

PRIN PNRR 2022



C E L E B R - E T À

AGEING CELEBRITY IN
CONTEMPORARY MEDIA
AND SPORT CONTEXTS



First Research Seminar

AGEING AND SPORTS CELEBRITY IN MEDIA AND SOCIAL NARRATIVES

Università degli Studi di Salerno - Biblioteca "Santucci"
26 marzo 2024 (ore 15-18)

PROGRAMMA

SALUTI ISTITUZIONALI

GENNARO IORIO (Direttore Dipartimento di Studi Politici e Sociali, Università degli Studi di Salerno)

FOCUS

ROY MENARINI

(Principal Investigator, Alma Mater Studiorum - Università di Bologna)

Presentazione del PRIN PNRR 2022 “Celebr-età. Ageing celebrity in contemporary media and sport contexts: a model of social and cultural well-being”

RELAZIONI

LUCA BIFULCO

(Università degli Studi di Napoli Federico II)

“Es el show de Maradona”. Tra carisma e merce

YLENIA CAPUTO

(Alma Mater Studiorum - Università di Bologna)

Eterna giovinezza: le ginnaste e il paradosso dell'ageing

LORENZO DI PAOLA

(Ghent University)

Per un pugno di celebrità. Primo Carnera tra sport e spettacolo

ANTONELLA MASCIÒ

(Alma Mater Studiorum - Università di Bologna)

La celebrità “fluida” di Beckham nella docu-serie prodotta da Netflix

ROY MENARINI

(Alma Mater Studiorum - Università di Bologna)

Match Point. Routine e pratiche di rappresentazione del campione tennistico al cinema: il caso McEnroe

SARA PESCE

(Alma Mater Studiorum - Università di Bologna)

“Be useful”. La resilienza di Arnold Schwarzenegger

MARIO TIRINO, SIMONA CASTELLANO

(Università degli Studi di Salerno)

Francesco Totti attraverso i media: la rinegoziazione della celebrity sportiva nel post-carriera

MODERA

MAURIZIO MERICO (Coordinatore LM in Management delle Attività Sportive e Motorie per il Benessere Sociale, Università degli Studi di Salerno)

'Es el show de Maradona'. Tra carisma e merce

Luca Bifulco

Università degli Studi di Napoli Federico II

La serie TV *Maradona in Messico* sembra mettere in scena quella contrapposizione di complessa conciliabilità tra i fattori razionali e irrazionali che compongono la celebrità all'interno dell'industria sportiva contemporanea, nella misura in cui lo sport è al contempo un rituale di definizione della solidarietà di gruppo, con tutti i suoi fattori coesivi ad alto impatto emozionale, e uno spettacolo commercializzato fondato su principi razionali di accumulazione del capitale e orientamento al profitto. Maradona, chiamato ad allenare una squadra di bassa classifica della seconda divisione messicana, emerge come un leader carismatico, centro d'attenzione rituale, apparentemente in possesso del dono di qualità misteriose e ineffabili, che – a dispetto dell'età avanzata e di condizioni di salute molto precarie – è capace di alimentare un sentimento profondo, di infondere energia e guidare potenzialmente una comunità verso l'azzardo ed esiti calcistici e morali innovativi e insperati.

Ma il carisma non riesce a destituire compiutamente la gabbia d'acciaio della razionalità industriale senza esserne in qualche modo contenuto e integrato.

Così, sia in quanto celebrità inserita nei meccanismi commerciali del calcio, anche nella nuova realtà in cui si trova ad operare, sia come focus assoluto della serie TV in quanto tale, Maradona vive in pieno quel processo di mercificazione della reputazione tipica della celebrità sportiva all'interno del regime spettacolare dei mercati legati allo sport.

Luca Bifulco è Professore Associato in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso l'Università di Napoli "Federico II", dove insegna Sociologia dei processi culturali e Sociologia dello sport. È direttore (con P. Diana) della rivista "Eracle. Journal of Sport and Social Sciences". Ha vinto (con M. Tirino) la 54a edizione del premio CONI per la letteratura sportiva – sez. tecnica. Ha al suo attivo numerosi articoli scientifici pubblicati in riviste nazionali e internazionali e numerosi saggi in volumi collettivi italiani e stranieri. Tra le sue monografie: *Maradona. Un héroe deportivo. Tres estudios sociológicos de Italia* (2020); *La famiglia e il Matrimonio. Proprietà, dominio e conflitto. Marx, Engels, Weber, Veblen e Collins* (2018); *A tutto campo. Il calcio da una prospettiva sociologica* (2014, con F. Pirone). Ha scritto alcune voci dell'Encyclopedia of Sport Management (2021 e 2024) e ha curato molteplici volumi di sociologia dello sport.

