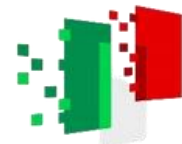




Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



Ministero
dell'Università
e della Ricerca



Italiadomani
PIANO NAZIONALE
DI RIPRESA E RESILIENZA



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI SALERNO

PRIN PNRR 2022



CELEBR - ETÀ

AGEING CELEBRITY IN
CONTEMPORARY MEDIA
AND SPORT CONTEXTS



Un capitano.

IL POST CARRIERA DELLE CELEBRITY CALCISTICHE
TRA RAPPRESENTAZIONI MEDIALI E AUTO-NARRAZIONE SOCIAL.
IL CASO FRANCESCO TOTTI

Sapienza Università di Roma - 20-21 giugno 2024

Convegno SISCC

MARIO TIRINO (Università degli Studi di Salerno)

SIMONA CASTELLANO (Università degli Studi di Salerno)

Research Questions



RQ1

IN CHE MODO È RACCONTATO IL POST-CARRIERA DI TOTTI NEI MEDIA AUDIOVISIVI?

RQ2

IN CHE MODO IL CELEBRITY CAPITAL VIENE GESTITO ED ELABORATO ATTRAVERSO LE AUTONARRAZIONI E LE RAPPRESENTAZIONI NEI SOCIAL MEDIA DI TOTTI?

La celebrity sportiva

ELEMENTI RILEVANTI NELLA COSTRUZIONE DELLA CELEBRITY SPORTIVA

- la strutturazione della reputazione della star sportiva
- il riconoscimento pubblico da parte delle audience
- interconnessione tra fama, corpo atletico, status e capitale e narrazioni mediali

Notorietà degli atleti → celebrità “**acquisita**” (Rojek 2001), alimentata dalle gesta sui campi da gioco; **abilità** celebrata come **genuina** (Smart 2004)



Celebrity capital e post-carriera

FINE DELLA CARRIERA PROFESSIONALE

- necessità di rimettersi in gioco, anche mediante una nuova carriera (Coackley, 1983)
- rinegoziazione della propria immagine
- rinegoziazione del rapporto con i fan
- estensione della propria attività e della propria influenza, in campi anche molto diversi e con esiti non sempre soddisfacenti
- con l'ageing necessaria riconfigurazione di stili di vita e identità (Marshall & Raman, 2014)
- spesso percorso per cui non si è pronti (Tinley, 2012)
- momento di transizione fondamentale non soltanto a livello professionale (Ronkainen, *et al.* 2023), con implicazioni significative sulla salute fisica e mentale degli atleti (Voorheis, *et al.* 2023).

POST-CARRIERA LEGATO ANCHE A

- narrazioni che di quella celebrity vengono portate avanti nei media mainstream: spesso si fa riferimento a momenti che riguardano il passato - glorioso, memorabile - della celebrità "aged" (Jerslev & Petersen, 2018), rendendola un personaggio da ricordare attraverso una costante riproposizione di momenti che riguardano la "media life" (Jerslev & Petersen, 2018: 158);
- comparsa della stessa celebrity all'interno di tali media (spot televisivi, serie e programmi TV, film).



Framework teorico

CELEBRITY CAPITAL (Driessens; Gunter).

TEORIA DEL CAPITALE (Bourdieu)

Celebrity capital → «accumulated media visibility that results from recurrent media representations» (Driessens, 2013: 17).

Forme di convertibilità di questa specifica forma di capitale in altre forme di capitale, economico, sociale, ecc. consentendo così di esplorare il modo in cui il **post-carriera** diventa occasione per **rinegoziare** i **limiti** imposti dall'**invecchiamento del corpo** per sperimentare nuove opportunità professionali e nuove forme di connessione con i fan.

Metodologia

- **MEDIA NARRATIVE ANALYSIS**

Analisi delle forme narrative di prodotti mediali: contenuto, struttura, aspetto performativo della narrazione e pubblici (Mihas 2023; Riessman 2007).

L'analisi dei narrative data può portare alla codifica di componenti quali tipo di storia, forma, genere, tono e scopo (Mihas 2023).

- **MEDIA CONTENT ANALYSIS**

Analisi qualitativa del contenuto (Schreier 2012) e delle forme mediali presenti sui social media, con conseguente individuazione di classi di contenuto (Macnamara 2008).

Media narrative analysis

Speravo de morì prima



Mi chiamo Francesco Totti



La serie tv Speravo de morì prima (SKY, 2021, 1 st.)



