

SPORT.SKY.IT

https://bulzoni.it/it/catalogo/comunicar-e-lo-sport.html

COSA LEGGERE

Capire lo sport di oggi significa guardare oltre il campo

Comunicare lo Sport" è il volume di Pierfrancesco Barletta, Federico Oggiano e Manila Alfano che analizza l'evoluzione dell'industria sportiva attraverso comunicazione, marketing e diritto.

Lo sport non è più soltanto evento agonistico, ma è diventato fenomeno culturale, economico e mediatico. È questa la consapevolezza che ispira "Comunicare lo sport. Percorsi teorici e pratici di comunicazione, marketing e diritto sportivo", pubblicato da Bulzoni Editore e firmato da tre docenti dello IULM di Milano, Pierfrancesco Barletta, Federico Oggiano e Manila Alfano.

Il libro si propone di comprendere il sistema sportivo contemporaneo attraverso tre prospettive complementari. Il pregio principale sta proprio nell'evitare la compartimentazione a favore di una lettura trasversale dell'industria sportiva. Comunicazione, marketing e diritto sono ormai parti dello stesso ecosistema ed è proprio questa l'originalità metodologica del testo: tenere insieme livelli che spesso vengono trattati separatamente.

La comunicazione viene analizzata come elemento che costruisce il valore dello sport attraverso narrazioni, immagini, social media e relazioni con i pubblici; il marketing viene letto come strumento di posizionamento e gestione del brand sportivo; il diritto sportivo completa il quadro illustrando regole, istituzioni e rapporti tra ordinamento sportivo e ordinamento statale.

Con questo approccio interdisciplinare si ripercorre l'evoluzione del marketing sportivo e della gestione del brand, approfondendo l'influenza dei media tradizionali e digitali nella creazione del consenso e nel coinvolgimento dei pubblici. La dimensione comunicativa si intreccia così con le dinamiche economiche e manageriali che rendono lo sport uno dei fenomeni sociali più rilevanti del nostro tempo.

La credibilità del progetto editoriale passa anche dal profilo degli autori. Barletta porta nel libro l'esperienza maturata nella governance e nel management sportivo, Oggiano quella costruita nel mondo della comunicazione digitale e dei social media, Alfano aggiunge la prospettiva giornalistica e accademica.

Un libro destinato sia a studenti di comunicazione, marketing e management sportivo, che a chi già lavora nello sport, nel giornalismo o nella comunicazione e vuole rimettere in ordine concetti che, nella pratica quotidiana, tendono spesso a sovrapporsi.

la Redazione- 17 luglio 2026

https://sport.sky.it/altro/2026/07/17/comunicare-lo-sport-libro