Eterna giovinezza: le ginnaste e il paradosso dell'ageing

Ylenia Caputo

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

La ginnastica è una disciplina che offre la possibilità di esplorare il complesso rapporto tra corpo, “ageing” e “genere”. Le ginnaste professioniste, che raggiungono il picco della loro prestanza fisica durante l'adolescenza, sembrano essere sottoposte a un'anomala alterazione del processo di invecchiamento, alla quale concorrono sia elementi estrinseci (l'intenso sforzo fisico, il rigido regime alimentare, l'utilizzo di prodotti farmacologici) che intrinseci (la naturale metamorfosi biologica). Come è noto, la fase dello sviluppo, con i cambiamenti che comporta, compreso in primo luogo il ciclo mestruale, incide sulle prestazioni fisiche delle atlete. Il loro giovane corpo viene così prematuramente percepito, vissuto e gestito come fosse “corpo vecchio”, generando un paradosso che si traduce in tentativi concreti di ritardare tale invecchiamento, con l'ausilio di pratiche che, di fatto, invertono il processo e costringono le ginnaste in una sorta di “gioventù perpetua”, con tutte le implicazioni fisiche, biologiche, mentali, finanche sociali, a essa associate. Nell'esplorare questo fenomeno, si farà riferimento alle rappresentazioni e alle narrazioni delle ginnaste nei media, con un focus specifico sulla docu-serie *Ginnaste – Vite parallele* (MTV, 2011-2016) e la fiction *Corpo Libero* (Rai2, 2023), e si prenderanno a esempio le celebrità della disciplina, quali Carlotta Ferlito in Italia e Simone Biles in America, che, nel loro essere personaggi pubblici e crossmediali, contribuiscono alla ridefinizione la concezione del corpo femminile e dell'ageing, nel contesto sportivo e oltre.

Ylenia Caputo, PhD, da settembre 2023 ricopre il ruolo di assegnista di ricerca all'interno del progetto “Cultura, Fashion, Comunicazione, Media: nuove strategie di ricerca”, parte integrante delle attività promosse dal Centro Internazionale di Ricerca “Culture, Fashion, Communication” del Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna. La sua attività è focalizzata sull'analisi del complesso rapporto che intercorre tra media, celebrità e fashion, attraverso un approccio che tiene in considerazione gli studi generazionali e intergenerazionali. Dal 2020, è Journal Manager di “Zone Moda Journal” e redattrice di “Cinergie”.

Per un pugno di celebrità. Primo Carnera tra sport e spettacolo

Lorenzo Di Paola

Ghen University

La figura di Primo Carnera (1906-1967), primo italiano a vincere un titolo mondiale di pugilato nel 1933, offre uno spaccato esemplare per analizzare la celebrità sportiva attraverso le lenti della narrazione mediale e della trasformazione del celebrity capital nel corso del tempo. Carnera, infatti, riuscì ad emergere non solo per le sue capacità sportive ma anche grazie al modo in cui la sua immagine fu trasformata (attraverso diverse negoziazioni che coinvolsero politica e industrie dello spettacolo) dal sistema dei media a lui contemporaneo.

Questo intervento intende esplorare quei processi mediali che hanno contribuito alla costruzione dell'immagine pubblica di Carnera e alla sua trasformazione da fenomeno da baraccone ad atleta e poi vera e propria celebrità capace di trasformarsi in mito globale.

Attraverso l'analisi di varie forme di narrazione mediale – dai resoconti giornalistici ai film, passando per i fumetti e le rappresentazioni televisive – intendo indagare come Carnera abbia accumulato e speso il suo celebrity capital, trasferendolo dallo spazio dell'arena sportiva a quello dello spettacolo, e come questo processo sia stato influenzato dalla sua età e dalle trasformazioni corporee.

Dedicherò particolare attenzione alla fase post-carriera di Carnera provando a sottolineare come il suo ruolo pubblico sia stato ridefinito dalle sue attività fuori dal ring. Si tratta di un caso di studio, quindi, capace di aprire una finestra sul passato (in ottica medio archeologica) mostrando come le radici della cultura della celebrità sportiva si estendano ben oltre l'avvento del digitale.

