

MEDIA DIZIONARIO SPORT

IDEE GUIDA PER UNA DIVERSA INFORMAZIONE

L mondo dello sport non è “amico delle donne”: oltre alla grave e intollerabile discriminazione economica tra atlete e atleti, alla scarsa presenza delle donne nelle strutture dirigenti delle diverse discipline, alla insufficiente promozione dello sport femminile, c’è una **modesta, inadeguata e spesso stereotipata** rappresentazione degli sport femminili sui media.

Secondo “I numeri dello sport 2017” del Coni, lo sport italiano è ancora di forte impronta maschile, ma “nel sistema sportivo diverse iniziative mirano a sostenere la partecipazione delle donne. Sebbene l’incidenza delle atlete negli ultimi anni stia gradualmente aumentando, le donne sono sottorappresentate negli organi decisionali delle istituzioni sportive, a livello locale, nazionale ed europeo”. Nel 2017 la quota delle atlete ha raggiunto il suo massimo storico con il 28,2% contro il 71,8% degli atleti maschi, su 4,7 milioni di tesserati complessivi.

“Fisico da urlo”, “icona di stile”, “belle e brave”: sono alcuni esempi di come i media hanno spesso parlato e scritto di atlete e donne di sport, dando giudizi **sull’apparenza anziché sulle prestazioni** e competenze sportive, valutazioni che assai raramente hanno corrispondenze nel racconto degli sportivi uomini. Si tratta di cliché e pregiudizi che deformano la rappresentazione delle donne nell’informazione sportiva e le inchiodano nell’immaginario su un piano svantaggiato rispetto ai colleghi delle stesse discipline.

L’informazione, anche nel settore dello sport, ha un ruolo fondamentale per promuovere l’attività femminile e le sue eccellenze, contro le **discriminazioni e gli stereotipi**, per una piena valorizzazione delle donne nello sport e dello sport come fattore di vita sana, per la salute e il benessere.

Nel 1985 la Carta dei Diritti delle donne nello Sport, coinvolgendo atlete, giornaliste, allenatrici, donne impegnate nella politica e nelle istituzioni, ha iniziato a porre in modo sistematico la questione di una corretta rappresentazione delle donne nello sport perché, come sottolineato dalla risoluzione Europea del 1987, “l’immagine pubblica delle donne impegnate nello sport deriva ampiamente dai mezzi di comunicazione”, concetto successivamente ripreso e sviluppato dal “Progetto Europeo Olympia”.

Per una narrazione giornalistica attenta, corretta e consapevole è necessario superare pregiudizi e stereotipi, attenendosi a poche regole di buon giornalismo:

- **informare** sulle discipline sportive femminili con competenza di merito: scrivere delle atlete nello stesso modo in cui si scrive degli atleti.
- **evitare di soffermarsi** nei testi sull’aspetto fisico, sul look o sulle relazioni sentimentali, non più – in ogni caso – di quanto si scriva dell’aspetto tecnico, delle prestazioni, dell’impegno e della dedizione profusi per ottenerle; nelle immagini non focalizzarsi su parti del corpo in modo ammiccante.
- dare alle **discipline sportive femminili** visibilità al pari di quelle maschili in termini di spazi e, a partire dalla programmazione pubblica televisiva e radiofonica, di collocazione oraria. Impegnare gli editori a coinvolgere più giornaliste e commentatrici nelle redazioni sportive, nella cronaca televisiva e radiofonica.
- **declinare al femminile** i ruoli, le funzioni e le cariche: ad esempio la centrocampista, l’arbitra, la dirigente, la presidente, la coach, l’allenatrice.
- evidenziare le **discriminazioni e differenze di genere** nello sport, ad esempio per quanto riguarda i compensi sportivi, il valore dei premi e dei benefit, le tutele per le atlete (nonostante sia stato istituito il fondo maternità con la legge Finanziaria 2018), la scarsa rappresentanza nelle dirigenze.

Questo documento nasce da un’idea di **GiULIA Giornaliste** e **Uisp** per sostenere le atlete e le donne del mondo dello sport nella loro lotta alle discriminazioni.

Con il patrocinio e l’adesione di:



Hanno aderito anche: GIBA Giocatori italiani basket associati e GayNet