

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI BOLOGNA
SCUOLA DI LETTERE E BENI CULTURALI

Corso di Laurea Magistrale in
Scienze della Comunicazione Pubblica e Sociale

L'informazione sportiva sul web.
Il caso
"TuttoBolognaWeb"

Tesi di laurea in
Teoria E Tecniche Della Comunicazione Pubblica

RELATORE: Prof.ssa Pina Lalli

CORRELATORE: Prof.ssa Saveria Capecchi

PRESENTATA DA: Marta Daveti

Sessione

III

Anno accademico

2015-2016

INDICE

Introduzione

PARTE I

Capitolo 1. *Il giornalismo online*

- 1.1 La crisi della stampa
- 1.2 La rivoluzione elettronica
- 1.3 Le cinque fasi del giornalismo online
 - Approfondimento 1 - Il “sexgate”
- 1.4 Caratteristiche principali
- 1.5 Le 8 caratteristiche fondamentali delle pubblicazioni online
 - Approfondimento 2 - Il “citizen journalism”
- 1.6 Il “nuovo” giornalista
 - 1.6.1 Gli strumenti di lavoro
 - Approfondimento 3 - Il giornalismo investigativo e Wikileaks

Capitolo 2. *Il giornale online*

- 2.1 Evoluzione e caratteristiche
- 2.2 Le principali componenti
 - Approfondimento 4 – Riassumendo: punti chiave di un giornale online
- 2.3 Le redazioni online

PARTE II

Capitolo 3. *Il giornalismo sportivo sul web*

- 3.1 Il fenomeno del giornalismo sportivo italiano
- 3.2 Internet e il giornalismo sportivo online
 - Approfondimento 5- Il giornalismo sportivo e i social media

Capitolo 4. *TuttoBolognaWeb*

- 4.1 GazzaNet.it
- 4.2 Da TuttoMercatoWeb a GazzaNet
- 4.3 Il sito web
- 4.4 Facebook e Twitter
- 4.5 Il lavoro “sul campo”
- 4.6 La mia esperienza a TBW

Conclusioni

Bibliografia e sitografia

La mia tesi di laurea nasce essenzialmente dall'amore per il mondo dello sport.

Ho sempre considerato lo sport come essenziale per la mia vita. Prima come semplice gioco, come passatempo, come un modo divertente per trascorrere i pomeriggi dopo la scuola; poi come sfogo e come strumento di socializzazione. Dopo di che, crescendo, ho imparato ad apprezzarne anche le regole, la disciplina che ti trasmette, i valori impliciti in qualunque attività fisica, agonistica e non, individuale o di squadra. Mi piace il concetto di sport come palestra di vita. Lo sport, infatti, porta con sé valori che possono, senza alcun dubbio, influenzare l'esistenza di una persona, come disciplina, spirito di sacrificio e impegno.

Come detto, il mio percorso di crescita è stato fortemente basato sullo sport, sia praticato che non. Per questo quando sono arrivata al punto di dover scegliere l'argomento della mia tesi di laurea, non ho avuto dubbi. Ho riflettuto su come poter inserire al meglio il concetto di sport all'interno del mondo della comunicazione, con lo scopo di analizzarne un aspetto odierno affrontando il tema attraverso un punto di vista non banale. Questo, in sintesi, il mio obiettivo. Ovvero approfondire una specifica tematica sportiva in un'ottica attuale ed originale.

Una volta deciso appunto da dove partire, la prima cosa che fatto è stata quella di approfittare dell'opportunità dei tirocini offerta dall'università, ho trovato subito quello che cercavo, ovvero un tirocinio formativo presso TBW, testata sportiva online, dedicata prevalentemente al mondo del BFC.

L'esperienza a TBW non solo mi ha fornito materiale fondamentale per la tesi, ma è stata anche un coronamento di un piccolo sogno, ho imparato tanto e mi ha dato la possibilità di osservare dall'interno il mondo del giornalismo sportivo

La tesi è costituita da due parti, ciascuna delle quali formata da due capitoli. La prima parte tratta il concetto generale del giornalismo online in Italia. Sono partita dalla crisi della stampa fino ad arrivare a descrivere le caratteristiche principali del giornalismo online, le competenze del "nuovo" giornalista, i punti chiave di un giornale online e l'organizzazione delle redazioni online.

