

Unione Italiana Sport Per tutti



SELEZIONE STAMPA

(A cura dell'Ufficio stampa Uisp nazionale)

Data 25-26-27/08/2007

ARGOMENTI:

- Autodisciplina sportiva: il "Codice media e sport"
- Violenza negli stadi: le dichiarazioni di Abete e l'iniziativa della Volkswagen (2 art.)
- Il successo del rugby
- Scuola e sport: il colpo di spugna sull'atletica
- Tris di pronunce della Corte europea sulla libertà di stampa

AUTODISCIPLINA IN CAMPO E FUORI

GIOVANNI VALENTINI

La vittoria è passione con distacco.

(da "Lo spirito del golf applicato alla vita"

di Deepak Chopra - Sperling & Kupfer, 2003 - pag. 130)

QUELLO che era, e forse è tuttora, il campionato di calcio più bello del mondo ricomincia oggi con una novità mediatica che potrebbe influire positivamente sul gioco e sul tifo, all'insegna di una maggiore autodisciplina sia in campo che fuori. Dobbiamo augurarcelo tutti insieme, calciatori, dirigenti sportivi, spettatori e in particolare noi giornalisti, operatori della comunicazione, per evitare che un grande spettacolo come questo degeneri ancora in violenze, barbarie, scontri fisici e risse verbali. Ciò che presuppone, evidentemente, un impegno comune nel senso della responsabilità e della moderazione.

La novità è il Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni sportive, denominato "Codice media e sport", promosso dai ministri Giovanna Melandri e Paolo Gentiloni e sottoscritto prima delle ferie estive dall'Ordine dei giornalisti, dalla Federazione della stampa e dalla Federazione editori di giornali. Un patto di autodisciplina, insomma, che coinvolge innanzitutto le emittenti televisive e radiofoniche. Ma che va esteso e applicato anche alla carta stampata, con un'adesione spontanea di tutti i giornali, sportivi e non sportivi.

Il primo obiettivo del Codice è che «non siano veicolati messaggi di complicità, di incitazione o di legittimazione nei confronti delle violazioni di legge». E invece a molti di voi sarà capitato, magari entrando in un bar o salendo in taxi, di ascoltare su qualche radio locale programmi a dir poco irresponsabili, fanatici e aggressivi, di istigazione alla violenza nei confronti dei tifosi avversari o addirittura delle forze dell'ordine. Come pure di assistere a "processi" televisivi, anche su reti nazionali, che non hanno nulla a che fare con la giustizia e con il rispetto della legge.

Da qui, il richiamo al Testo unico della radiotelevisione che già vieta «messaggi di incitamento all'odio o che inducano ad atteggiamenti di intolleranza», nella consapevolezza che i mezzi di comunicazione di massa possono contribuire a «prevenire e arginare la violenza legata agli eventi sportivi, in particolare quello calcistici». Il sacrosanto diritto di cronaca e di commento, dunque, non può contemplare «il ricorso a espressioni minacciose o insultanti», ma piuttosto implica il dovere di «stigmatizzare, in occasione degli eventi sportivi, le condotte lesive dell'integrità fisica delle persone, della loro dignità e dei beni di proprietà pubblica e privata». Un ruolo attivo, appunto, destinato a informare e in qualche misura anche a formare il pubblico dei tifosi, a cominciare da quelli più giovani ed esasperati.

Il "Codice media e sport" prevede anche che in caso di violazioni da chiunque commesse nel corso di trasmissioni radiofoniche o televisive, compresi gli ospiti e gli interlocutori telefonici o via Internet, il conduttore si dissciolga immediatamente da tali interventi e «ricorre ai mezzi necessari - fino all'eventuale disposizione di una pausa

della trasmissione o la sospensione di un collegamento, o l'allontanamento del responsabile - per ricondurre il programma entro i binari della correttezza». Per le trasmissioni registrate, le emittenti e i fornitori di contenuti s'impegnano a «procedere al preventivo controllo del contenuto», escludendo episodi che costituiscano violazioni del Codice. Il compito di controllo è affidato, anche in questa materia, all'Autorità sulle comunicazioni che purtroppo avrà subito il suo da fare se Mediaset e Sky già annunciano le telecronache ultrà, con commenti di parte e la partecipazione di giornalisti tifosi.

