Contributo di Paola Rizzi, vicepresidente GiULiA giornaliste

Zero titoli e doppi standard: la rappresentazione dello sport femminile nei media italiani

Lo sport è ampiamente riconosciuto come una delle piattaforme più potenti per promuovere l'uguaglianza di genere e l'emancipazione femminile, rendendo la sua copertura mediatica cruciale per plasmare norme e superare stereotipi. Nonostante ciò, l'analisi della stampa italiana rivela due problemi principali e interconnessi: la cancellazione della realtà sportiva femminile e l'applicazione di doppi standard nella narrazione.

La copertura mediatica dello sport femminile è quotidianamente incredibilmente bassa, un vero e proprio "buco nero" che cancella le prestazioni delle atlete, salvo rare eccezioni, come le Olimpiadi o nel caso di prestazioni straordinarie, per esempio nel volley o, con dinamiche asimmetriche, nel tennis, non tanto per gli incredibili meriti delle tenniste, quindi, ma per l'effetto Sinner che ha riacceso, giustamente , l'attenzione dei media e che illumina in modo discontinuo le compagne di squadra. Ma la quotidianità dello sport femminile è costantemente fuori dai radar. L'osservatorio permanente di GiULiA Giornaliste, tramite la rassegna stampa Sui generis, ripresa anche da Soroptimist, ha monitorato come i quotidiani, compresa la Gazzetta dello sport, possano dedicare zero spazio allo sport femminile per giorni o settimane intere, nemmeno una breve. Questo dato è supportato dal Global Media Monitoring Project (GMMP), la più importante indagine internazionale su donne e informazione, uno dei molti progetti legati alla piattaforma di Pechino dell'Onu del 1995 nata per promuovere la parità di genere a livello globale: nelle anticipazioni dell'ultimo rapporto GMMP in uscita nel 2025, il settimo, è stata introdotta la categoria dello sport, dove si evidenzia che proprio questo è il settore delle news dove le donne sono meno rappresentate, il 15% dei soggetti della notizia, contro il 26 % in media. Inoltre le donne non sono quasi mai interpellate a titolo di esperte.

Come detto ci sono delle eccezioni, sulla spinta anche di policy importanti che favoriscono buone pratiche. Lo abbiamo visto con le Olimpiadi di Parigi, quelle della parità al 50 % tra atlete e atleti e alle linee guida del Cio per una corretta informazione sui giochi. L'azione positiva delle Olimpiadi e del Cio ha impresso dei cambiamenti e infatti i dati presentati dall'Osservatorio di Pavia dopo i giochi, a proposito della copertura da parte delle televisioni italiane, hanno evidenziato una copertura paritaria, addirittura sono state intervistate più le atlete degli atleti, mentre ancora lacunoso è stata il ricorso alle commentatrici e alle esperte, solo il 26% erano donne. Un tema che riguarda non solo lo sport ma tutti i settori: i nostri media fanno fatica ad individuare donne competenti da interpellare, anche se ci sono. Da qui l'impegno di GiULiA insieme all'Osservatorio di Pavia e a Fondazione Bracco nel predisporre una banca dati di esperte, che si chiama 100esperte, che ora ha una importante sezione dedicata anche allo sport. Un database a disposizione di giornalisti e giornaliste che dicono, ancora oggi, di non riuscire a trovare donne esperte.

Conta anche molto chi fa l'informazione sportiva, chi è nella stanza dei bottoni delle redazioni sportive: sono ancora pochissime le donne ai vertici nonostante sempre più giornaliste si occupino di sport. Difficilmente, crediamo, una vicedirettrice avrebbe titolato "Il trio delle cicciottelle" come è successo su un quotidiano, a proposito delle tre arciere vincitrici di uno storico bronzo alle Olimpiadi di Rio nel 2016. Ma la strada è molto in salita per le giornaliste sportive. Cito tre esempi:

il caso della telecronista Greta Beccaglia che nel 2019 ricevette una pacca sul sedere in diretta tv da un tifoso e da studio le dissero di non prendersela: la normalizzazione delle molestie, un tema che attraversa tutti i settori, dal giornalismo allo sport e di cui si parla troppo poco. Per fortuna quell'evento, grazie al fatto che è stato registrato, ha creato consapevolezza, anche se Beccaglia ha pagato un prezzo alto, ossia una tempesta di hate speech e odio social che credo la perseguiti ancora. Un destino simile che ha colpito recentemente anche Elisa Pero, la giornalista di Sky che ha fatto la telecronaca della partita di Sinner a Wimbledon accusata sui social di essere stata troppo asciutta e tecnica e poco tifosa. E così come ci sono problemi di equa rappresentanza ai vertici degli organismi sportivi ce ne sono nei media e negli organismi della categoria. Una foto del direttivo del Unione Stampa Sportiva Italiana mostra 19 uomini e una sola donna, altro che tetto di cristallo.

Chiudo citando l'altra forma di invisibilizzazione dello sport femminile, oltre al non parlarne proprio, che è parlarne male o parlare d'altro.

Sappiamo che la grammatica è politica e non declinare al femminile le varie figure tecniche, per esempio arbitra o arbitro, è una scelta politica. Molto scalpore ha destato il fatto che Il ct della nazionale femminile di calcio Andrea Soncin in diverse dichiarazioni riportate dai media abbia usato, per forza di cose, ma non era evidentemente scontato, il femminile sovraesteso: «Siamo state brave». Quando non ci stupiremo più sarà un traguardo raggiunto.

Un altro vizio è considerare il maschile e lo sport maschile lo standard, il metro di misura di qualunque prestazione. Come nel caso della nuotatrice Katie Ledecky definita "la Michael Phelps in gonnella".

Infine uno dei gap più evidenti è in un racconto mediatico che presta sempre troppo poca attenzione alla prestazione sportiva e più al contorno di colore e in modo sistematico al corpo delle atlete, accanto al gossip e all'eterna domanda che ogni atleta si sente fare: quando metterà su famiglia, farà figli ecc... Questa asimmetria narrativa non è affatto neutra: contribuisce a rafforzare una gerarchia simbolica in cui lo sport maschile viene percepito come " normale" e quello femminile come eccezione o semplice intrattenimento, colore e non gesto tecnico.

Il contrasto a questo smodato uso del doppio standard e dello stereotipo era al centro del manifesto "Media, Donne, Sport: idee guida per una diversa informazione", promosso nel 2019 da GiULiA insieme a Uisp (Unione nazionale Sport per tutti), un breve decalogo che riassume queste raccomandazioni. Utili poi sono anche le campagne social come quella realizzata da Mediaforfairplay.eu per il progetto finanziato dall'Unione europea GenderEd coalition.

Passi avanti ne sono certamente stati fatti, ma molto c'è ancora da fare e il rischio del passo indietro, come vediamo anche in altri settori, è dietro l'angolo.