

STARBENE.IT

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

NEWS:

Comunicare lo sport: quando una gara diventa una storia capace di ispirare

Lo sport non si gioca più soltanto sul campo, ma anche nelle immagini, nelle storie e nelle emozioni che riesce a trasmettere. È da questa trasformazione che nasce un volume che mostra come la comunicazione dello sport possa avvicinarci al movimento, motivarci e diventare parte di una cultura del benessere.

Una vittoria, una sconfitta, un gesto atletico, una rinascita. Lo sport, da sempre, parla alle emozioni. Ma oggi non basta più scendere in campo per essere protagonisti: ogni competizione vive anche attraverso il modo in cui viene raccontata, condivisa e percepita.

Un atleta non è soltanto il tempo registrato sul cronometro o il punteggio raggiunto in una gara, ma la storia che porta con sé. Dietro una medaglia c'è un percorso fatto di sacrifici, scelte, allenamenti, momenti difficili e conquiste personali. Allo stesso modo, una manifestazione sportiva non è più soltanto un evento agonistico, ma un'esperienza capace di unire persone, generazioni e culture diverse.Si può acquistare a Il Libraccio, su piattaforme on Line come Amazon, iBs Libri e Libreria Universitaria.

In questo intreccio di emozioni e narrazioni si nasconde un elemento che riguarda da vicino anche il benessere: il modo in cui raccontiamo e viviamo lo sport può influenzare il nostro rapporto con il corpo, con il movimento e con la motivazione a prenderci cura di noi stessi. Una storia sportiva ben raccontata può diventare una scintilla, un invito a cambiare abitudini, a ritrovare energia, a riscoprire il piacere di muoversi.

Come cambia il modo di vivere il movimento

Lo abbiamo visto durante i grandi eventi internazionali, dai Mondiali agli Europei, fino alle Olimpiadi: il pubblico non segue più lo sport attraverso un solo canale. La televisione continua ad avere un ruolo centrale, ma oggi convive con smartphone, social network, piattaforme digitali e contenuti immediati che permettono di vivere una competizione in modi completamente nuovi.

Una gara può essere seguita in diretta, commentata in tempo reale, rivissuta attraverso immagini, video e racconti personali degli stessi protagonisti. Lo sport entra così nelle nostre giornate con una presenza continua, fatta di emozioni condivise e di connessioni che superano i confini geografici.

Questa nuova modalità di fruizione ha cambiato anche il nostro rapporto con l'attività fisica. Una storia, più ancora di un semplice risultato, può avvicinare le persone al movimento. Vedere il percorso di un atleta che torna dopo un infortunio, conoscere

la disciplina quotidiana di chi raggiunge un obiettivo o assistere alla passione di chi pratica uno sport per puro piacere può far nascere una domanda semplice ma importante: "Perché non provarci anch'io?".

È il potere dell'identificazione. Quando ci riconosciamo in una storia, quella storia diventa più vicina e possibile. Lo sport raccontato attraverso le emozioni non rimane soltanto uno spettacolo da osservare, ma può trasformarsi in una fonte di ispirazione per migliorare il nostro stile di vita.

Il valore dello sport passa anche dalle parole

È proprio da questa riflessione che nasce "Comunicare lo Sport. Percorsi teorici e pratici di comunicazione, marketing e diritto sportivo", il volume edito da Bulzoni e scritto da Pierfrancesco Barletta, Federico Oggiano e Manila Alfano.

Un manuale tecnico, rivolto principalmente a chi studia o lavora nel settore, ma capace di offrire spunti interessanti anche a chi vuole comprendere meglio il mondo dello sport contemporaneo. Il libro mostra infatti come la comunicazione sia diventata uno degli strumenti fondamentali per costruire il valore dello sport.

Raccontare una competizione non significa soltanto descrivere ciò che accade sul campo, ma dare significato a quello che avviene. Significa mostrare la fatica dell'allenamento, la forza mentale necessaria per superare un limite, il lato umano nascosto dietro un successo. Sono proprio questi elementi a creare un legame emotivo con il pubblico.

Quel legame può avere un effetto concreto anche sulla percezione del benessere. Le storie sportive, quando mettono al centro impegno, equilibrio, passione e capacità di affrontare le difficoltà, possono diventare un potente stimolo a prendersi cura di sé. Non serve essere campioni per sentirsi parte di un percorso: spesso basta riconoscersi in un piccolo traguardo, in una sfida personale, nella soddisfazione di migliorare giorno dopo giorno.

Un viaggio tra comunicazione, marketing e regole del gioco

Il volume affronta tre dimensioni oggi inseparabili: comunicazione, marketing e diritto sportivo. Tre prospettive diverse che permettono di comprendere quanto sia articolato il mondo che ruota attorno allo sport.

Il marketing viene analizzato come strumento per valorizzare il brand sportivo e costruire nuove forme di relazione con il pubblico. Una squadra, un atleta o una competizione non rappresentano più soltanto un'identità agonistica, ma un insieme di valori, emozioni e comunità. La capacità di raccontarsi diventa parte integrante del successo.

Il diritto sportivo completa il quadro mostrando l'altra faccia dello sport: quella delle regole, delle istituzioni e dei rapporti tra ordinamento sportivo e ordinamento statale. Un aspetto meno visibile agli appassionati, ma fondamentale per comprendere la complessità di un sistema che coinvolge milioni di persone e che ha un ruolo sempre più rilevante nella società.

Un manuale per capire lo sport che cambia

La forza di "Comunicare lo Sport" sta soprattutto nella sua impostazione interdisciplinare. Pierfrancesco Barletta porta l'esperienza maturata ai vertici di importanti realtà sportive italiane, tra cui F.C. Internazionale Milano, oltre alle competenze sviluppate nell'ambito della gestione e della governance sportiva. Federico Oggiano contribuisce con una visione legata al digitale e ai social media, mentre Manila Alfano aggiunge la prospettiva giornalistica e accademica maturata anche nell'insegnamento della comunicazione sportiva presso IULM. Il risultato è un testo agile, di circa 140 pagine, pensato per offrire una visione d'insieme e che invita a guardare una gara con occhi diversi: dietro ogni risultato c'è un universo fatto di persone, strategie, emozioni e racconti. Perché oggi comunicare lo sport significa anche raccontare il valore del movimento, il piacere della partecipazione e la possibilità che lo sport offre a ciascuno di noi di stare meglio.

Paola Rinaldi - 27 luglio 2026

https://www.starbene.it/salute/salmonella-uova-fresche-come-evitare-contagio/