Fin qui le nuove regole. E non c'è che da compiacersi con i due ministri dello Sport e delle Comunicazioni per averle promosse, oltre che naturalmente con tutti i soggetti che le hanno sottoscritte. Ma, come l'esperienza insegna, i codici e le norme camminano con le gambe degli uomini e in questo caso innanzitutto con quelle dei calciatori: nel senso che spetta a loro, in primo luogo, cominciare a comportarsi diversamente in campo e fuori, dimostrando lealtà e correttezza, rinunciando a gesti plateali, abbandonando atteggiamenti isterici o ribelli.

Da professionisti del pallone, compensati a suon di milioni, sono proprio i giocato-

ri che devono dare il buon esempio. Nel bene o nel male, che se ne rendano conto o meno, per un gran parte dei tifosi rappresentano un modello di comportamento, da emulare e imitare nei gesti, nelle abitudini e perfino nei tic. A loro, dunque, spetta una grande responsabilità

anche sul piano mediatico: del resto, è quello che fanno quando diventano testimonial pubblicitari di questo o quel marchio.

Poi, certo, c'è la funzione dei mezzi di comunicazione di massa che di volta in volta possono amplificare, correggere o distorcere le azioni dei campioni sportivi come quelle delle star dello spettacolo. E non è certamente una responsabilità da meno. Si tratta, da una parte, di valorizzare i comportamenti virtuosi, come quello del giocatore che ammette un fallo e si scusa con l'avversario; e dall'altra, di stigmatizzare le scorrettezze, gli eccessi di aggressività o le violenze, in modo che non diventino appunto un modello di slealtà o di furbizia per il pubblico, meno maturo.

Possiamo dire, allora, che il nuovo Codice è senz'altro utile e apprezzabile, ma che occorre soprattutto una nuova cultura sportiva, fondata sul rispetto delle regole, degli avversari e anche degli arbitri? Il campionato di calcio è in questo senso una grande vetrina individuale e collettiva. E se i mass media - oltre a pubblicare le pagelle del rendimento in campo - compilassero regolarmente anche quelle della condotta o magari una classifica del fair play, squadra per squadra, in base ai falli commessi, alle ammonizioni, alle espulsioni e alle squalifiche, forse renderebbero un servizio in più allo sport e a tutta la società.

(sabato@repubblica.it)

LA REPUBBLICA

25/08/2007

STADIO CHIUSO AI MILANISTI

Abete: «Speriamo sia un'eccezione»

A casa anche i 632 bambini di Genoa Club for Children che hanno fatto la tessera

GRIMALDI-TIMOSI

Scusate, bambini, ma questa non è una gara di calcio: «La partita con il Milan non ha nessun connotato di normalità». Firmato: lo staff di Genoa Club for Children, che ieri sera ha ufficializzato la propria resa di fronte al cielo nero che sta accompagnando la lunga vigilia della gara con i rossoneri, dodici anni dopo l'omicidio di Claudio Spagnolo. Adesso bisognerà spiegare perché ai 632 piccoli genoani, di età compresa fra i 7 ed i 14 anni, che avevano aderito quest'anno all'iniziativa che prevede un apposito settore della tribuna superiore riservato ai genoani in erba. E non sarà facile.

