

Media e calcio in Italia dal Novecento a oggi.
Simonelli, G. (2024). *Quasi gol. Storia sentimentale del calcio in tv*, Manni

Mario Tirino

Digital Cultures and Sports Research Laboratory (DiCuS Lab)
Università degli Studi di Salerno
mtirino@unisa.it

Sara Virnicchi

Digital Cultures and Sports Research Laboratory (DiCuS Lab)
Università degli Studi eCampus/Università degli Studi di Salerno
sara.virnicchi@studenti.uniecampus.it

È possibile una storia romantica del calcio raccontata dai media?

È questa la sfida che il bel libro *Quasi gol. Storia sentimentale del calcio in tv* di Giorgio Simonelli (2024), storico dei media e del giornalismo, affronta nell'arco di 160 pagine. Inevitabile punto di partenza di questa avventura è il periodo pionieristico del giornalismo su carta stampata. Un periodo, quello che ha inizio ai primordi del Novecento, ricco di iniziative, talvolta azzardate, imprese, racconti e autentiche innovazioni. Bisogna, infatti, inventarsi codici, formati, modalità del racconto, per lettori ai quali spesso era precluso l'accesso diretto alle competizioni sportive. È così, attraverso cronache spesso confezionate in un linguaggio aulico e letterario che i lettori dei primi fogli sportivi, a partire dalla "Gazzetta dello Sport"¹, hanno familiarizzato con squadre, partite, club, ammantati di leggenda e mito. È in questo contesto che si collocano, a partire dagli anni Venti, le prime aurorali radiocronache sportive. Il volume di Simonelli ricostruisce con ammirevole precisione le tappe fondamentali di questo percorso, in cui coraggiosi giornalisti si cimentavano, spesso coadiuvati soltanto da mezzi di fortuna, con il medium radiofonico. Il calore della voce di questi radiocronisti – il cui più noto esempio è Nicolò Carosio² – aggiungeva un tocco emozionale al racconto dei match calcistici nell'Italia che si preparava, sebbene dentro i limiti della propaganda fascista, al doppio clamoroso successo nei Mondiali di calcio del 1934 e del 1938. Siamo in anni ancora lontani dall'euforia del dopoguerra, quando anche il Totocalcio (nato nel 1946)³ sembrava offrire speranze a un paese ridotto in macerie dal devastante conflitto bellico.

¹ La "Gazzetta dello Sport" è un quotidiano sportivo italiano, con sede a Milano, fondato da Eugenio Camillo Costamagna e Eliso Rivera il 3 aprile 1896. È il terzo quotidiano italiano per diffusione, nonché il primo quotidiano sportivo del Paese e il più longevo d'Europa.

² Nicolò Carosio (Palermo, 15 marzo 1907 – Milano, 27 settembre 1984) è stato un giornalista e radio-telecronista sportivo italiano; curò per trentasette anni, precisamente dal 1933 al 1970, la cronaca degli incontri della nazionale italiana di calcio, unendo, così, imprescindibilmente, la sua voce alle forti emozioni ancora vivide nella memoria collettiva della nazione.

³ Il Totocalcio (acronimo di Totalizzatore calcistico) è un concorso a premi istituito nel 1946, inventato dal giornalista Massimo Della Pergola. Attualmente è gestito dalla SISAL, e si pone l'obiettivo di prevedere degli esiti di 13 (dal 2003 al 2021, 14) partite di calcio.

Nel 1954 la Rai inizia le prime regoli trasmissioni televisive, ma è ancora la radio, come giustamente rileva l'autore del volume, a ribadire il proprio primato nel racconto delle domeniche calcistiche grazie alla geniale invenzione di *Tutto il calcio minuto per minuto* (1960 – in corso)⁴. Si tratta di un autentico spartiacque nell'esperienza mediale del calcio per milioni di italiani: gli apparecchi radiofonici, che compaiono come funghi in circoli, bar sport e in poche abitazioni private, scandiscono il tempo e le emozioni calcistiche nell'arco dei novanta minuti domenicali. Assieme al rito della schedina, la trasmissione costituisce un appuntamento irrinunciabile per milioni di appassionati, attratti dalla girandola di voci dei radiocronisti, che si alternano tra i vari campi di gioco per segnalare gol o momenti cruciali delle partite. La successiva tappa della ricostruzione di Simonelli tocca un ulteriore caposaldo del calcio mediatizzato, ovvero *La domenica sportiva* (1953 – in produzione)⁵. Negli anni in cui le immagini in movimento del calcio sono una preziosa rarità, la possibilità di godere nella serata della domenica di sintesi filmate dei match principali appare a molti come il vero e proprio inizio dell'era televisiva del calcio italiano.