- Produzione **SKY Italia**, 2021
- Ideata e sceneggiata da Stefano Bises e Michele Astori, tratta dall'autobiografia *Un capitano* di **Francesco Totti e Paolo Condò**
- 6 episodi
- Produzione: Sky Studios, Wildside, Capri Entertainment, Fremantle, The New Life Company, Kwai
- Interpreti: Pietro Castellitto (Francesco Totti), Ilary Blasi (Greta Scarano), Gianmarco Tognazzi: (Luciano Spalletti), Monica Guerritore (Fiorella Totti), Giorgio Colangeli (Enzo Totti)

Nuclei tematici (dimensioni)

Nucleo	Sequenza
Dramma post carriera	Sfogo pre-partita d'addio (1x06)
Ruolo famiglia	Angelo e Giancarlo consiglieri (1x01), discorso Ilary sulla necessità di pensare al futuro (1x01)
Conflitto con Spalletti	Sfogo post Atalanta – Roma 3-3 (1x03)
Romanità/culturalizzazione	Furto zerbini (1x01), fuga notturna da ristorante (1x02), giro in auto prima di Roma-Palermo (1x02)
<i>Fall and rise biography</i>	Il recupero dopo l'infortunio (2006) (1x03)

Dramma fine e post-carriera

- Nucleo centrale della serie
- Definizione identitaria legata esclusivamente alla **sfera agonistica** («ora che si spegne la luce, che faccio?»)
- Incapacità di riconversione del **celebrity capital** (Driessens, 2014; Gunter, 2014) in altre sfere
- Conseguenze psicologiche del fine carriera (depressione)



Ruolo famiglia

- Presenza costante famiglia che assiste e protegge l'uomo e il campione: rifugio dalla pressione sociale
- Caratteri opposti dei genitori: il padre Enzo solitario e introverso, la madre Fiorenza sanguigna
- Centralità di Ilary nelle scelte del campione: indissolubilità vicende campione da vicende **coppia Totti-Ilary** (spettacolarizzazione/mediatizzazione)
- «**Corte**» di **Totti**: cugino Angelo e l'amico Giancarlo



Conflitto con Spalletti

- **Contrapposizione** **drammaturgica**
fondamentale della serie: guerra di nervi con alcune esplosioni di rabbia
- Difficoltà di «gestire» il campione nel contesto squadra per il coach
- Difficoltà (impossibilità?) di accettare il **ridimensionamento tecnico** e l'**attacco alla sua leadership** per Totti
- Momenti iconici: intervista al TG1 prima di Roma-Palermo, con Olimpico che si schiera per il calciatore; lite post Atalanta-Roma; apoteosi post Roma-Torino



Romanità/culturalizzazione

- **Identificazione con squadra e città**
- **Iconizzazione** (tracce urbane: murales, scritte, ecc.)
- **Pressione sociale:** impossibilità di frequentare spazi pubblici («prigione dorata») (Philpy, 2011)
- **Dimensione globale/locale** (Guschwan, 2022)



Fall and rise biography

- **Narrabilità delle imprese** del campione come premessa per la sua mitizzazione
- Recupero infortunio 2006 prima del Mondiale in Germania tappa fondamentale della **fall and rise biography** (Hill, 2006; Bifulco & Tirino, 2018)
- L'eroe sfida il fato e le avversità (anche sfida contro il tempo che scorre inesorabile): **invecchiamento come maledizione**



Il documentario Mi chiamo Francesco Totti (2021)