TRASLOCO Ieri, sul sito www.tifo.net, è comparso brevemente un messaggio degli ultrà rossoneri, che annunciavano la loro intenzione di raggiungere comunque domani Genova in treno, nonostante la chiusura del settore ospiti del Ferraris e l'ordinanza in tal senso firmata dal prefetto di Genova, Giuseppe Romano. Insomma, nel capoluogo ligure la tensione è altissima: perché se da una parte è innegabile l'assurda volontà di una minoranza rossoblu di vendicare l'assassinio di *Spagna*, dall'altra c'è quella dei rossoneri di sfidare il divieto. Perciò, ieri, i sindacati di Polizia Sap, Sappe e Sapaf hanno ribadito a Genova la necessità di un nuovo impianto situato in una zona più sicura della città. Definendo quello di domani «un provvedimento tampone, perché si impedisce l'acquisto dei biglietti solo a gruppi organizzati, ma non ai singoli. Non si può andare avanti sperando che tutto vada bene, serve una legge chiara e restrittiva che non permetta più che si muoia per una partita di calcio». Con un messaggio forte e chiaro: sarebbe stato meglio far giocare Genoa-Milan a porte chiuse, o in un'altra sede.

DELUSIONE L'inizio della nuova stagione, insomma, non è dei migliori. Lo hanno ribadito ieri il presidente della Federcalcio, Giancarlo Abete e quello della Lega di A e B, Antonio Matarrese. «Come Federazione, insieme alla Lega, abbiamo già presentato il nostro rammarico al prefetto di Genova — ha spiegato Abete — Ora non ci resta che sperare che sia un'eccezione e che la prossima stagione sia più serena». Chiaro anche il messaggio di Matarrese: «Come si fa ad essere d'accordo con una decisione così? Volevamo iniziare con una grande festa. Mi auguro che questo episodio non si ripeta», anticipando che chiederà «un incontro con tutti i prefetti per poter avere e seguire in futuro una strategia unica».

ASSEDIO E mentre della famiglia Spagnolo domani allo stadio ci sarà solo la sorella di Claudio, Romina, Genova si prepara a una domenica in stato d'assedio: trattandosi di una gara a rischio 4 (il livello massimo di allerta) verranno mobilitati circa 800 uomini, che già da stanotte presidieranno stazioni, caselli autostradali e le principali vie di accesso al capoluogo ligure. Con un imperativo: fermezza.

INIZIATIVA VOLKSWAGEN

A scuola di tifo nelle elementari

Il caso-Genova di questa settimana, ma più in generale la situazione del calcio italiano, ripropone il tema cardine: reprimere la violenza, controllarla o ripartire da zero sul piano culturale? Cosa è più urgente? Gli sponsor non hanno dubbi, e qualcuno si è già fatto parte attiva, come la Volkswagen entrata nel calcio sia come fornitore ufficiale della Nazionale, sia con il progetto Junior World Master (torneo che nel 2007 ha coinvolto oltre 2.500 ragazzi tra gli 11 e i 13 anni) e il più ambizioso progetto «Scuola di tifo» riservato invece alle elementari.

La Volkswagen ha pensato di ripartire dalle scuole perché i più piccoli appassionati imparino quanto è importante ma soprattutto bello e divertente tifare per la propria squadra e non contro quella avversaria. Un percorso educativo, quello progettato da Volkswagen, che con la collaborazione degli insegnanti metterà in evidenza rispetto, correttezza e civiltà. Così da gettare le basi per una generazione di sportivi che siano in grado di non perdere mai di vista le regole della convivenza civile.

A ogni classe, Volkswagen invierà un kit studiato da un'equipe di pedagogisti in cui gli alunni troveranno gli strumenti didattici utili: il regolamento del gioco e poster che illustrano tutte le regole del tifo.

LA GAZZETTA DELLO SPORT

25/08/2007

La maglia azzurra va in meta

A CURA DI
Giacomo Bagnasco

Per gli italiani è sempre meno un oggetto misterioso. La palla ovale, simbolo del rugby, continua ad acquisire popolarità. E il 2007 propone alla Nazionale una doppia chance. Nei primi mesi dell'anno l'appuntamento annuale del Sei Nazioni si è concluso per la prima volta con due vittorie all'attivo (su cinque partite) ed è stata rugbymania. Adesso arriva la Coppa del Mondo: l'Italia, che esordisce l'8 settembre a Marsiglia contro l'inarriovabile Nuova Zelanda, può cercare di fare suo il tris di partite con Romania, Portogallo e Scozia, ottenendo così l'accesso ai quarti di finale, obiettivo mai raggiunto in precedenza.

