

TAVOLA ROTONDA

Partecipano ¹

Jesús Castañón Rodríguez, Paolo De Paola, Antonio La Torre,
Andrea Masini, Nino Minoliti e Giancarlo Roione.

Presiede: Alfonso D'Agostino

¹ Nel caso dei primi interventi di Masini, Minoliti e Castañón Rodríguez, si riproducono i testi scritti trasmessi dagli autori (e quelli di Masini e Castañón sono anche forniti di titolo), nel caso degli altri partecipanti alla Tavola rotonda (De Paola, La Torre e Roione), si è provveduto a trascrivere dalla registrazione effettuata in vivo.

TAVOLA ROTONDA

PRESIDENTE

Do la parola al prof. Andrea Masini, ordinario di Linguistica italiana nella nostra università.

ANDREA MASINI

Lingua dello sport e italiano comune

Il linguaggio dello sport, oggi assai ben consolidato e articolato in sottocodici differenziati secondo le diverse discipline agonistiche, ha certo contribuito sul lungo periodo (possiamo ormai parlare di un secolo di storia) a diffondere in modo capillare la lingua italiana presso un pubblico eterogeneo e – in alcune fasce sociali – lontano dal possedere la competenza dell'italiano standard; infatti cent'anni fa l'Italia era un paese di dialettofoni con un tasso elevato di analfabetismo. Il linguaggio sportivo ha contribuito a familiarizzare gli italiani con la lingua italiana e ha dato alla lingua comune una serie di apporti cospicui.

I reciproci contatti fra linguaggio sportivo e lingua comune sono del resto continui e si svolgono da sempre in duplice direzione: da un lato con l'assunzione e la tecnicizzazione in direzione specialistica, da parte dei sottocodici dello sport, di voci dell'uso corrente (*ala, punta* nel calcio, *diretto, gancio* nel pugilato, *delfino, rana* nel nuoto e via dicendo); dall'altro con l'ingresso nella nostra lingua quotidiana, in tutti i registri diafasici, di espressioni divulgate a partire dalle cronache sportive: *sprintare, ko, spirito di squadra, entrare a gamba tesa, colpire in contropiede, salvarsi in calcio d'angolo*.

A partire da queste considerazioni, che assegnano comunque un'importante funzione al linguaggio sportivo nella diffusione dell'italiano, ci si chiede però quale sia il modello di lingua proposto, riflessione che non può tener conto dei modi con i quali il pubblico entra in contatto con la

lingua dello sport. Per cent'anni circa il linguaggio sportivo è stato prima linguaggio giornalistico, poi anche della televisione; oggi si assiste a una contaminazione fra i vari mass-media, per cui il linguaggio televisivo influenza sempre più violentemente quello per esempio dei giornali. Il linguaggio televisivo, pur non essendo del tutto orale (è caratterizzato da un'oralità mista) è percepito come linguaggio parlato, quindi transeunte, effimero, ed agisce sul linguaggio sportivo dei quotidiani, specializzati e no, che sono in forma pienamente scritta. A questa lingua, dunque, soprattutto nella forma più tipica nelle cronache televisive e radiofoniche, gli italiani sono esposti in modo tendenzialmente effimero e passivo, con la conseguenza di uno scarso stimolo alla rielaborazione dei contenuti percepiti e delle loro modalità espressive.

Da questo punto di vista non si può non additare – come un dato negativo – una caratteristica saliente del linguaggio sportivo dei nostri giorni: la ricorrenza quasi ossessiva di formule ripetitive, stereotipiche, di quella che Ornella Castellani, studiosa di storia della lingua italiana, ha chiamato “lingua di plastica”, quasi prefabbricata e destinata a un vero e proprio “usa e getta”. L'esempio più clamoroso, anche perché entrato nell'espressione comune, è forse quello del modo avverbiale “alla grande”, nato secondo la stessa Castellani nel linguaggio pubblicitario, ma divulgato negli ultimi decenni da un peraltro valentissimo ed esperto telecronista di partite di calcio, Bruno Pizzul; ma si pensi all'ormai invariabile espressione, corrente sulla bocca di tutti gli esperti che commentano le immagini alla moviola, secondo la quale “si ravvisano” (o “non si ravvisano”, a seconda del caso) gli estremi del calcio di rigore”. Plastismi, formule ripetitive, che si risolvono in una banalizzazione linguistica e anche culturale, posto che le capacità stesse di concepire e formulare i nostri pensieri dipendono in modo non secondario dal dominio delle strutture grammaticali, sintattiche, testuali, e dal possesso di un lessico ricco e articolato.