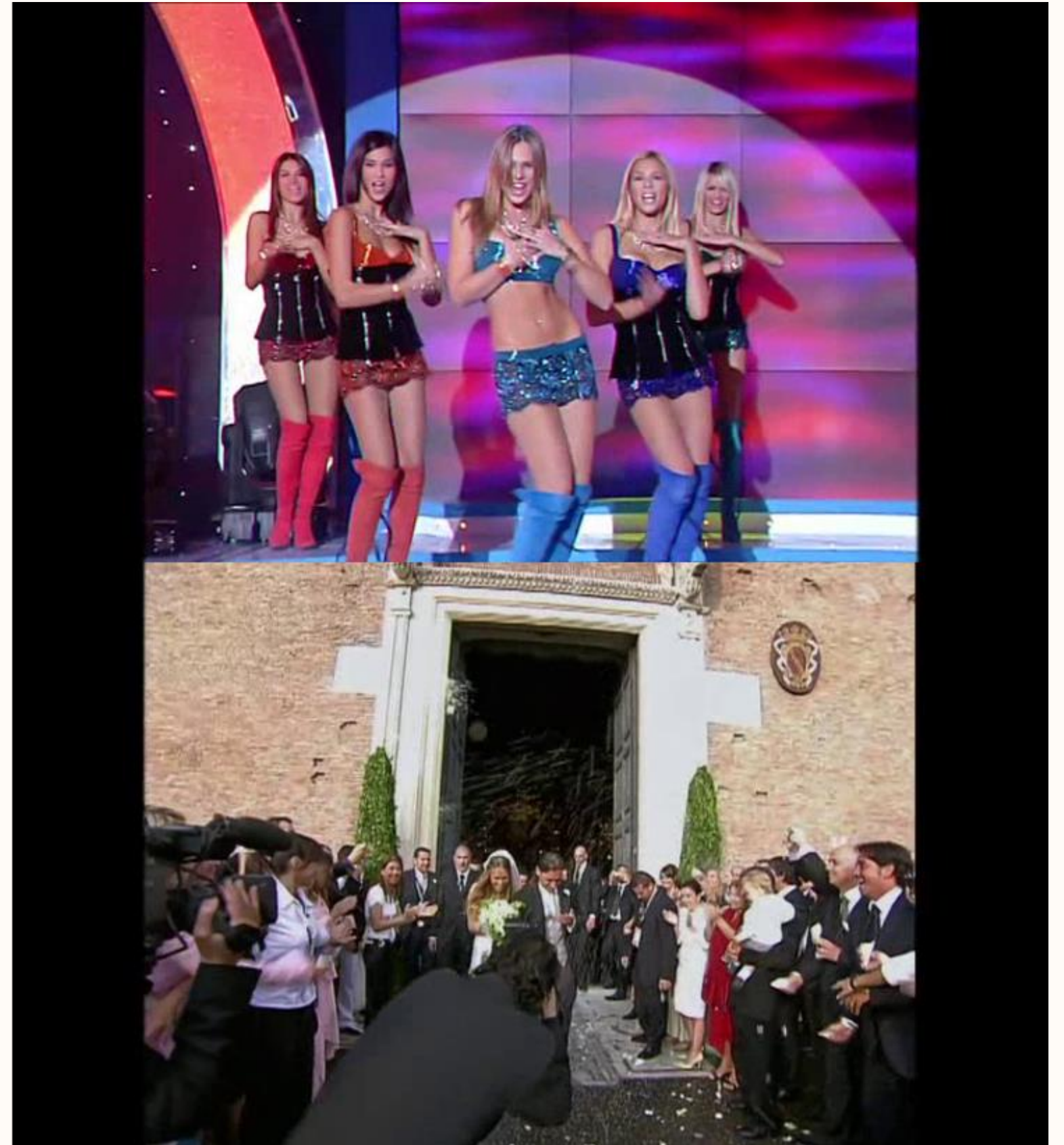
- Regia: Alex Infascelli
- Tratto dal libro *Un capitano* di Francesco Totti e Paolo Condò (2018)
- Sceneggiatura: Alex Infascelli, Vincenzo Scuccimarra
- Produzione: The Apartment, Wildside, Capri Entertainment, Fremantle, Rai Cinema in collaborazione con Sky Cinema e Amazon Prime Video
- Distribuzione: Vision Distribution
- Voce narrante (e punto di vista) dell'eroe sportivo

Analisi qualitativa: nuclei e dimensioni

Nucleo tematico	Sequenza
Costruzione della leggenda	Predestinazione (scena spiaggia, gioco «paperelle», settore giovanile Lodigiani), esordio (sequenza Primavera), primo gol (Foggia), scudetto 2001, Coppe Italia, addio al calcio
Timidezza/ritrosia	Prima partecipazione a una trasmissione tv locale
Cadute e resurrezioni (<i>fall and rise biography</i>)	Conflitto con Bianchi, scudetto Lazio 2000, tentazione Real Madrid, infortunio 2006, momenti di ira (calcio a Balotelli in finale C. Italia, sputo a Poulsen, spintone a Vito Scala)
Catena di tradizioni sportive	Scudetto Roma 1982-1983, idolo Beppe Giannini, acquisto della società da parte di Sensi, rapporto paterno con Carlo Mazzone, ecc.
Presenza costante famiglia e amici	Primo viaggio all'estero dei genitori per seguire il figlio (Italia vs Inghilterra a Wembley)
Rapporto con figure iconiche	Cassano (azioni di gioco «simbiotiche»), Vito Scala (ombra di Totti in pubblico e in privato)
Storia con Ilary (costante esposizione mediatica)	Ilary «letterina», t-shirt «6 unica», paparazzi e tifosi fuori dal circo, matrimonio in esclusiva Sky, ecc.
Fine carriera: rottura con Spalletti	La solitudine di Totti dentro un Olimpico illuminato solo da una selva di bagliori elettronici, immagini dell'ultima partita

Mediatizzazione della storia con Ilary

- **Cross-celebrification:** Totti nel sistema dello spettacolo italiano (spot, partecipazioni tv, cameo film, sovraesposizione mediatica)
- **Narrazione (edulcorata) della famiglia Totti-Blasi** come «sogno incarnato» oltre lo stereotipo dell'unione velina-calciatore: vita privata come spazio di consolidamento dell'idea di celebrity come «bene» da consumare pubblicamente (Barry, 2008)
- **Mediatizzazione completa della relazione e della separazione** (film *Unica*, 2023, con la 'versione' di Ilary; intervista al «Corriere della Sera» di Totti): post-carriera e deflagrazione delle relazioni familiari.



