

Laura Sugamele

*Valeria Napolitano, Calcio e TV. Stereotipi di genere e prospettive educative, Franco Angeli, Milano 2014.*

*Football and TV. Gender stereotypes and educational prospects*

*Abstract*

In questo volume, l'autrice esamina gli stereotipi di genere presenti nelle trasmissioni televisive calcistiche, riflettendo sulla spettacolarizzazione dei corpi maschili e sulla svalutazione dei corpi femminili nel calcio che la narrazione televisiva tende ad amplificare, elemento che pone un problema alquanto rilevante. Una differenza di genere raffigurata sino all'inverosimile, la riduzione della donna ad oggetto sessuato e il suo svilimento come immagine pubblica, nel calcio e nei programmi televisivi ad esso rivolti, cosa produce a livello dell'interiorizzazione educativa nei giovani?

*Parole chiave:* stereotipi di genere; sessismo; virilità nel calcio; corpo estetico.

*Abstract*

In this book, the author examines gender stereotypes that are present in football programs on TV, reflecting on spectacularization of male bodies and the devaluation of female bodies in football that television narration tends to amplify, determining a very significant problem. An improbable representation of gender difference, the reduction of women to sex objects and her debasement as a public image, in football and in television programs dedicated to it, what does this produce in terms of internalization in young people?

*Keywords:* gender stereotypes; sexism; manhood in football; aesthetic body.

L'obiettivo di indagare quali possano essere le conseguenze delle rappresentazioni di genere in televisione è un argomento fondamentale sul quale riflettere. Su questo aspetto l'autrice Valeria Napolitano si interroga in questo volume, mettendo a fuoco la connessione tra immagine proposta dai media e dallo sport sulla femminilità e la maschilità e la diffusione degli stereotipi sui generi.

Il volume si rivolge ad una disamina su come la televisione attraverso lo sport e, nello specifico il calcio, tenda a dare una rappresentazione stereotipata delle differenze di genere, declinando le immagini sportive e calcistiche con uno sguardo particolare alla maschilità, approfondendo la relazione tra immagine femminile e maschile proposta nel calcio in tv e interiorizzazione simbolica di tali immagini negli adolescenti. D'altronde, l'ottica presentata dall'autrice è una visione alquanto significativa delle influenze estetiche, comportamentali ed emotive che su di noi possono avere le immagini standardizzate della televisione, soprattutto nel caso dei giovani, che sono i soggetti più vulnerabili da questo punto di vista.

L'aspetto importante che emerge nel testo, non è quello di individuare la televisione come strumento essenzialmente negativo, piuttosto il messaggio che da esso filtra, laddove il messaggio mediatico costituisce ormai una componente simbolica assai rilevante e condizionante l'attività comunicazionale dei giovani che «conoscono se stessi attraverso le immagini e le narrazioni cinematografiche e televisive» (p. 9). In questo quadro, la televisione diventa produttrice di narrazione simbolica, giacché, il nesso tv e comunicazione, nel caso delle immagini e delle informazioni mediatiche che i soggetti interiorizzano, è un elemento che si configura come uno scambio sociale interazionale. Pertanto, è necessario porre in evidenza il carattere performativo delle immagini televisive sugli adolescenti, che possono avere effetti di drammatizzazione come narcisismo e maschilismo, oppure, depressione e frustrazione in relazione al rapportarsi con il proprio corpo. È come se i soggetti, nel loro relazionarsi con l'orizzonte simbolico televisivo, fossero collocati all'interno di un sistema di videocrazia strutturato in direzione di una comunicazione intersoggettiva dell'individuo con il messaggio narrativo-mediatico, considerando che il mondo della comunicazione si è trasformato, imponendosi come luogo conoscitivo e di attività comunicazionale, in parallelo a quello della realtà concreta nella quale viviamo e che finisce per orientare le relazioni interpersonali, categorizzate e stereotipate per genere.