Lorenzo Di Paola è post-doc researcher presso la Gent Universiteit e docente a contratto di Teorie e Sociologie del Fumetto presso l'Università di Salerno. Si occupa di mediologia del fumetto e della letteratura, e di sociologia delle culture digitali. Fa parte del gruppo di ricerca internazionale sul fumetto italiano "Studying 'n'Investigating Fumetti" (SnIF) ed è membro del Centro Studi "Media Culture Società" dell'Università di Salerno. È inoltre co-direttore della collana scientifica "L'Eternauta. Studi su fumetti e media", insieme a Gino Frezza e Mario Tirino. È autore del libro *L'inafferrabile medium: Una cartografia delle teorie del fumetto dagli anni Venti a oggi* (Polidoro, 2019).

A metà degli anni Novanta il giovane David Beckham è già una stella del calcio, per via delle sue performance sul campo da gioco. Una celebrità che deve la sua notorietà alle sue capacità personali, rientrando perciò nella categoria dell'acquisizione (Rojek, 2001; Ricci 2013). In breve tempo la sua presenza in ambiti lontani dallo sport, quali la moda e lo spettacolo, lo rendono celebre per attribuzione: la costante presenza nei media e il gradimento che riceve dal pubblico non fanno che aumentare la sua popolarità. L'avanzare dell'età, il suo ritiro dal campo di calcio nel 2013, le difficoltà vissute nel corso degli anni sia sul piano professionale che personale fanno parte del tessuto narrativo proposto dalla docu-serie *Beckham* (Netflix, 2023). Il titolo riporta solo il cognome dell'atleta, condensando in una sola parola il riferimento a una persona-personaggio, al "Golden Balls" dentro e fuori dal campo, alla personificazione di un vero e proprio brand (Edwards, 2011). David Beckham appare perciò come il protagonista di un racconto che si muove seguendo più prospettive. La complessità del personaggio (Mittell 2015) viene restituita attraverso molteplici sguardi – e interventi - che chiamano in causa la sua immagine mediale e pubblica (con tanto di video di repertorio), insieme a quella privata, realizzata per mezzo di interviste e vere e proprie confessioni realizzate dagli appartenenti alle sue cerchie più strette, portando in scena una sorta di racconto-verità. L'articolazione fra scena e retroscena (Goffman 1959) si configura dunque come una dinamica connessa con il dispositivo della celebrity, dispositivo attorno al quale ruota l'intera narrazione (Mascio 2023). Qual è il ruolo di *Beckham* nella definizione attuale dello statuto di celebrità dell'ex atleta? Quanto vengono utilizzati i paratesti della serie mettendo in rilievo, nei social e in altri spazi di Internet, i passaggi fondamentali della costruzione della notorietà? E quanto la stessa docu-serie, per il suo essere prodotto seriale dedicato all'intero 'universo' Beckham, produce un effetto ulteriore di celebrità che contamina, oltre al protagonista, la sua famiglia? (per ascrizione, seguendo ancora il pensiero di Rojek, 2001). Attraverso l'analisi si tenterà di comprendere gli snodi che nella docu-serie segnano i momenti salienti delle diverse fasi della celebrità "Beckham", fluida e mutevole, tenendo conto delle dinamiche che compongono oggi la serialità e la sua capacità spreadable (Jenkins, Ford, Green 2013) di diffusione.

Antonella Mascio è Professoressa Associata in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso l'Università di Bologna, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Negli ultimi anni la sua ricerca si è focalizzata sulle relazioni sociali online e sui rapporti fra internet, serie tv, celebrity e moda. Collabora con Henry Jenkins al progetto Pop Junctions (<http://henryjenkins.org/>). Fra le sue ultime pubblicazioni: *Serie di Moda* (FrancoAngeli, 2023), *Media Convergence, Fashion and TV Series* (in The Routledge Companion to Fashion Studies, Routledge, 2021); *Sponsored Things: Audiences and the Commodification of the Past in Stranger Things* (in *Investigating Stranger Things Upside Down in the World of Mainstream Cult Entertainment*, Palgrave Macmillan, 2021).

***Match Point. Routine e pratiche di rappresentazione del campione tennistico
al cinema: il caso McEnroe***

Roy Menarini

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

L'intervento seminariale mira a ricostruire la retorica del campione (celebrità) tennistica all'interno della rappresentazione cinematografica, lavorando principalmente sulla star della racchetta e su come viene raccontata. In particolare, il focus sarà su McEnroe e sui film in cui compare come guest star (da *L'ultimo gioco*, 1979 a *Wimbledon*, 2004), come oggetto documentaristico (*John McEnroe – L'impero della perfezione*, 2018), o interpretato da altri (come nel caso di *Borg McEnroe*, 2017), senza dimenticare di riflettere sulla sua persona pubblica nella fase post-carriera.