Fine carriera e ageism

- Maggiore tempo dedicato alla narrazione dei processi di mitizzazione (da inizio carriera) nel film: centrale la dimensione pubblica dell'addio al calcio di Totti (ma minore spazio alla dimensione privata – sofferenza ageing e incertezza sul post-carriera)



media content analysis

periodo di analisi post

28.05.2017 - 15.05.2024

periodo di analisi storie live

01.03.2024 - 01.06.2024

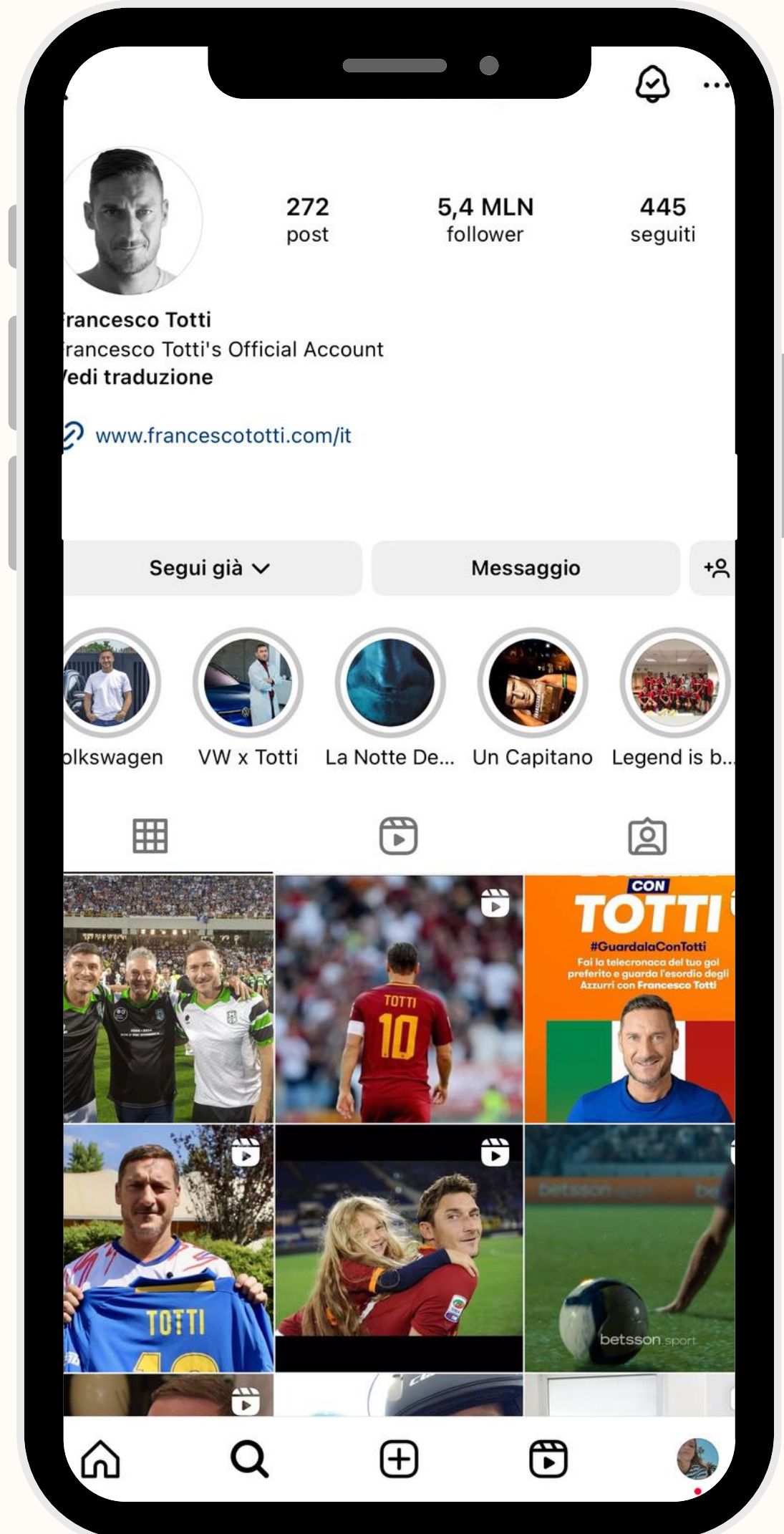
periodo di analisi storie in evidenza

01.03.2024 - 01.06.2024

totale contenuti audiovisivi analizzati

375

309 post + 66 storie



media content analysis

CLASSE DI CONTENUTO	NUMERO DI CONTENUTI	%
Self-branding	93	24.8
Famiglia	74	19.73
Attività e post-carriera	67	17.87
Commercializzazione	56	14.93
Nostalgia	41	10.93
AS Roma	36	9.6
Appartenenza territoriale	8	2.13



francescototti 9 luglio...indimenticabile !!! 🙌🙌❤️👏

Visualizza tutti e 3.183 i commenti

9 luglio 2020

Nostalgia

- **Narrazione nostalgica** del proprio passato da calciatore.
- **Simboli nostalgici**, individui, altre celebrity (Ronaldo “Il Fenomeno”, Batistuta, Vieri, Del Piero, ecc.) → richiamo a un preciso immaginario, un passato storico positivo per l'ex calciatore, ormai svanito.
- Tentativo di rimanere **aggrappato a un passato glorioso**, in linea con ciò che avviene all'interno dei media mainstream, dove le celebrity “aged” vengono ritratte ripercorrendo il loro passato costellato di successi (Jerslev, Petersen 2018), come accade nel caso dello stesso Totti.
- Nostalgia come **impossibilità di uscire dal ruolo** di calciatore.