Con l'evoluzione del costume e della società, anche in relazione all'esplosione dei consumi, in pieno boom economico, aumenta la fame di calcio in tv da parte di tifosi e appassionati: è così che nasce *90° minuto* (1970 – in produzione)⁶. La ricostruzione del giornalista è attenta a ripercorrere i significati profondi che questo programma ha avuto, non solo per il mondo sportivo, ma per l'intera società italiana. Intervenendo dalle varie sedi regionali della Rai, giornalisti, come Luigi Necco da Napoli, Cesare Castellotti da Torino, Gianni Vasino da Milano, Marcello Giannini da Firenze, Tonino Carino da Ascoli, Franco Strippoli da Bari e molti altri, inventano modi di dire, slogan, stili di racconto che ne fanno altrettante celebrità del piccolo schermo. La ritualità dei tifosi è così scandita da precisi appuntamenti: la schedina; la diretta radiofonica live; le sintesi filmate, a poche ore dai match; gli approfondimenti della serata della domenica; la lettura dei quotidiani il lunedì (naturalmente un ruolo di primo piano per la "Gazzetta dello Sport", "Il Corriere dello Sport - Stadio" e "Tuttosport")⁷.

Nel diverso contesto degli anni Ottanta, il calcio si tramuta gradualmente in una merce spettacolare. L'abilità di Simonelli è tale da connettere in maniera assai precisa l'avvento del duopolio Fininvest-Rai (e le condizioni politico-sociali che ne hanno fondato le premesse) alla trasformazione del calcio televisivo.

⁴ *Tutto il calcio minuto per minuto* è una popolare trasmissione radiofonica di Radio Rai, dedicata alle radiocronache in diretta del campionato italiano di calcio, ideata nel gennaio 1960 da Guglielmo Moretti, insieme a Roberto Bortoluzzi, che ne divenne anche il primo conduttore, Sergio Zavoli e Giorgio Boriani.

⁵ *La Domenica Sportiva* è un programma televisivo italiano di genere rotocalco, il più longevo attualmente esistente; prodotto da Rai Sport, è nato nel 1953 e per oltre 40 anni è andato in onda su Rai 1. Si struttura come un vero e proprio programma con l'introduzione del conduttore, il primo dei quali è Enzo Tortora. Da quel momento oltre alle notizie sugli avvenimenti sportivi della giornata, si comincia a dare spazio ai commenti e agli approfondimenti con ospiti in studio.

⁶ *90° minuto* è un programma televisivo italiano di genere sportivo, in onda sulle reti Rai dal 27 settembre 1970. Condotto nel corso delle sue numerose edizioni da diversi presentatori, tra cui spiccano Paolo Valenti (20 edizioni) e Paola Ferrari (10 edizioni), trasmette brevi sintesi delle partite di calcio dei campionati italiani di Serie A e Serie B.

⁷ Tali abitudini sono state, per esempio, immortalate in film cult degli anni '80 come *Al bar dello sport* (di Francesco Massaro, 1983, con protagonisti Lino Banfi e Jerry Calà) e *L'allenatore del pallone* (di Sergio Martino, 1984, con protagonisti Lino Banfi, nel celebre ruolo di Oronzo Canà, Camillo Milli e il duo comico Gigi e Andrea). Interessante notare che, in questo periodo, la narrazione cinematografica italiana di argomento sportivo è quasi sempre inserita nel genere comico, con la presenza di figure di spicco della commedia italiana (Tirino, 2023).

Si va sempre più nella direzione della teatralizzazione del racconto, con format che, a partire dal *Processo del lunedì* (1980 – in produzione)⁸, prediligono la formula del talk, spesso a suon di polemiche e baruffe, non sempre spontanee. Negli anni Ottanta e Novanta, con la crescita del valore dei diritti televisivi, si aprono spazi per nuovi *player* dell'informazione sportiva: agli albori della pay-tv (con l'ascesa di Tele+), Rai e Mediaset (ex Fininvest) cercano nuovi linguaggi per accattivarsi il favore degli appassionati di calcio. La comicità e la satira, grazie al talento di un gruppo di autori, impreziosiscono le due più importanti trasmissioni di questo nuovo corso: *Quelli che il calcio* (1993-2021)⁹ e *Mai dire gol* (1990-2001)¹⁰.

Sebbene con meno dovizia di particolari, il volume *Quasi gol* ci immerge anche nella stagione del calcio digitale. L'avvento del digitale ha trasformato radicalmente il rapporto tra tifosi e racconto calcistico: secondo le teorie della cultura partecipativa di Henry Jenkins (2006), i pubblici non sono più semplici spettatori, ma produttori attivi di contenuti, significati e narrazioni. La disintermediazione dell'informazione sportiva – accelerata dai social media, dai podcast indipendenti e dalle community online – ha progressivamente eroso il monopolio dei grandi media tradizionali sul racconto del calcio (Tirino, 2019; Frandsen, 2020). Tifosi, blogger e creator amatoriali producono oggi highlights, analisi tattiche, meme e video virali in una logica *grassroots* che sfida e affianca quella delle piattaforme istituzionali. Questa produzione dal basso alimenta forme inedite di appartenenza e identità collettiva (Bifulco, 2019), ridefinendo la stessa esperienza emotiva del tifo nell'era della convergenza mediale. Il calcio diventa così non solo un prodotto da consumare, ma un testo culturale aperto, continuamente riscritto e reinterpretato dalle sue comunità di appassionati.