Asperarci non sono solo i supporter (che si sposteranno in migliaia sul suolo francese, destinato a ospitare la manifestazione quasi per intero), ma anche le aziende collocate nell'orbita della Nazionale. È il caso di Atleticom, che per la Fir (Federazione italiana rugby) gestisce il sito www.federugby.it e il merchandising ufficiale, realizzato in gran parte da Kappa. Dalle maglie alle cravatte, dai cappellini

ai palloni, la vendita avviene online, attraverso il sito stesso, e agli stand allestiti per le partite interne dell'Italia. «Gli introiti si ripartiscono a metà tra i due canali — rileva il titolare di Atleticom, Camillo Franchi Scarselli —. Nel 2006 siamo saliti a oltre 100mila euro e questo è solo un punto di partenza. Tutti gli indicatori ci dicono che le cifre potrebbero decollare sulla spinta del Mondiale e moltiplicarsi per tre, per quattro. Soprattutto grazie all'online, che ci porta ad avere clienti in tutto il mondo».

Kappa, sponsor tecnico dal 1999, fornisce le divise da gioco e per il tempo libero. Attualmente tra merce e corrispettivi economici veri e propri la sponsorizzazione vale circa 700mila euro all'anno. Il contratto scade nel 2008 e di recente è stato rinnovato fino al 2012, portando la somma a ridosso del milione di euro. La collezione con cui viene commercializzato il materiale legato alla Nazionale, Eroi Italia Fir, comprende felpe, "repliche" della maglia da gioco, polo, t-shirt, cappellini. Quest'inverno, dopo le due vittorie consecutive in casa della Scozia e a Roma con il Galles, c'è stato il boom: secondo i dati forniti, sul mercato italiano in tutto il 2006 erano stati consegnati ai rivenditori 15mila pezzi, mentre da gennaio a giugno 2007 si è arrivati a 32mila. E il fatturato è passato da 600mila a 1,1 milioni di euro. Sostanziosa la crescita anche all'estero, con 15mila articoli nella prima metà del 2007. Per Maurizio Vitale, responsabile marketing, «la relazione con la Fir sposa perfettamente la natura e le aspirazioni di Kappa: brand dal carattere e dal prodotto sportivo, multidisciplinare a forte connotazione italiana».

Quello dell'azienda piemontese sarà l'unico marchio presente sulla maglia della squadra in occasione del Mondiale, perché per le

partite della manifestazione sono ammessi solo gli sponsor tecnici. Stavolta niente visibilità diretta per Cariparma e Piacenza, che dal 2007 è il main sponsor e sborserà 1,1 milioni di euro all'anno fino al 2009. «La Coppa del Mondo — sottolinea Giampiero Maioli, direttore generale dell'istituto di credito — riveste comunque un'importanza fondamentale. Le abbiamo collegato una serie di iniziative. L'interesse per il rugby della nostra capogruppo, Crédit Agricole, e il fatto che il Mondiale si disputi in Francia hanno fornito senz'altro uno stimolo in più. Ma a spingerci verso la sponsorizzazione dopo che siamo usciti dal calcio sono state soprattutto la volontà di rivolgerci a un target di età tra i 18 e i 40 anni e l'identità con i valori espressi da questo ambiente».

«Anche al di fuori della Coppa del Mondo — spiega il presidente federale Giancarlo Dondi — sulla maglia possono stare al massimo due marchi. E allora per tutti gli altri studiamo pacchetti ad hoc finalizzati all'utilizzo dell'immagine della Nazionale». Un discorso in grado di convincere più di un investitore, a partire dalla Edison, che versa 750mila euro annui, e dalla Regione Valle d'Aosta, che ha anche ospitato il lungo ritiro pre-mondiale.