Nella seconda parte approfondisco il tema del giornalismo sportivo online mentre l'ultimo capitolo è dedicato a TBW. Come e quando prende forma il progetto, il sito web e i social network attraverso i quali informa ed interagisce con i tifosi, come lavora e come è organizzata la redazione, per finire con il racconto della mia esperienza.

TBW, online da gennaio 2013, è il canale del Bologna Fc 1909 su Gazzanet. Il portale, segue a 360° tutto il mondo del Bologna Fc: calciomercato, prepartita, diretta e post partita, interviste, eventi e comunica con i lettori tramite Facebook, Twitter ed il proprio sito web. Sono inoltre presenti notizie sulle squadre di basket della città, Virtus e Fortitudo. Come ho detto, TBW fa parte di GAZZANET, il recentissimo network della Gazzetta dello Sport.

Il progetto TBW inizia a prendere forma nel 2012, anno in cui all'interno del portale TuttoMercatoWeb si trova un posto vacante per quanto riguarda appunto la città di Bologna.

L'opportunità viene colta dalla redazione della radio universitaria AlmaRadio, all'interno della quale era già esistente un'importante e ben avviata sezione riguardante lo sport, la quale si propone ed ottiene il posto. Affiliata a

TuttoMercatoWeb, la testata giornalistica di Bologna cresce, diventando il più importante punto di riferimento online per lo sport della città. Dell'importanza di TBW se ne è accorta appunto recentemente anche la Gazzetta dello Sport che la scelta come punto di riferimento per la città di Bologna. Un passo importante che garantisce alla redazione visibilità nazionale.

Attualmente la redazione si compone, oltre al direttore, di una persona assunta (il caporedattore), di tre collaboratori e di sei tirocinanti provenienti dall'Università di Bologna. Oltre ai classici social network, TuttoBolognaWeb ha una trasmissione su Nettuno Tv ed uno spazio live su Radio Nettuno, canali attraverso i quali si dà voce alle notizie, si ha l'opportunità di intervistare volti noti, di approfondire e di discutere i principali eventi sportivi.

I SOCIAL NETWORK rivestono un ruolo fondamentale per la testata, in quanto rappresentano un canale di diffusione e, soprattutto, di comunicazione e scambio d'opinione. Questo scambio di opinioni è fondamentale nel giornalismo di oggi e, ancora di più, per quanto riguarda il giornalismo sportivo. Tutti coloro che seguono lo sport sono in qualche modo anch'essi degli "esperti", hanno conoscenze e teorie che vogliono esprimere, mettendosi al pari dei giornalisti. Il tifoso oggi è un tifoso sempre più competente che non accetta opinioni imposte dalla carta stampata o dal web. Per questo il giornalista sportivo deve sempre di più mettersi al servizio del lettore ed essere pronto a discussioni e critiche. Social network come Facebook e Twitter sono piattaforme ideali per far sì che il giornalista incontri il tifoso e si metta "al suo servizio". (I social rappresentano una grandissima opportunità ma anche un grossissimo rischio. Infatti, alla redazione capita spesso di censurare commenti maleducati e offensivi pubblicati sotto le varie notizie. Sui social le persone si sentono autorizzate a scrivere ciò che vogliono e ogni tanto si leggono offese e insulti che la redazione è chiamata ad eliminare.)

