calcio, in quanto fenomeno sociale capace di influenzare l'opinione pubblica e di catalizzare l'attenzione di milioni di persone, si è dovuto adattare ai nuovi ritmi imposti dall'ambiente digitale.

Attraverso l'analisi comparativa tra il giornalismo tradizionale e i flussi di contenuti digitali, è emersa la presenza di logiche comunicative profondamente differenti. Il quotidiano cartaceo si è storicamente fondato su tempi di produzione lenti e su una lettura riflessiva. Gli articoli concedevano ampio spazio ad architetture descrittive e dettagliate, alle analisi tattiche e cronache fortemente articolate.

Dal punto di vista strettamente linguistico, negli articoli cartacei si osserva una prevalenza di periodi articolati, con un maggior ricorso all'ipotassi e a un registro mediamente più formale e descrittivo rispetto ai testi pubblicati sul web.

Il linguaggio tradizionale si presenta storicamente saturo di metafore belliche, *topoi* epici ed espressioni idiomatiche radicate nella tradizione. In questo ecosistema, la figura del giornalista possiede la chiave necessaria per trasformare l'evento sportivo in una narrazione capace di coinvolgere il lettore sul piano emotivo e narrativo. La concorrenza tra le varie piattaforme digitali e la diffusione dell'informazione in tempo reale ha portato alla nascita di una neolingua giornalistica più rapida, diretta e paratattica. Se nel 2006, anno del trionfo mondiale azzurro, i tre principali quotidiani sportivi italiani superavano ampiamente il milione di copie cartacee diffuse, oggi, secondo i dati trasmessi dall'Osservatorio

sulle comunicazioni, quel segmento ha registrato un crollo annuale superiore all'8%. Le copie vendute in formato cartaceo sono passate, infatti da 538 milioni nel 2021 a 363 nel 2025. Al contrario si assiste a un aumento della vendita degli stessi in formato digitale¹⁰⁰.

Questo declino del cartaceo viene accompagnato da una mutazione della scrittura. Tra le varie trasformazioni, si assiste a un'evidente destrutturazione della sintassi, in cui il periodo si accorcia drasticamente e prevalgono la coordinazione e lo stile nominale, funzionale a una lettura frammentata. I titoli, un tempo descrittivi o evocativi, rispondono oggi alle regole della SEO e del click baiting diventando brevi, assertivi, dominati da punteggiatura enfatica e da formule fatiche o deitiche. A livello lessicale si riflette una tendenza al ritorno all'uso di forestierismi con l'utilizzo di anglicismi tecnici della cultura digitale affiancati a formule e parole chiave ripetute a beneficio dell'indicizzazione algoritmica.

Questo cambiamento linguistico riflette fedelmente una trasformazione sia psicologica che comportamentale nel lettore. Il lettore contemporaneo vive immerso in un flusso continuo di contenuti digitali, una *fog of war*¹⁰¹ digitale, e tende a privilegiare notizie rapide, facilmente accessibili e immediatamente condivisibili. Il giornalismo sportivo, di conseguenza, si è dovuto adattare alle nuove abitudini del pubblico, puntando sempre di più sulle *real time news* e sulla generazione di emozioni, che a loro volta mirano all'aumento del numero di interazioni. Il testo digitale non è più puramente alfabetico, ma diventa un'unità multimodale in cui la parola scritta si ibrida costantemente con codici iconici e video modificando la semantica stessa dell'articolo. L'utente non si limita più a leggere una notizia, ma la commenta, la condivide e partecipa attivamente alla costruzione del dibattito sportivo online. Il successo di una notizia online dipende

¹⁰⁰ Osservatorio sulle comunicazioni, AGCOM, 2026.