La Fir vede aumentare continuamente il giro d'affari e prevede di chiudere il 2007 con entrate per 24 milioni di euro, somma cresciuta del 60% nel giro di quattro anni. Oltre 10 milioni arrivano dalla spartizione della "torta" del Sei Nazioni. Invece, puntualizza Dondi, «la partecipazione alla Coppa del Mondo non garantisce introiti diretti, ma i guadagni realizzati dall'International Rugby Board (l'equivalente della Fifa nel calcio, ndr) saranno ripartiti nel quadriennio successivo e all'Italia, entrata nelle prime dieci del ranking mondiale, dovrebbe spettare più che ad altri».

Intanto il numero degli atleti tesserati, comprese le donne e le categorie giovanili, è ormai vicinissimo a quota 50mila: un record. L'Italia ai quarti di finale porterebbe altra linfa, su questo nessuno nutre dubbi, anche se la mancata trasmissione delle partite in chiaro ridurrà inevitabilmente la platea dei telespettatori. Tra l'altro, vivai sempre più ampi (in aggiunta a iniziative come l'Accademia federale di Tirrenia riservata a giovani emergenti, su cui la Fir investe un milione di euro all'anno) consentirebbero di limitare in prospettiva il ricorso a giocatori oriundi o "equiparati".

Sitratta, adesso, di centrare il traguardo fissato per i Mondiali, entrando nelle prime otto. L'avversario con cui fare i conti sarà molto probabilmente la Scozia, da affrontare nell'ultimo match del girone, il 29 settembre a Saint-Étienne. «È vero che quest'anno li abbiamo battuti sul loro terreno — conclude Dondi — ma siamo sostanzialmente alla pari e gli scozzesi hanno maggiore tradizione, sono più collaudati per questi avvenimenti. Insomma, sarà durissima. D'altronde non sarebbe logico pensare che un'occasione storica, in grado di aprire nuovi cicli e scenari, si possa cogliere facilmente».

IL SOU 24 ORE

27/08/2007

SCUOLA, COLPO DI SPUGNA SULL'ATLETICA

di Pasquale Coccia

Non fatevi ingannare dallo spettacolo degli atleti bionici che hanno proposto il loro show sulle piste di Osaka in Giappone per i campionati mondiali di atletica. Se lo spettacolo ha risposto alle attese, la realtà invece suona tutta un'altra musica. Almeno in Italia. E pensare che i Mondiali vennero inventati da un italiano, quel Primo Nebiolo che è stato presidente della federazione internazionale di atletica leggera negli anni '80, come manifestazione intermedia tra un'olimpiade e l'altra.

Fino ad alcuni decenni fa gli atleti più bravi che partecipavano alle manifestazioni internazionali, erano espressione del movimento sportivo del proprio Paese e non del doping, come succede oggi. Non di rado quei campioni avevano trovato nella scuola l'occasione per vivere l'emozione delle prime gare e medaglie, come ac-

cadde a Pietro Mennea

Oggi in Italia la situazione è molto diversa. A scuola i ragazzi non corrono più, attratti da altri modelli sportivi espressione di soldi, fama e belle donne. Il ministero della Pubblica Istruzione e il Coni, ormai da un buon decennio hanno abbandonato quegli insegnanti di educazione fisica, che soprattutto nelle periferie delle grandi città avevano dato vita a società sportive di atletica dentro la scuola dove insegnavano, in stretta collaborazione con i genitori degli studenti, che volevano i propri figli nelle istituzioni scolastiche al seguito di figure educative, convinti che quella fosse un'occasione formativa e alternativa alla strada. In quegli anni a vincere i campionati studenteschi di atletica, erano soprattutto gli studenti degli istituti professionali e dei tecnici industriali. Oggi non è più così, l'atletica è quasi scomparsa dalla scena e i campionati studenteschi registrano una

partecipazione sempre più esigua di scuole e città che in passato avevano fornito promettenti leve.