Le conseguenze della fruizione di immagini stereotipate sugli adolescenti sono inoltre, determinanti nei processi di auto-oggettivazione. Questo elemento è evidente, per esempio, nei *talk show* e nei programmi televisivi calcistici, dove il registro linguistico è carico di maschilismo e sessismo e la figura femminile funge solo come decorazione all'interno del contesto, venendo relegata alla mera leggerezza e non alla capacità individuale e all'intelligenza. In tal senso, «la vetrinizzazione [...] apre la riflessione su un meccanismo di soddisfazione narcisistica e consumistica del desiderio» (p. 10). Proprio tale aspetto ha delle implicazioni sul modo in cui le ragazze percepiscono il loro corpo, considerando che le immagini proposte dalla televisione italiana sono, notevolmente, rivolte ad una iper-sessualizzazione del corpo della donna, personificato dalla velina o dalla *soubrette* fidanzate e compagne di calciatori famosi dai fisici possenti, messaggio che, a sua volta, imprime nei ragazzi una identificazione con il prototipo di maschio forte e virile italiano.

In questa direzione, le ragazze particolarmente esposte a tale visualizzazione estetica del corpo, si trovano di fronte ad una frustrazione dettata da una errata percezione del corpo e dal desiderio di raggiungere una perfezione estetica-erotica identificata nel proprio ideale di corrispondenza. L'ostentata erotizzazione del corpo femminile rappresenta, perciò, la declinazione negativa di tale andamento produttore di una trasformazione nella percezione di sé e di un uniformare il corpo reale in corpo plastico corrispondente a canoni estetici.

Nel testo si evince come gli stereotipi siano congiunti ad uno specifico schema interpretativo che fa capo ad una gerarchizzazione di genere, che dalla tv si trasferisce nell'assimilazione di tali modelli culturalmente e socialmente. Non a caso l'autrice rileva il carattere performativo di questo meccanismo, e lo fa, citando Sandro Bellassai e Pierre Bourdieu, ed evidenziando come la differenza uomo-donna rappresentata in tv identifichi, in realtà, una gerarchizzazione dei ruoli sul piano socio-politico, laddove il dominio eterosessuale-fallico ha prodotto una gerarchizzazione sessuale e sociale conducendo i due sessi «ad accettare come evidenti, naturali e scontate prescrizioni e proscrizioni arbitrarie che, inscritte nell'ordine delle cose, si imprimono insensibilmente nell'ordine dei corpi» (p. 27).

In quest'ottica, l'immagine virtuale alimenta una forma di disconoscimento dell'Altro e l'autrice che nel testo si richiama anche al femminismo materialista francese,

sottolinea il legame tra subordinazione e sessualizzazione delle donne e asimmetria di classe sociale.

Su un livello analogo l'esibizione estetica del corpo rimanda al legame tra normalizzazione e controllo del corpo mediante gli interventi di chirurgia plastica e immagine stereotipata delle relazioni di genere. Il corpo estetico diviene, in tal modo, componente da cui traslare il messaggio simbolico del consumo del corpo stesso, ridotto a mera esposizione degradante della propria identità. La bellezza stereotipata mediante una spettacolarizzazione visiva del corpo delle donne, ha l'effetto di produrre una discriminazione simbolica che, nella forma di un richiamo sessuale persistente, non fa altro che generare una reale asimmetria tra uomo-soggetto e donna-oggetto, in virtù del fatto che il corpo femminile acquisisce un valore di riconoscimento, solo nel momento in cui diventa oggetto dello sguardo maschile. La televisione italiana esplica questo aspetto attraverso il modello delle veline e letterine (come visto già in precedenza), giocando sulla provocazione dissimulata mista ad erotica innocenza. Il ritratto offerto dalla narrazione televisiva, dunque, si caratterizza per una combinazione di intreccio e ripetitività delle azioni e dei comportamenti dei personaggi televisivi, il cui obiettivo non è altro che la fruibilità dei programmi e l'aumento degli ascolti. Per realizzare ciò, nella televisione la donna funge come strumento per il miglioramento dell'*audience* fondando, in un'ottica assolutamente maschilista, il corpo femminile a consumo del pubblico televisivo maschile, soprattutto nei programmi calcistici.