<https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/osservatorio-sulle-comunicazioni-n1-2026>

¹⁰¹ Il generale prussiano Carl von Clausewitz usava l'espressione per descrivere l'incertezza informativa in guerra. Per Clausewitz, la concezione della guerra viene mediata da alcuni fattori che ne variano l'assolutezza tattica: asimmetria delle forze, incertezza, potere della difesa, ma soprattutto la difficoltà ad ottenere notizie attendibili. La rete è quindi come un campo di battaglia, circondato dalla *fog of war*, a causa della molteplicità di canali, dati, fonti di informazione diverse e spesso in contraddizione.

dalla capacità di generare clic, interazioni e coinvolgimento. In questo contesto, la comunicazione sportiva rischia talvolta di privilegiare l'effetto immediato rispetto alla qualità dell'approfondimento. La mediamorfosi del giornalismo sportivo ha reso l'informazione sportiva più accessibile e tempestiva, ma ha anche introdotto una tensione tra l'esigenza di informare nel minor tempo possibile e informare con qualità. In un ecosistema dominato dalla velocità, il rischio è che l'urgenza di essere i primi nel pubblicare una notizia prevalga sulla necessità di verificare le informazioni e sulla ricchezza linguistica.

L'analisi mostra come, nonostante ciò, il giornalismo sportivo continui a mantenere alcuni elementi fondamentali della tradizione narrativa calcistica. Il calcio resta un racconto collettivo ricco di emozioni, rivalità, simboli e appartenenza sociale. Anche nei contenuti digitali, sebbene caratterizzati da una minore complessità linguistica, sopravvive la tendenza a costruire narrazioni coinvolgenti. Proprio questa capacità di adattarsi ai cambiamenti senza perdere la propria identità rappresenta uno degli aspetti più interessanti emersi nel corso della ricerca. La riflessione finale che deriva da questa analisi riguarda quindi il futuro del giornalismo sportivo nell'era digitale.

L'evoluzione tecnologica ha senza dubbio reso l'informazione più accessibile, democratica e immediata. Tuttavia, questa stessa rapidità pone interrogativi importanti sulla qualità dell'informazione e sul ruolo del giornalismo contemporaneo. Di fronte a una comunicazione sempre più veloce e frammentata, sorge una domanda: il giornalismo sportivo del futuro punterà ancora sull'approfondimento e sulla qualità narrativa oppure sarà dominato esclusivamente dall'immediatezza del web?

Questa domanda rappresenta il centro della trasformazione analizzata in questa tesi e rimane ancora oggi aperta. Da una parte, la velocità digitale risponde perfettamente alle esigenze del pubblico contemporaneo, che a causa dei ritmi frenetici preferisce dei brevi contenuti di notizie facilmente fruibili. Dall'altra, però, il rischio è quello di perdere progressivamente lo spazio dedicato all'analisi critica e un linguaggio più ricco e approfondito. C'è la necessità di trovare un

equilibrio tra queste due esigenze apparentemente opposte e la sfida sarà quella di sfruttare le potenzialità offerte dal digitale senza rinunciare del tutto alla qualità narrativa e all'autorevolezza dell'informazione.

Mantenere spazio per l'approfondimento è un elemento distintivo capace di dare maggiore valore al giornalismo sportivo stesso. Per questo motivo il giornalismo sportivo si sta già dividendo in un modello polarizzato. Da un lato si trova la cronaca live, il calciomercato minuto per minuto e le *breaking news* ormai delegate agli algoritmi e alla velocità del web. Dall'altra parte, per sopravvivere alla frammentazione la qualità della narrazione si è trasferita in nicchie specifiche e piattaforme a pagamento. L'equilibrio si traduce quindi in una strategia di diversificazione: i grandi gruppi editoriali usano il web, attraverso *call to action* e collegamenti ipertestuali, come strumento di acquisizione del traffico, mentre i contenuti lunghi vengono impiegati per costruire la fidelizzazione del pubblico di lettori.

A questo scenario si aggiunge il crescente impatto dell'intelligenza artificiale, che sta già modificando i processi di produzione, distribuzione e personalizzazione delle notizie sportive. Se da un lato questi strumenti consentono una maggiore rapidità nella gestione dell'informazione, dall'altro valorizzano la funzione critica e interpretativa del giornalista. La figura umana è infatti necessaria per garantire accuratezza, contestualizzazione e qualità narrativa. Si tratta di un modello collaborativo: l'AI si occupa di dati come le statistiche e resoconti automatizzati; mentre il giornalista si concentra su inchieste, storytelling e verifica delle fonti.