Roy Menarini insegna Cinema e Industria culturale all'Università di Bologna, come Professore Ordinario; è senior editor della rivista accademica "Cinergie", ha scritto numerosi volumi e saggi sul cinema contemporaneo e sulle forme della cultura cinematografica, dirige una collana per l'editore Mimesis, è PI del PRIN PNRR 2022 "Celebr-età" e responsabile di unità del PRIN 2022 "Reframing Film Festivals".

“Be useful”. La resilienza di Arnold Schwarzenegger

Sara Pesce

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

Body builder, attore, politico. In età matura, alla fine dei suoi mandati di Governatore della California e aver attraversato una crisi economica e ambientale globale che si trascina fino ai giorni nostri, Arnold Schwarzenegger tira le somme e capitalizza la propria parabola di successo dando consigli di vita (*Be Useful. Seven Tools for Life*, 2023). La sua sfera di influenza è debitrice rispetto a certe peculiarità della propria prestazione sportiva, ne ripropone la metodicità e l'idea di forza esorbitante. Schwarzenegger ha dispiegato negli anni un management della propria immagine di body builder e esperto di fitness elaborando una filosofia di questa disciplina attraverso una serie di scritti (da *Arnold's Fitness for Kids* a *Encyclopedia of Modern Bodybuilding*, *Arnold's Bodybuilding for Men*, *The Education of a Bodybuilder*) e tracciano un percorso che lo ha condotto a una terza età autorevole. La sua eccellenza in questo ambito è già un fenomeno di celebrità degno di uno studio autonomo. Ma seguono altre eccellenze che ripropongono un carattere tipico della visibilità pubblica del body-builder, quel misto di ammirazione e di disgusto: (1) il divo hollywoodiano, nient'affatto monolitico, che include diversi fenomeni nella vicenda di un solo attore (l'evoluzione della star-persona chiama in causa i temi quali mascolinità e leadership) al cui centro è posto sempre il corpo ipertrofico; (2) il leader politico all'interno di una democrazia che, afferma Christian Salmon, ha sostituito il racconto all'azione (*La politica nell'era dello storytelling*), dove le campagne elettorali si costruiscono secondo un disegno drammaturgico e un principio performativo. In terza età Schwarzenegger recupera gli elementi di continuità tra i vari ambienti della performance pubblica riproponendosi come modello inspirational. A ciò fa da contappunto la devozione dei fan, che parlano volentieri (o scrivono, nei fan books) di “testamento del potere del duro lavoro, dell'audacia e della battuta pronta” (B.A. Madrid, *Arnold Schwarzenegger's Success Blueprint*).

Si propone qui di analizzare alcune specificità della disciplina del body-building nella costruzione della star persona di Schwarzenegger (tra cui trasformazione e iperbole: “Never think small”), discutendone gli elementi di resilienza e durevolezza nel tempo, e continuità tra ambienti diversi della sua influenza pubblica.

Sara Pesce è Professoressa Associata al Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna. Si occupa di studi sulla performance e sull'attore in ambito anglo-americano, di celebrità, moda e cinema, di storia dell'industria hollywoodiana e memoria culturale. Dal 2012 cura una serie di interviste pubbliche con attrici e attori italiani contemporanei. È co-fondatrice di un network di ricerca sulla celebrità: Italian Research Network on Celebrity Culture. Sul tema della memoria culturale in ambito cinematografico e mediale ha scritto: *Dietro lo schermo. Gli immigrati ebrei che hanno inventato Hollywood* (2005), *Memoria e immaginario. La seconda guerra mondiale nel cinema italiano* (2008) e curato, insieme a Paolo Noto, *The Politics of Ephemeral Digital Media. Permanence and Obsolescence in Paratexts* (2016). Nel 2007 è curatrice e autrice di *Imitazioni della vita. Il melodramma cinematografico*. È del 2012 la monografia *Laurence Olivier nei film. Shakespeare, la star, il carattere*.