Il nesso tra programma calcistico e ostentazione del corpo è evidente, allorché, è un tratto tipico dello sport rappresentare il corpo come corpo mediale. In questo quadro, l'atleta viene presentato mettendo in risalto le sue qualità fisiche, forza e agilità, fattore che ben si adatta alla logica della narrazione televisiva. Nello specifico, nei programmi calcistici la connessione tra corpo atletico e virilità maschile è finalizzata al riconoscimento pubblico della categoria della mascolinità. Questo genere di vetrinizzazione sociale ha il suo corrispettivo nell'immagine superficiale che si tende a offrire della donna, per esempio, la raffigurazione della ragazza-immagine seduta su uno sgabello, dal fisico attraente e dal sorriso compiacente, ruolo che nel contesto del programma sportivo non ha nessuna rilevanza, fingendo tra l'altro di essere interessata al dibattito calcistico e i cui opinionisti prevalentemente sono uomini. La coppia calciatore-velina è altresì, il simbolo mediatico-estetico confezionato *ad hoc* per la

diffusione dello stereotipo dell'uomo forte, atletico e vigoroso e della donna bella, attraente e sensuale.

Proprio il connubio tra calciatore e donna dello spettacolo è sinonimo di un'immagine alla moda e di impatto visivo, dalla quale traspare il tentativo di rappresentare una maschilità e una femminilità costruite in un certo modo al fine di commercializzare e rendere appetibile questo modello nel mercato globale, in linea con quella ideologia patriarcale, tuttora persistente nel tessuto sociale italiano, che vede lo spettacolo calcistico espressione di una chiara ostentazione della virilità maschile che ha nella figura del *leader* il suo apice massimo.

Caso emblematico della connessione tra ideale maschile e figura del *leader* è quella di José Mourinho.

Cosa rende pieno di significato simbolico questo personaggio? Sono tre gli elementi fondamentali che possono essere attribuiti a Mourinho e che lo rendono davvero interessante in questo discorso. Il fascino, l'ostentata forza caratteriale e verbale e la visibilità mediatica resa plateale dalle interviste provocatorie e dalle polemiche che Mourinho ha condotto con grande naturalezza hanno, certamente, influito sulla diffusione del suo personaggio nello sport e tra i telespettatori italiani e gli adolescenti. Il fatto di essere un personaggio mediatico, secondo l'autrice, si pone in accordo con l'utilizzo che i media fanno di alcuni personaggi, i cui tratti e caratteristiche sono atti alla possibilità di fargli attribuire un certo significato.

L'attenzione dei *media* nei confronti di Mourinho fa sì che i suoi gesti assumano sempre un significato simbolico, in quanto inseriti in un preciso rituale, nel quale le azioni così come le parole finiscono per dipendere costantemente dall'opinione del pubblico. La televisione sottopone il leader a un regime di visibilità assoluta, incoraggiandone una rappresentazione nella quale sono i telespettatori stessi a *significare* il corpo maschile (pp. 71-72).

Il personaggio Mourinho è, dunque, il prototipo di quella mascolinità evocata dalla consolidata tradizione virilistica di area mediterranea, simbolo di un paternalismo sociale attento al mantenimento della gerarchizzazione dei ruoli.

Il messaggio televisivo, all'aggressività fisica e verbale maschile (come nel caso Mourinho) tende a contrapporre invece la visione retorica degradante della femminilità ridotta a bellezza, sensualità e fragilità, il cui meccanismo si include nella pratica discorsiva androcentrica, che vuole la predominanza del discorso maschile oltre che

nelle attività e negli argomenti sportivi anche su un livello socio-politico ed economico. In questo punto, è interessante l'osservazione dell'autrice per la quale «appare determinante il ruolo della televisione nella definizione delle caratteristiche di una mascolinità normativa – bianca, medio borghese e “italiana”» (p. 103), laddove il corpo diventa spazio performativo nella creazione di esperienze oggettivanti della persona, che non è più corpo in sé, ma corpo merce ad uso e consumo nei discorsi altrui.