II LINGUAGGIO. Inutile dire come la redazione utilizzi un linguaggio particolare. Il linguaggio sul web è molto importante. Innanzitutto, il titolo. Deve essere accattivante, stimolante. Il lettore deve essere invaso dalla curiosità di leggere la notizia dal titolo. È sostanzialmente lo spot per vendere al meglio il pezzo. Sfora un buon titolo e avrai tantissime letture. Il contenuto ovviamente non può scadere fin dalle prime parole. Se fai un buon titolo ma addormenti il lettore dopo due righe annulli tutto quello che di buono avevi fatto prima. Per la non sempre felicità del giornalista, il web, per via del suo effetto immediato, deve produrre articoli brevi e che raccontino tutto in poche righe. Molto spesso, il fruitore del servizio è l'impiegato che dal suo ufficio in 5 minuti si documenta il più velocemente possibile non avendo il tempo di mettersi a leggere un quotidiano approfonditamente. Di conseguenza, il lettore vuole tutto e subito. Per tenere alta l'attenzione del lettore è quasi obbligatorio utilizzare periodi brevi e concisi inserendo, ad esempio, qualche punto in più al posto di qualche virgola.

IL LAVORO SUL CAMPO. La squadra di TuttoBolognaWeb è essenzialmente impegnata 24 ore su 24. Il web deve arrivare prima, la notizia in internet deve apparire subito, deve essere comunicata con largo anticipo rispetto ai quotidiani. In linea di massima, quindi, è impossibile per un giornalista avere un orario di ufficio stabilito. Gli

avvenimenti possono accadere in qualsiasi momento. Ad esempio durante il calciomercato. Se un colpo di mercato avviene durante la notte, il giornalista web è chiamato ad alzarsi e ad essere sempre sul pezzo.

Entrando nello specifico, la giornata per la redazione di TBW è divisa in due parti. La mattina è spesso dedicata alla rassegna stampa dei principali quotidiani, il resto della giornata viene incentrato sugli eventi, sulle interviste esclusive o sulle eventuali partite in diretta. Nel web l'obiettivo è quello di inondare la rete di news a più non posso. A tutto questo si aggiungono anche le rubriche di 'opinione', quindi con un lavoro non solo incentrato sulla notizia (informare i lettori), ma anche sul commento della stessa. I compiti vengono distribuiti tramite continue riunioni di redazione, le quali non possono essere paragonate a quelle delle testate cartacee. A TBW i contatti tra giornalisti, direttore della testata e i vari responsabili sono continui, questo perché se giunge una notizia la redazione deve subito capire come verificarla ed eventualmente pubblicarla, sfruttando ovviamente la tecnologia che consente di effettuare una mini riunione senza per forza doversi incontrare fisicamente.

LA MIA ESPERIENZA. Il mio lavoro si svolgeva di mattina e consisteva sia nella rassegna stampa dei principali quotidiani sportivi locali (una volta individuati gli articoli più interessanti sul Bologna Fc e sul basket, li rielaboravamo mettendoli in rete).

Durante il mio tirocinio ho imparato a rielaborare un articolo, come utilizzare il virgolettato e le citazioni, come citare le fonti. Ho imparato a scrivere per il web, a scegliere le parole giuste, le parole più "d'impatto", ad elaborare articoli e titoli corti ma efficaci. Ho potuto osservare dall'interno le dinamiche di una redazione web sportiva. Non devono mancare sinergia tra i vari componenti, capacità organizzativa, voglia di fare, curiosità, interesse, intraprendenza e, soprattutto, passione.

Bibliografia

Anderson C.W., Bell E., Shirky C., "Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present", New York, Columbia Journalism School, 2012.

Bruno N., Mastronardo R., "La scimmia che vinse il Pulitzer: personaggi, avventure e (buone) notizie dal futuro dell'informazione", Milano, Bruno Mondadori, 2011.

Calvo M., Ciotti F., Roncaglia G., Zela M.A., "Frontiere di rete", Roma, Bari, Laterza, 2001.

Cucci I., Germano I.S., "Tribuna stampa. Storia critica del giornalismo sportivo da Pindaro a Internet", Roma, Il Minotauro, 2003.

Carlini A. "La preghiera del mattino nell'età del web" in "Problemi dell'informazione", n.4, dicembre 2001.

Gaggi M., "Il caso della falsa Amina. Così la censura dei regimi farà nascere leggende online" in "Corriere della Sera", 14 giugno, 2011, p.20.

Gozzini G., "Storia del giornalismo", Milano, Bruno Mondadori, 2011.