**Francesco Totti attraverso i media:
la rinegoziazione della celebrity sportiva nel post-carriera**

**Mario Tirino
Simona Castellano
Università degli Studi di Salerno**

Il nostro intervento intende illustrare una prima parte di ricerca che riguarda la gestione della celebrity sportiva e la rinegoziazione del suo capitale sociale nel post-carriera, con un focus sulla celebrity calcistica. La celebrity calcistica è una categoria sociologica al cui interno è possibile includere sportivi che si distinguono per notorietà – in ambiti anche molto differenti da quelli calcistici – e che godono di una forte eco mediatica (Rojek 2004), oltre ad aver raggiunto risultati sportivi eccezionali e a possedere grandi doti atletiche. Quando una celebrity calcistica si trova però a dover fronteggiare la fine della propria carriera professionale, questa deve rimettersi in gioco, rinegoziare la propria immagine e il rapporto con i propri fan, estendere la propria attività e la propria influenza, in campi anche molto diversi e con esiti non sempre soddisfacenti. Occorre precisare che il ritiro di una celebrity sportiva può rappresentare talvolta un percorso per cui non si è pronti (Tinley 2012). Il post-carriera, dunque, è legato alle narrazioni che di quella celebrity vengono portate avanti nei media mainstream, ma anche alla comparsa della stessa celebrity all'interno di tali media (spot televisivi, serie e programmi TV, film). Queste nuove attività, come accennato, permettono una rinegoziazione del capitale sociale e dello status di celebrity.

Nel quadro teorico della mediatizzazione dello sport (Frandsen 2020; Tirino 2023), ci focalizzeremo sul caso di studio di Francesco Totti, di cui analizzeremo la presenza all'interno dei media mainstream e i prodotti audiovisivi realizzati attorno alla sua figura, al fine di far emergere processi e pratiche sottese alla costruzione dell'immagine mediatizzata degli ex calciatori, anche attraverso la commissione tra diversi sistemi di intrattenimento (sport, gossip, cinema e serie TV).

Mario Tirino è ricercatore presso l'Università di Salerno, dove insegna Televisione e Nuovi Media, Media Comunicazione Sport, Sociologia delle Culture Giovanili. Si occupa di sociologia delle culture digitali, mediologia del fumetto e sociologia dei media e della comunicazione sportivi. Sullo sport ha curato i volumi *Sport e scienze sociali* (con L. Bifulco, 2019, Premio CONI), *Sport, pratiche culturali e processi educativi* (con M. Merico e A. Romeo, 2022), *Sport e comunicazione nell'era digitale* (con L. Bifulco, A. Formisano e G. Panico, 2023), *L'atleta digitale* (con P. Russo e S. Castellano, 2024). Dirige le collane scientifiche "L'Eternauta. Studi su fumetti e media" (con G. Frezza e L. Di Paola) e "Binge Watchers" (con M. Teti). È membro del Consiglio Scientifico della sezione Processi e Istituzioni Culturali dell'Associazione Italiana Sociologia.

Simona Castellano è assegnista di ricerca presso l'Università di Salerno, dove è anche docente a contratto di Teorie degli audiovisivi digitali. Insegna Social media e linguaggi digitali all'Università di Foggia. Si occupa di culture digitali, con particolare riferimento ai social media, e di mediatizzazione dello sport e celebrity sportiva. Tra le sue ultime pubblicazioni *The star and COVID-19: Serie A soccer celebrities and the self-narrative of contagion on social media* (2022, con M. Tirino e L. Bifulco), *Celebrità calcistica e media. Dalla stampa ai social* (2022, con L. Bifulco e M. Tirino). Ha curato *L'immaginario di Stranger Things* (con M. Tirino, 2023) e *L'atleta digitale* (con M. Tirino e P. Russo, 2024).

TEAM DI RICERCA

Roy Menarini (Principal Investigator), Antonella Mascio (Università di Bologna), Sara Pesce (Unità di Bologna), Mario Tirino (Unità di Salerno)

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Michelle Grillo (coordinamento), Giorgio Busi Rizzi, Luigi Somma, Sara Virnicchi.

L'evento vale anche come attività seminariale per il Dottorato in “Educational and Social Research. Society and Teaching-Learning Studies” (XXXIX ciclo) e per il Dottorato in "Scienze e Culture dell'Umano" - Curriculum "Social Theory, Digital Innovation and Public Policies" (XXXVIII ciclo) e come attività di apprendimento interdisciplinare (3 ore) per il conseguimento dei Tirocini del Corso di Laurea Magistrale in “Management delle Attività Sportive e Motorie per il Benessere Sociale” (LM-47) dell'Università degli Studi di Salerno.