Come osserva l'autrice, le modalità rappresentative del *leader*, piuttosto che del capitano di una squadra, la cui immagine personifica quella di un guerriero che lotta incessantemente per la vittoria, fa riferimento ad un gioco immaginativo e dialettico tra esaltazione della mimica e retorica verbale, centrale per l'attribuzione di enfasi sul personaggio sul quale si vuole finalizzare l'attenzione. Il meccanismo di erotizzazione-spettacolarizzazione del corpo e aspetto verbale e polemico, si allinea perfettamente con le strategie di marketing organizzate a tavolino da uffici stampa e collaboratori che coadiuvano l'allenatore, studiando per lui discorsi che possano essere di forte impatto mediaticamente.

Simbolo della virilità conquistatrice è poi il trofeo, innalzato dal capitano e che riflette il valore della vittoria sulla squadra avversaria. In questo caso, la dominanza maschile è reiterata dalla rappresentazione di una dominazione economica, incardinata nel simbolo del trofeo, e da una seduzione fascinosa dell'allenatore e dei calciatori che congiuntamente sollevano e baciano l'oggetto proponendo, alla fine, un rafforzamento quasi narcisistico della vittoria maschile. In questa direzione, l'autrice pone notevole attenzione sulla relazione tra stereotipo di genere e sua rappresentazione nei media, orientando la riflessione sul rapporto che i giovani hanno con le immagini e le informazioni mediatiche e che spinge su un problema alquanto rilevante, dato che i ragazzi e le ragazze acquisiscono conoscenze anche in rapporto ai messaggi televisivi, indagando sulla possibilità che essi possano esserne condizionati o comunque influenzati in parte sul proprio modo di essere, vestirsi o comportarsi.

Nell'ottica esaminata in questo testo, si comprende come ci sia stretta interconnessione tra informazione mediatica e interiorizzazione di tali informazioni negli adolescenti, giacché il discorso dell'autrice si incardina ad un'analisi della cultura e della società attuale, nella quale maschilizzazione e femminilizzazione del corpo diventano il punto focale alla base dell'argomentazione qui affrontata.

In particolare, l'accento viene posto sulla televisione come «strumento nell'educazione alle differenze» (p. 115), considerando che essa sia invece finalizzata all'imposizione e al condizionamento di ruoli e modi di agire dei giovani. Ponendo infatti che le immagini televisive trasmettano messaggi diretti ad una ostentazione estetica, sessuale, all'aggressività individuale e verbale, attribuiti a certi personaggi televisivi o appartenenti al mondo calcistico (per esempio José Mourinho), oppure, le modalità narrative incentrate sulla storia d'amore tra Francesco Totti e Ilary Blasi e sul successo della coppia calciatore-velina, come non si fa a pensare che tali ritratti così stereotipati non possano influire sui giovani?

Perciò si presuppone che la narrazione

dei rituali del gioco calcistico da parte della televisione, se da un lato si rivolge al pubblico secondo codici comunicativi ben precisi, dall'altra fa sì che questo stesso pubblico si identifichi in una situazione agonistica virtuale, nella quale la creatività del telespettatore viene sostituita da narrazioni sapientemente strutturate, finalizzate, come nel caso delle rappresentazioni del maschile virile, a una condivisione e un'appropriazione *di massa* di discorsi stereotipati legati a precisi interessi economici (p. 118).