Kian, E. M., & Murray, R., "Curmudgeons but Yet Adapters: Impact of Web 2.0 and Twitter on Newspaper Sports Journalists' Jobs, Responsibilities, and Routines", # ISOJ Journal, 4(1): 61-76, 2014.

Mancini P., "Media Fragmentation, Party System and Democracy" in Antiseri D., (cur.), "La responsabilità del filosofo. Studi in onore di Massimo Baldini, Rubbettino, Soveria Mannelli", 2012, pp. 481-499.

Papuzzi A., "Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole", Roma, Donzelli, 2010.

Pratellesi M., "New Journalism. Dalla crisi della stampa al giornalismo di tutti", Milano, Torino: Bruno Mondadori, 2013, p. 313.

Riotta G., "Il web ci rende liberi?", Torino: Einaudi, 2013, p.138.

Roidi V., "La fabbrica delle notizie. Piccola guida ai quotidiani italiani" Roma, Laterza, 2004, p. 189

[Shaw](#) E., "Agenda Setting and Mass Communication Theory", in Gazette (international Journal for Mass Communication Studies) vol. XXV, n.2, 1979.

Shirky C., "Planning for Web Services: Obstacles and Opportunities", Sebastopol, O'Reilly, 2002

Shirky C., "Uno per uno, tutti per tutti. Il potere di organizzare senza organizzazioni", Torino, Codice Edizioni, 2009.

Sorrentino C., Bianda E., "Studiare giornalismo. Ambiti, logiche, attori", Roma, Carocci, 2013.

Spaletta M. (cur.), Ugolini L. (cur.), "Sportnews. Modi e mode del giornalismo sportivo italiano", Roma, Napoli: UCSI- UniSOB Editori, 2013.

Sitografia

Business UNIT, Digital marketing, "La guida al SEO per principianti", in <http://www.neoseo.it/guida-seomoz/> (Consultato il 13 dicembre 2015)

DEDO. Social network platform, " Creare un social network giornalistico: le nuove frontiere dell'editoria digitale online", in <http://www.dedonet.it/tag/editoria-digitale/> (Consultato il 6 novembre 2015)

EditoriaTV, il portale dell'editoria italiana, "Giornali in crisi: si salvano solo quelli online" in <http://editoria.tv/editoria/giornali-cri-si-salvano-solo-quelli-line/> (Consultato il 29 novembre 2015)

EJO European Journalism Observatory, "Perché il giornalismo sportivo non è di serie B", Sara Sbaffi, 10 febbraio 2012, in: <http://it.ejo.ch/giornalismi/perche-il-giornalismo-sportivo-non-e-di-serie-b> (Consultato il 10 gennaio 2016).

EJO European Journalism Observatory, " Il giornalismo sportivo, i mondiali e i social media", Marco Bardus, 11 luglio 2014, in <http://it.ejo.ch/digitale/giornalismo-sportivo-mondiali-social-media> (Consultato il 13 dicembre 2015).

Festival del giornalismo, "Emily Bell: cosa i giornalisti devono assolutamente fare", in: <http://www.festivaldelgiornalismo.com/post/30505/> (Consultato il 28 gennaio 2016).

GazzaNet, "GazzaNet, "Il network della Gazzetta dello Sport", in <http://gazzanet.gazzetta.it/network/> (Consultato il 25 gennaio 2016).

PrimaOnline Comunicazione, "Diffusione stampa (Ads) febbraio 2015" in <http://www.primaonline.it/2015/04/16/201215/ecco-i-nuovi-dati-ads-di-diffusione-di-quotidiani-e-settimanali-a-febbraio-e-dei-mensili-a-gennaio-ads/> (Consultato il 29 novembre 2015)

TuttoBolognaWeb, in <http://www.tuttobolognaweb.it/redazione/> (Consultato il 15 gennaio 2016).

YouthMedia, "Il giornalismo d'inchiesta, dal Watergate a Wikileaks", in: <http://www.youthmedia.eu/media/115191-il-giornalismo-d-inchiesta-dal-watergate-a-wikileaks> (Consultato il 10 gennaio 2016).