Attività e post-carriera

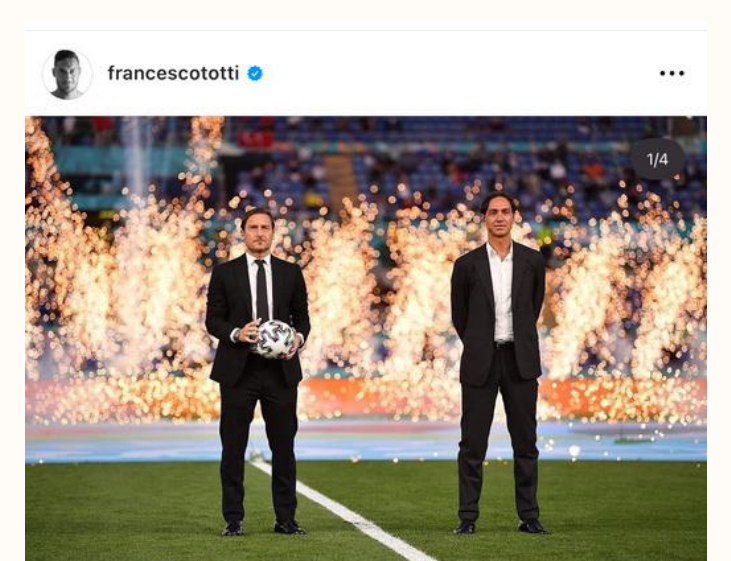


francescototti ❤️ Momenti indimenticabili.

#lanottedeire #totti

Visualizza tutti e 884 i commenti

3 giugno 2019



- **Difficoltà ad abbandonare la carriera da calciatore professionista**, in continuità con serie TV (coinvolgimento da calciatore in eventi; opportunità per i giovani).
- **Possibilità di rilanciarsi e reinventarsi nel contesto sportivo**, non necessariamente calcistico (competizioni di padel, come altre celebrity calcistiche nel post-carriera).
- **Problematicità del (e necessità di problematizzare il) futuro**: nonostante il coinvolgimento in attività para-istituzionali (per es. ambassador del calcio italiano all'estero) oppure il tentativo di rimanere nel contesto calcistico ma in altre vesti (per es. management di calciatori), a differenza di altri colleghi il suo ruolo non è mai stato istituzionalizzato in organismi sportivi, l'attività di management non è decollata, continua a gravitare come simbolo attorno all'AS Roma, ma attualmente non ricopre un ruolo istituzionale e ufficiale.

Difficoltà a rilanciarsi in contesti lontani da quello sportivo (Carless & Douglas, 2009; Jones, Avner, & Denison, 2022), soprattutto in un contesto plasmato attorno a una "high-performance sport culture" (Jones, Avner, & Denison, 2022).

Addio al calcio come un evento singolo e non come un processo da maturare nel corso del tempo (Torregrossa, et. al., 2004) in maniera graduale.