Analogamente alla posizione di Teresa de Lauretis in *Technologies of Gender*, l'autrice riflette sul genere come costruzione culturale e discorsiva di apparati istituzionali, dove oltre al sistema educativo-scolastico, intervengono nel condizionamento anche i mass media, televisione e cinema, costitutivi della polarizzazione dicotomica tra uomo quale elemento positivo-attivo e donna come polo negativo-passivo. Se pensiamo come la televisione tenda a rappresentare la mascolinità attraverso corpi tatuati integralmente o in parte, corpi scolpiti e desiderabili esteticamente, è un dato che rispecchia quel tratto di virilità maschile come risultato di un percorso culturale consolidato storicamente, legittimato dai mezzi di comunicazione di massa. L'analisi sui riflessi emotivi e cognitivi che il racconto o l'immaginazione narrativa costruita esemplarmente dalla televisione, costituisce una parte importante di questo libro che, nelle pagine conclusive, si rivolge allo studio di tali effetti sugli adolescenti. L'autrice fa emergere infatti il suo punto di vista, per il tramite di una indagine empirica condotta su un gruppo di studenti e studentesse, rendendo evidente quanto l'elemento dello stereotipo influisca sulle differenziazioni di genere. Attraverso

il metodo dell'intervista e del *brainstorming*, l'indagine è stata «finalizzata a introdurre gli studenti nelle tematiche di genere facendo leva sulla loro stessa esperienza» (p. 142).

In merito al confronto uomo-donna, l'analisi attuata dall'autrice si allinea ad un'indagine sociologica, laddove il riconoscimento dei ruoli della dinamicità e della passività da parte dei ragazzi, mette a comparazione la differenziazione di genere tra uomo e donna nella rappresentazione televisiva-calcistica, anche in campo sociale.

Centrando la ricerca attorno al mondo calcistico, l'autrice ha inoltre osservato, che la raffigurazione della ragazza-immagine è un modello negativo, sia per le ragazze che lo individuano come sinonimo di avvenenza sessuale, poco realistico rispetto alle donne reali, sia per i ragazzi, per i quali il ruolo passivo della ragazza-immagine viene ricondotto esclusivamente al corpo.

Da questo punto di vista, il confronto con dei modelli perfetti e difficilmente raggiungibili, può causare specialmente nelle ragazze che, nella fase adolescenziale, usano il proprio corpo come modalità di interfaccia nel modo di relazionarsi con i coetanei, un sentimento di frustrazione, insicurezza e non accettazione di sé stesse, ma anche di eccessiva omologazione ai canoni estetici che esse vedono in tv. Pertanto, lo svilimento della donna nella sua rappresentazione mediatica non fa altro che produrre quella forma di auto-oggettivazione nelle ragazze e nelle donne in generale. Il riconoscersi attraverso lo sguardo altrui, insomma, le conduce a mediare sé stesse nella società come oggettualità subordinata al desiderio maschile. E il calcio che, in questo testo, è sinonimo di «pratica sociale fondata sulle relazioni, sulle differenze e sulle disuguaglianze tra maschi e femmine» (p. 191), simboleggia il riflesso automatico della categorizzazione sociale, tra disposizione dell'uomo alla forza e alla virilità e identificazione della donna con la sessualità e il corpo, peraltro con effetto sul piano della distinzione materiale ed economica dei due sessi, nella forma di una alterizzazione del maschile sul femminile.

*Laura Sugamele* ha conseguito una laurea in Filosofia e scienze etiche all'Università di Palermo e una laurea magistrale in Filosofia e forme del sapere presso l'Università di Pisa. È socia della Società Italiana delle Storiche. Attualmente è dottoranda in Studi politici presso il dipartimento di Scienze politiche dell'Università La Sapienza.

*Laura Sugamele* obtained her Bachelor Degree in Philosophy and Ethical Sciences at University of Palermo, and the Master Degree in Philosophy and Forms of Knowledge at University of Pisa. She is a member of Italian Society of Historian Women. At present she is a PhD Student at the Department of Political Sciences, University of Rome "La Sapienza".