

CARTELLA STAMPA

Bilancio positivo per l'informazione sportiva delle emittenti locali del Piemonte.

L'informazione sportiva offerta dalle emittenti regionali ha rispettato le raccomandazioni espresse dal Codice "Media e Sport" per una corretta comunicazione. La maggior parte dei programmi monitorati hanno diffuso i valori positivi dello sport e lo spirito di lealtà, rispettando, anche nel linguaggio, la dignità della persona.

L'indagine promossa dal Corecom, a cura dell'Osservatorio di Pavia, ha scandagliato in una settimana campione 50 programmi sportivi, oltre 96 ore di trasmesso, su dieci emittenti locali: Videogruppo, Telesubalpina, Quarta Rete, VCO Azzurra, Rete Sette, GRP, Teleradiocity, Telestudio, Primantenna e Telecupole.

"È risultato un quadro molto positivo che rafforza e conferma l'impegno del Corecom di promuovere a ogni livello un miglioramento della qualità nella produzione televisiva" ha detto Roberto Rosso, vicepresidente del Corecom Piemonte, ricordando che "la scrupolosa osservanza del Codice di autoregolamentazione "Media e Sport", insieme al rispetto per il Codice di autoregolamentazione "Media e Minori", è condizione essenziale per le emittenti che lo richiedono per accedere alle provvidenze ministeriali previste annualmente, superato il minuzioso controllo esercitato dal Comitato stesso". Adriana Marchia, commissario del Corecom con delega sulla tutela dei minori, ha sottolineato le scelte di palinsesto degne di considerazione, fra cui "la volontà di privilegiare nell'informazione gli sport cosiddetti minori che rappresentano parte integrante del tessuto sociale e hanno una grande forza aggregante, dove emergono più che il tifo dello sportivo il valore umano e la passione degli atleti. E' un'ulteriore conferma della funzione storico-socio-culturale insostituibile che svolgono sul territorio piemontese le nostre emittenti locali".

Il calcio ha dominato i palinsesti (56% delle trasmissioni), tuttavia le reti piemontesi hanno raccontato lo sport sfruttando la propria vocazione locale, valorizzando discipline, campionati e squadre minori legati al territorio. Il 29% dei programmi ha dato spazio alle seconde serie nazionali, il 19% ai campionati minori e il 4% anche ai settori giovanili.

Dall'analisi sono emerse differenze significative fra i programmi per quanto riguarda la concentrazione di valori sportivi veicolati. Alcune trasmissioni hanno promosso ampiamente i valori dello sport, mentre altre si sono caratterizzate per una bassa concentrazione di valori, perché più orientate verso il disimpegno e l'intrattenimento. Quando il format è disegnato con lo scopo prevalente di "intrattenere", lo spazio per veicolare valori sportivi si riduce, perché la discussione e il dibattito, e le logiche proprie dello show televisivo, prevalgono sulle altre finalità narrative. I format più vicini all'informazione e all'approfondimento tecnico costituiscono, invece, cornici fertili per la trasmissione di valori.

La maggior parte dei programmi (70%) è collocata in un'area densa di valori sportivi, mentre solo il 14% è associato a un'area potenzialmente più critica, quella che accoglie le figure dei tifosi più accesi, raramente connotati dalla sportività, dove prevale la dimensione del confronto e scontro fra gli ospiti e lo spettacolo è basato sulla polemica e sulla diatriba.

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:

Corecom Piemonte

Via Lascaris, 10 10121 Torino

E-mail: info.corecom@consiglioregionale.piemonte.it

Fax: 011/5757 - 140/305