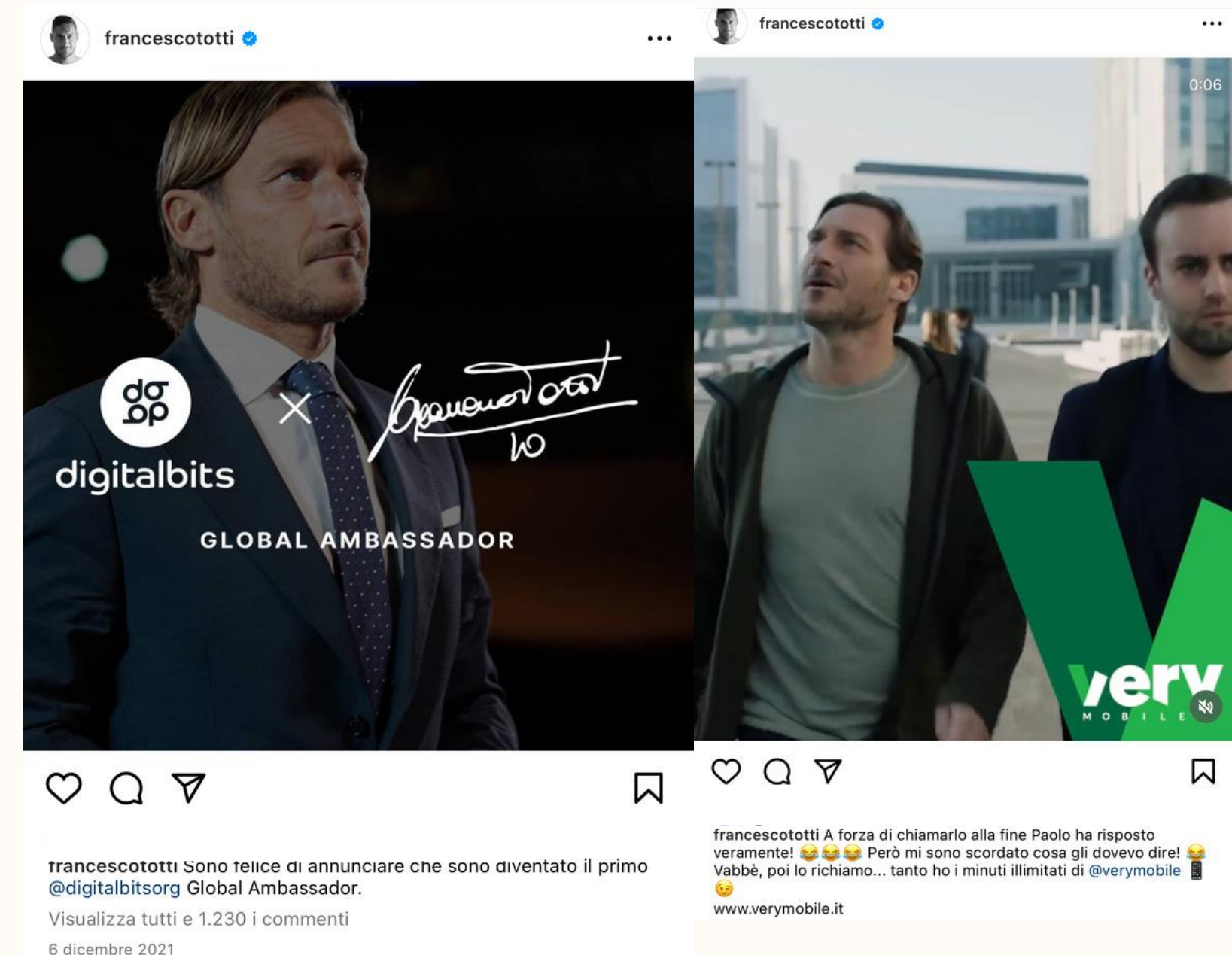
Famiglia

- **Figli** (a cui Totti dichiara amore incondizionato, mostrati spesso con maglia della Roma o all'Olimpico).
- **Ilary Blasi** (ancora presente sul profilo, presenza costante nel post-carriera, a eccezione degli ultimi tre anni: 2022, 2023, 2024).
- Dal ritratto familiare emergono **stile di vita e consumi** della famiglia Totti (vacanze sulla neve, vacanze al mare, visita al box Ferrari durante un GP).



Commercializzazione

- **Commercializzazione della figura di Totti e il suo essere brand** (soprattutto locale, italiano, come testimonia la connotazione territoriale di alcuni post *#sponsored*, per es. Very Mobile).
- **Attività commerciali con aziende** (Volkswagen, Very Mobile, Netflix con Spelacchio, Dash Pods, Digitalbits, Betsson): segnalate come *#adv*; presentate come collaborazioni o attività di endorsement.
- **Nuove possibilità del post-carriera** (non connesse solo all'ambito sportivo, ma coerenti con il personaggio).
- **Possibili problematicità per il fandom:** non sempre le attività commerciali – soprattutto quelle che avvengono sotto compenso – sono apprezzate dal fandom (perdita di naturalezza e autenticità della celebrity).