La mediatizzazione informazionale del calcio nell'era digitale (Tirino, 2025) rende anche la serie A un prodotto commercializzato, su cui dominano le strategie commerciali di conglomerati internazionali come Sky e DAZN, esempio concreto della potenza dell'intreccio tra mediatizzazione, commercializzazione e globalizzazione del calcio contemporaneo (Whannel, 2009; Wenner & Billings, 2017). Benché prevalgano, quindi, logiche di mercificazione e anche di omogenizzazione del racconto sportivo, non mancano anche in questo periodo esempi di narrazione del calcio improntati a valorizzarne le dimensioni epiche e sentimentali, a partire da *Buffa racconta* (2019, di Federico Buffa, prodotto da Sky Sport) e *Lo sciagurato Egidio* (1999-2009, di Giorgio Porrà, prodotto da Tele+ e a partire dal 2003 da Sky Sport).

⁸ *Il processo del lunedì* (oggi conosciuto come *Il processo al 90'*) è una trasmissione televisiva italiana andata in onda sulle reti Rai dal 1980 al 2026, con diverse stagioni di pausa, per poi tornare in seconda serata a partire alla stazione calcistica 2025-2026. È stata ideata e condotta da Enrico Ameri su Rai 3, ma dopo due stagioni il testimone passò ad Aldo Biscardi, che l'ha condotta fino al 1993, diventandone in qualche modo il testimonial più rilevante.

⁹ *Quelli che il calcio* era un programma televisivo italiano di genere varietà e sportivo, trasmesso su Rai 3 dal 1993 al 1998 e su Rai 2 dal 1998 al 2021. È stato condotto dal 1993 al 2001 da Fabio Fazio con Marino Bartoletti, dal 2001 al 2011 da Simona Ventura. Il programma consacrò al successo personaggi come Idris, Suor Paola, Peter Van Wood, Takahide Sano, Roberto Vacca.

¹⁰ *Mai dire Gol* è stato un programma televisivo della Gialappa's Band trasmesso su Italia 1 dal 18 novembre 1990 al 25 febbraio 2001. Il programma era, all'inizio, l'applicazione al calcio della telecronaca comica e surreale già sperimentata dalla Gialappa's a *Mai dire Banzai* (per i filmati dello show giapponese *Takeshi's Castle*, per certi versi simile a *Giochi senza frontiere*) ma anche nelle telecronache delle vecchie partite dei mondiali a *Mai dire Mundial* (in onda fra maggio e giugno del 1990). Successivamente il programma ospitò comici come, tra gli altri, il trio Aldo, Giovanni e Giacomo, Teo Teocoli, Gene Gnocchi, Antonio Albanese, Fabio De Luigi, Maurizio Crozza, Mago Forest.

In definitiva, la lettura di questo volumetto ricorda anche agli studiosi di comunicazione sportiva, come i media abbia svolto una funzione cruciale, non solo nelle forme di popolarizzazione del calcio, ma anche nella sua trasformazione in oggetto culturale, la cui essenza risuona profondamente nelle pratiche quotidiane, nei ricordi e nell'immaginario di milioni di tifosi, rinsaldandone anche la capacità di creare memorie intergenerazionali.

Bibliografia

Bifulco, L. (2019). Il tifoso, lo spettatore, il consumatore. In L. Bifulco, M. Tirino (a cura di), *Sport e scienze sociali. Fenomeni sportivi tra consumi, media e processi globali* (pp. 176–191). Roma: Rogas.

Frandsen, K., (2020). *Sport and Mediatization*, London-New York: Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Martelli, S. (2014). Sports mega-events (2002-2010) and Italian TV audiences. *European Journal for Sport and Society*, 11(3), 227–252.

Rowe, D. (2011). *Global Media Sport*. London: Bloomsbury.

Tirino, M. (2019). La mediatizzazione dello sport: network, audience, organizzazioni sportive. In L. Bifulco, M. Tirino, (a cura di), *Sport e scienze sociali. Fenomeni sportivi tra consumi, media e processi globali* (pp. 148–175). Roma: Rogas.

Tirino, M. (2023). Film e sport. Dinamiche di una relazione mediologica e socio-culturale. In L. Bifulco, A. Formisano, G. Panico, M. Tirino (a cura di), *Sport e comunicazione nell'era digitale* (pp. 33-46). Milano: FrancoAngeli.

Tirino, M. (2025). *La mediatizzazione dello sport. Attori sociali, processi culturali, forme mediali*. Milano: FrancoAngeli.

Wenner, L.A., Billings, A.C. (Eds.) (2017). *Sport, Media and Mega-events*. London-New York: Routledge.

Whannel, G. (2009). Television and the Transformation of Sport. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 205–218.