Nella provincia di Como, che alle superiori conta 17.494 studenti provenienti da 51 scuole statali e non, hanno preso parte alle gare di atletica 4 ragazzi e 2 ragazze. In provincia di Firenze, dove vi sono 34.596 studenti delle superiori di 83 istituti superiori, hanno preso parte alle gare 13 ragazzi e 10 ragazze. Non cambia la situazione se si va al sud, nella provincia di Bari, proprio quella che avviò Pietro Mennea, su 86.242 studenti delle superiori ha visto cimentarsi nelle gare di atletica leggera appena 28 maschi e 13 femmine. Una speranza viene da Varese, tra i 35 mila studenti hanno gareggiato 30 studenti e 29 studentesse, una percentuale altissima, se confrontata con altre realtà italiane, dove un ricco patrimonio sportivo si è gradualmente dissolto sotto gli occhi distratti di istituzioni scolastiche e sportive.

VITA NON PROFIT MAGAZINE

25/31-08-2007

Diritti dell'uomo. Tris di pronunce della Corte europea Strasburgo tutela la stampa

Marina Castellaneta

La libertà di stampa non si tocca. Lo dice la Corte europea dei diritti dell'uomo che, con tre sentenze, ha allargato la portata della libertà di espressione dei giornalisti, comprimendo la tutela del diritto alla reputazione dei politici e ha fornito i parametri che i tribunali nazionali devono seguire per calcolare i risarcimenti nei casi di diffamazione.

Quest'aspetto è stato oggetto della sentenza di condanna alla Grecia (caso Lionarakis), che aveva inflitto un'ammenda a un giornalista, senza valutarne la situazione finanziaria. Nel calcolare il risarcimento a un politico diffamato, i tribunali nazionali devono rispettare il principio di proporzionalità e prendere in esame i redditi del giornalista che, invece, i giudici greci non avevano considerato. La Corte europea non si è limitata a bocciare il sistema di liquidazione dei danni, ma ha ritenuto in contrasto con l'articolo 10 della Convenzione (libertà di espressione) proprio la condanna per diffamazione a vantaggio di un uomo

pubblico, leso da critiche di alcuni ospiti di una trasmissione televisiva, condotta dal giornalista condannato.

Secondo Strasburgo, tenendo conto che il programma era trasmesso in diretta e che il conduttore non poteva certo prendere le distanze da ogni affermazione degli ospiti, la diffamazione non sussisteva. Questo perché i politici e i personaggi pubblici devono tollerare le critiche e, dal canto suo, il giornalista ha l'obbligo di controllarne le azioni e informare.

I politici - ha chiarito la Corte in un'altra sentenza di condanna alla Russia (caso Chemodurov) - devono ricorrere ad altri strumenti piuttosto che scegliere subito l'azione per diffamazione, che ha sempre un effetto di compressione della libertà di stampa, anche se si tratta di azioni civili e non penali, con ammende non elevate. Non solo. Nei procedimenti per diffamazione, nella decisione che porta alla condanna del giornalista, i tribunali interni devono motivare in modo adeguato la scelta di far prevalere la

protezione della personalità di un politico sul lavoro del giornalista, spiegando perché un termine è ritenuto ingiurioso.

I giudici europei non hanno condiviso l'operato dei colleghi russi secondo i quali l'utilizzo del termine «anormale», indirizzato al Governatore, da parte del giornalista, che stava conducendo un'inchiesta sugli sprechi dell'amministrazione, era diffamatorio. Si tratta - ha precisato invece Strasburgo - di un giudizio di valore legato alla condotta non appropriata e non alla persona.

Se poi il politico non è indicato con il suo nome, le istanze di risarcimento non sono ammissibili (caso Dyuldin e Kislov contro Russia). Né i giudici interni possono imporre al giornalista di provare, con dati e statistiche, la veridicità di alcune affermazioni nel caso in cui scriva, esprimendo un giudizio di valore, che la politica di governo è stata distruttiva. Non si può chiedere, infatti, al reporter un grado di precisione analogo a quello di professionisti competenti in previsioni economiche.

IL SOLE 24 ORE - NOTIZIE E TRIBUTI -

27/08/2007