Self-branding

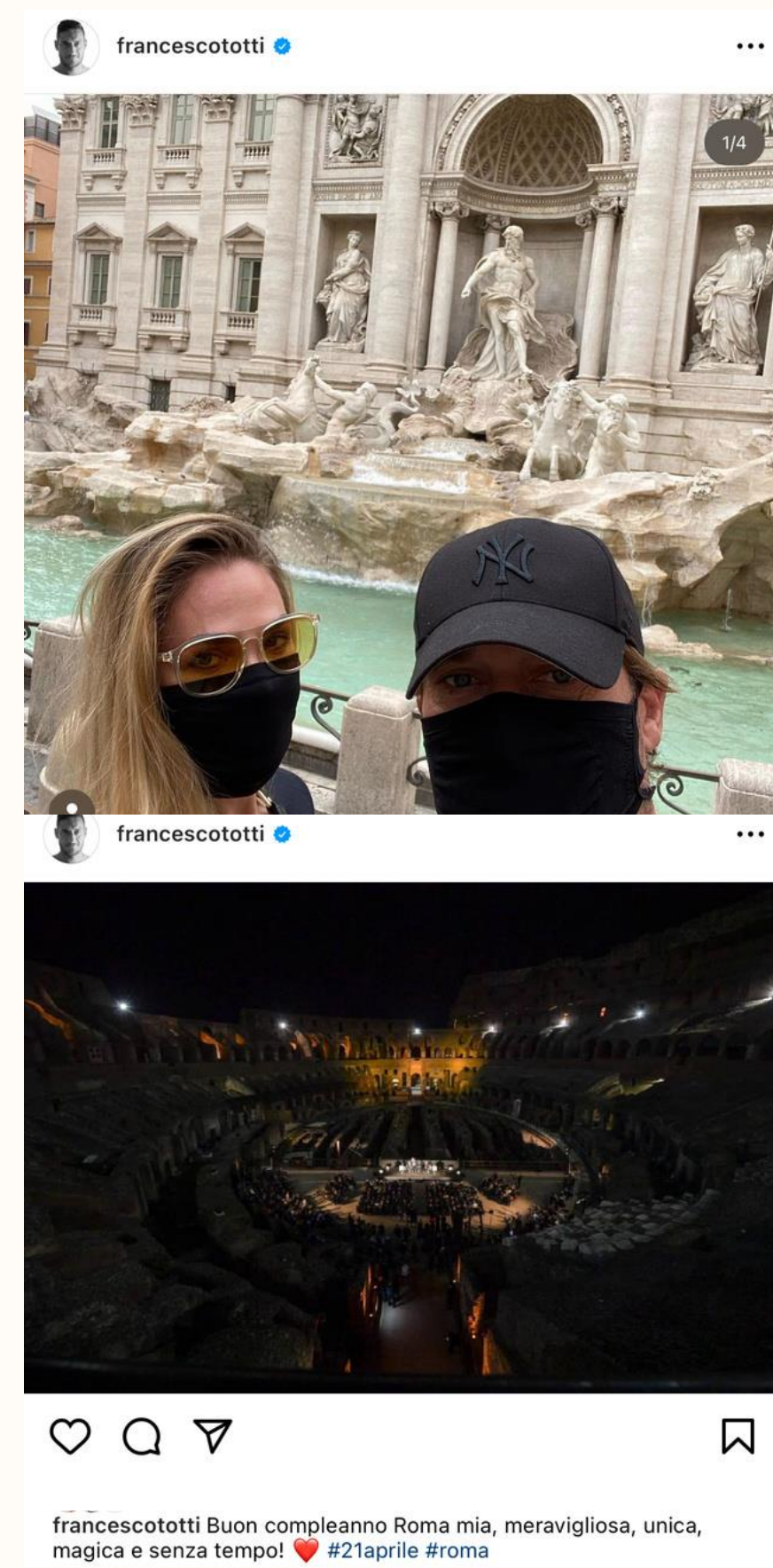
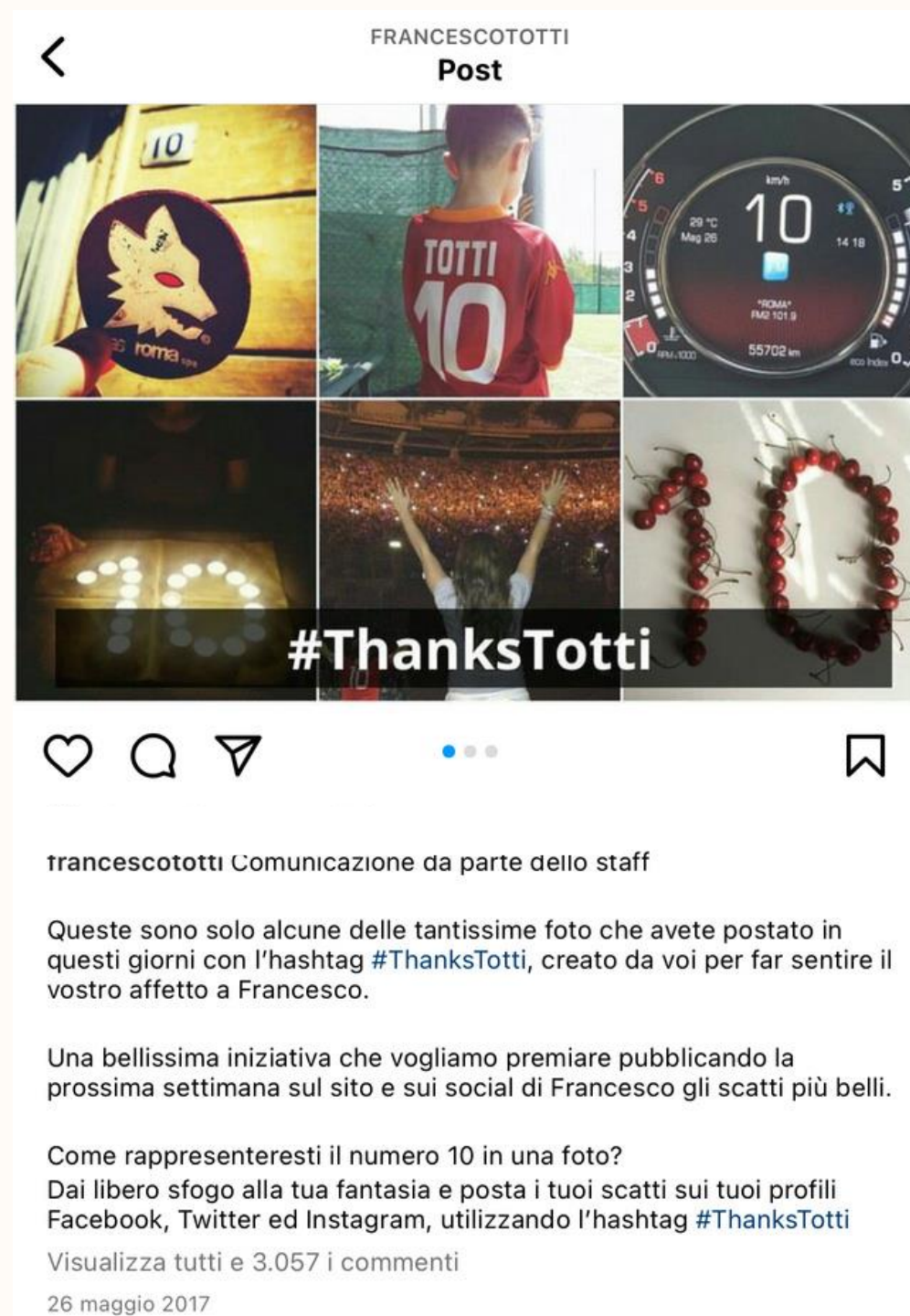
Processo imprescindibile per le celebrity (Polesana, 2023).