In conclusione, il passaggio dal giornale al web non può essere considerato soltanto un cambiamento tecnologico, ma una vera e propria trasformazione linguistica, culturale e sociale. Non bisogna, infatti, considerare la variabile tecnologica in modo deterministico, ma bisogna integrarla e conciliarla anche con altre variabili, tra cui l'ambiente sociale. L'evoluzione del linguaggio calcistico descrive i cambiamenti della comunicazione contemporanea e il modo in cui i media influenzano la percezione dello sport e della realtà, ma anche come quest'ultima ha influenzato la rete stessa. In questa prospettiva, il linguaggio giornalistico

sportivo si conferma come un osservatorio privilegiato per comprendere le dinamiche evolutive della lingua contemporanea, poiché riflette in modo immediato i cambiamenti. Le trasformazioni osservate dimostrano come le esigenze del digitale abbiano influenzato le scelte sintattiche, lessicali e testuali, contribuendo a nuove pratiche comunicative e nuove forme di costruzione del discorso.

Bibliografia

- Antonelli, G. (2018). *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*. Bologna: Il Mulino.
- Beccaria, G. L. (1975). *I linguaggi settoriali in Italia*. Milano: Bompiani.
- Brera, G. (1975). *Storia critica del calcio italiano*. Milano: Bompiani.
- Brera, G. (2007). *Il più bel gioco del mondo*. Milano: BUR.
- Brera, G. (2008). *Il mestiere del calciatore*. Milano: Booktime.
- Cortelazzo, M. (1994). *Lingue speciali, la dimensione verticale*. Padova: Unipress.
- De Luca, M., & Frisoli, P. (2010). *Sport in TV*. Roma: Rai Libri.
- Devoto, G. (1939). Le lingue speciali: le cronache del calcio. *Lingua nostra*, p. 17-21.
- Facchinetti, P. (1966). *La stampa sportiva in Italia*. Bologna: Edizioni Alfa.
- Gheno, V. (2017). *Social-linguistica. Italiano e italiani dei social network*. Firenze: Franco Cesati Editore.
- Ghirelli, A. (1954). *Storia del calcio in Italia*. Torino: Einaudi.
- Giovanardi, C. (2009). Il linguaggio sportivo. In P. Trifone, *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano* (p. 239-319). Roma: Carrocci Editore.
- Grassia, F. (2012). *Storia del giornalismo sportivo*. USSI.
- Katrin Weller, A. B. (2014). Twitter and Society. *The journal of media innovation*.
- Klein, G. (2020). La lingua delle telecronache dagli anni '80 a oggi. *Dinamiche sociolinguistiche e didattica delle lingue nei contesti sportivi*, 319-332.
- Longhi, L. (2004, ottobre). Il giornalismo sportivo. *Storia e futuro. Rivista di storia e storiografia*, n.5
- Maietti, A. (1989). *Il calciolinguaggio di Gianni Brera*. Lodi: Il Pomerio.
- Morani, M. (2012). Per uno studio in prospettiva diacronica della lingua del calcio. *L'analisi linguistica e letteraria*, 223-250.
- Palermo, M. (2020). *Manuale di linguistica italiana*. Bologna: Il Mulino.

- Proietti, D. (1992). *La lingua in gioco. Linguistica italiana e sport (1939-1992)*. Roma: Pellicani.
- Rossi, F. (2003). Come si è formata la lingua dello sport/II. . *Italiano e Oltre*, n.3
- Spina, S. (2016). *Fiumi di parole. Discorso e grammatica delle conversazioni scritte in Twitter*. Loreto: Streetlib.