- **Promozione di attività che riguardano altri media** (altri prodotti mediali e culturali: l'uscita del libro, l'uscita della serie. Processo invero a quello che si verifica nel contemporaneo: piano editoriale media mainstream costruito attorno ad attività social delle celebrity).
- **Forte positività** del Totti celebrity-influencer sui social, quasi in controtendenza rispetto allo shock emozionale dell'addio al calcio.
- **Consolidamento** del suo essere **personaggio e brand**, mostrando la propria **routine**.
- Sfruttamento di uno **status di celebrity vicario** (contenuti insieme ad altre celebrity, per es. Salvatore Esposito, Ultimo, Russell Crowe).



AS Roma e appartenenza territoriale

- Attenzione al **rapporto con la città** (immagini di luoghi iconici della città o messaggi d'amore per la città).
- **Riferimenti alla società, alla rosa attuale** (con celebrazione di compleanni di calciatori, allenatori, ecc.), **ai tifosi giallorossi**, di cui si sottolinea l'incondizionato affetto.
- **Totti è la Roma; la Roma è Totti; Roma è Totti.**



Conclusioni. Autonarrazione e rappresentazione del fine carriera

- Caso esemplare di racconto del fine carriera e di terrore del post-carriera per la dimensione leggendaria di Totti
- Agency di Totti
- Grazie a strumenti narrativi propri della serialità tv e alla scelta di limitare la narrazione la serie approfondisce in maniera più attenta il dramma del fine carriera attraverso lo sviluppo di molteplici storyline
- Le dimensioni rilevate (romanità/culturalizzazione, ruolo famiglia, *fall and rise biography*, dramma fine carriera – conflitto con Spalletti) restituiscono l'immagine di una **celebrity profondamente a disagio con l'invecchiamento** e l'addio al palcoscenico del calcio giocato
- La *media narrative analysis* del film consente – attraverso le dimensioni individuate – di comprendere con maggiore accuratezza **i processi di mitizzazione di Totti** nel contesto della culturale romana-romanista, ma anche nazionale e globale (con un minore spazio dedicato al fine carriera)
- Dall'autonarrazione di Totti su Instagram emerge una **problematizzazione del post-carriera** (difficoltà a staccarsi dal mondo calcistico, con un ruolo non ben definito), nonostante un'apparente positività con cui si mostra alle audience
- Dai contenuti sui social, in linea con la serie tv, emerge una **difficoltà a rinegoziare il celebrity capital**, soprattutto nei primi due anni successivi al ritiro.

A man with short brown hair and a light beard, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is wearing a black headset with a microphone. He has a thoughtful expression, looking slightly to the left. The background is a blurred crowd of people.

Prossimi step della ricerca

- Analisi delle strategie di **incorporazione spettacolarizzata** delle **vicende private** nello storytelling della celebrity (commistione strutturale tra giornalismo sportivo, cronaca rosa e gossip).
- Studio della sua **persistenza nell'immaginario** (anche attraverso lo studio di citazioni, omaggi, cameo, ecc.).
- Doppia codifica (prodotti audiovisivi/contenuti social) e verifica dei risultati.
- Approfondimento della commercializzazione della celebrity, con narrative analysis degli spot pubblicitari.
- Studio del fandom (analisi netnografica e degli UGC).