Sitografia

- AGCOM. (2026). *Osservatorio sulle comunicazioni n. 1/2026*.
<https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/osservatorio-sulle-comunicazioni-n1-2026> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).
- Argenziano, R. (2018). Note sull'uso del genere nella lingua dello sport: Il caso del calcio. *Lingue e Culture dei Media*, 2(1), 107–125. <https://doi.org/10.13130/2532-1803/10427> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).
- Bianco, F. (18 marzo 2022). *Le parole del foot-ball: Breve viaggio tra i forestierismi del vocabolario calcistico*. Treccani.
https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/scritto_e_parlato/Europ ei16.html (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).
- Bruns, A. (2007). *Producers: Towards a broader framework for user-led content creation*.
[https://producers.org/files/Producers%20\(Creativity%20and%20Cognition%2007\).pdf](https://producers.org/files/Producers%20(Creativity%20and%20Cognition%2007).pdf) (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).
- Codice deontologico delle giornaliste e dei giornalisti. Ordine dei Giornalisti.
<https://www.odg.it/codice-deontologico-delle-giornaliste-e-dei-giornalisti/59465> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Della Valle, F. (17 maggio 2024). *Notte da paura. Allegri mai visto così furioso*. La Gazzetta dello Sport. <https://www.gazzetta.it/Calcio/Serie-A/Juventus/15-05-2024/atalanta-juve-diretta-finale-coppa-italia-risultato-live.shtml> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Digital News Report Italia 2025. https://www.anso.it/wp-content/uploads/2025/06/NEWS-REPORT_web-layout250612__03.pdf (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Elefante, A. (17 dicembre 2022). *Tante maglie, campione di tutti*. La Gazzetta dello Sport. <https://www.gazzetta.it/Calcio/Serie-A/16-12-2022/morto-sinisa-mihajlovic-aveva-53-anni-2019-era-malato-leucemia-4501530840933.shtml> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Federazione Italiana Editori Giornali. (2012). *La stampa in Italia 2010–2012*. <https://www.fieg.it/upload/salastampa/LA%20STAMPA%20IN%20ITALIA%202010-2012.pdf> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Garlando, L. (8 maggio 2026). *Il Psg gioca a rugby, l'Arsenal a basket. Per voi, chi vincerà la Champions?* La Gazzetta dello Sport. <https://www.gazzetta.it/Calcio/Champions-League/08-05-2026/psg-arsenal-la-champions-tra-rugby-e-basket-la-sveglia-di-garlando.shtml> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Giani, M. (2019). L'estate della portiera: Polemiche sul linguaggio di genere per il calcio femminile. *Lingue e Culture dei Media*, 3(1–2), 16–71. <https://doi.org/10.13130/2532-1803/12403> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Gerosa, G. (31 dicembre 1970). Intervista a Pier Paolo Pasolini. *L'Europeo*. <https://www.centrostudi pierpaolopasolinicasarsa.it/pagine-corsare/la-vita/panoramiche/pasolini-e-il-calcio-passione-di-una-vita/> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Grasso, A. Ghirelli, A. Rossi, F. Ciotti F.(2003). *Sport e comunicazione nella società moderna*. Treccani.

https://www.treccani.it/enciclopedia/sport-e-comunicazione-nella-societa-moderna_%28Enciclopedia-dello-Sport%29/ (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

LeoVegas News. Intervista di Fabrizio Romano.
<https://leovegas.news/news/fabrizio-romano-dalle-prime-esperienze-al-celebre-here-we-go-sui-social/> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Luna, R. (17 maggio 2022). *La prima diretta televisiva di un evento sportivo*. la Repubblica.
https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/05/17/news/la_prima_diretta_televisiva_di_un_evento_sportivo-349878874/ (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Marie Claire. (26 aprile 2024). Articolo sulle arbitre donne in Serie A.
<https://www.marieclaire.it/attualita/news-appuntamenti/a60614881/arbitre-donne-serie-a-maschile/> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Menduni, E. (2008). *Prosumer*. Treccani.
[https://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_\(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_(Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica)/) (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Proietti, D. (2011). *Lingua dello sport*. Treccani.
https://www.treccani.it/enciclopedia/lingua-dello-sport_%28Enciclopedia-dell'Italiano%29/ (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Rai Teche. (11 marzo 1995). *Dribbling*. <https://www.teche.rai.it/2019/09/gianni-brera-linguaggio-calcistico/> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Reuters Institute. (2025). *Digital News Report 2025*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Sport e Salute. (2025). *Ricerca Sport e parità di genere*. <https://www.sportesalute.eu/studiedatidello sport/blog-studi-e-dati-dello-sport/ricerca-sport-e-parita-di-genere-2025.html> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

Treccani. *Citizen journalism*. [https://www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/citizen-journalism_(Lessico-del-XXI-Secolo)/) (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

World Press Trends Database. <https://www.wptdatabase.org/countryreport/110> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).

YouTube. *Bruno Pizzul commenta la vittoria della Juventus sul Milan il 17 aprile 1993*. <https://youtu.be/M357wSBaYbQ?si=9fjBXszX2KGdt3uA> (Ultima consultazione: 29 giugno 2026).