Un altro punto critico della comunicazione sportiva consiste nella massiccia invasione di grafici e dati numerici: una volta ci si accontentava di calci d'angolo, degli ammoniti e degli espulsi, ora, sia in televisione sia nella carta stampata, si fa grande sfoggio di possesso di palla, di metri percorsi dai singoli giocatori, e via dicendo, che sono elementi che dicono poco, che sono utilizzati semmai a posteriori per giustificare un risultato sportivo. Se la stereotipia è dannosa, i numeri sono sostanzialmente elusivi rispetto alla realtà tecnica del gioco. Questi elementi sottraggono pure in qualche misura, alla capacità esplicativa della lingua, la puntuale descrizione e comprensione degli eventi sportivi e rischiano di impoverire il nostro stesso pensiero.

In ultima analisi, riconosciuti i meriti storici del linguaggio dello sport ai fini di divulgare la lingua italiana, ci si deve chiedere se la pur legittima

esigenza di un'espressione chiara, immediata, semplice, non si realizzi troppo spesso come comunicazione accattivante, questo sì, ma semplicistica e superficiale.

PRESIDENTE

Mi sembra che le parole del prof. Masini consuonino con quelle dell'intervento del prof. Alvar. Do la parola al dottor Minoliti, giornalista di una delle più importanti testate sportive italiane, «La Gazzetta dello Sport».

NINO MINOLITI

Credo che un interessante esperimento riguardante il linguaggio dello sport – o meglio il linguaggio di un grande quotidiano sportivo – sia quello messo in atto dalla «Gazzetta dello Sport», che nel febbraio del 2007 ha inaugurato la rubrica *Altri mondi*. Si tratta di una sezione, collocata al termine del giornale, che in tre pagine tratta dei principali argomenti di attualità e che trova una sorta di “appendice” nelle successive tre, destinate alle lettere, ai giochi e al meteo e ai programmi di tv e radio.

L'idea del direttore Carlo Verdelli è stata quella di fornire ai lettori una chiave di accesso rapida e semplificata alle notizie più dibattute e interessanti: in pratica, poiché gli altri quotidiani dedicano allo sport uno spazio sempre crescente, arrivando nelle edizioni del lunedì a basare quasi l'intero numero sulle pagine sportive, la risposta della «Gazzetta» è stata quella di aprirsi alle notizie non sportive, ma trattate con un taglio particolare. Innanzitutto nell'approccio: con la formula delle domande (5) e delle relative risposte, si cerca di fare il punto sul fatto del giorno, dando spazio ai quesiti che sono sulla bocca di tutti, riassumendo quando è necessario le tappe precedenti della vicenda in questione e venendo così incontro alle esigenze di chiarezza e semplificazione che il pubblico, sempre meno propenso alle lunghe letture, cerca nei giornali. La stessa esigenza di rapidità e chiarezza caratterizza un altro aspetto dell'operazione, quello di fornire un rapido sommario delle principali notizie, mentre accanto agli argomenti più seri, viene dato spazio anche a notizie più leggere (recensioni di film, libri, interviste a personaggi dello spettacolo, ecc.). Senza dimenticare l'importanza che viene attribuita alle fotografie, scelte con il criterio della curiosità e della particolarità, e agli *scoop* realizzati dagli altri giornali. In sostanza, Verdelli sta cercando di offrire con la sezione *Altri mondi* un'altra porta di ingresso al lettore: accanto a quella tradizionale, posta logicamente all'inizio del giornale e rappresentata dalla prima pagina che introduce agli argomenti classici (calcio, motori, sport olimpici, ecc.) e stato ideato un al-

tro ingresso, quello posteriore, o meglio “laterale”, rappresentato dalle pagine dell’attualità. Se per un euro gli altri giornali forniscono un’esauriente informazione sportiva – è il ragionamento del direttore –, sulla «Gazzetta» devo cercare di rispondere offrendo una panoramica sull’altro mondo, quello appunto non sportivo.

L’esperimento, che ormai si può considerare una realtà acquisita, si sta rivelando felice: i dati forniti dai *panel* cui la «Gazzetta» è periodicamente sottoposta, indicano per quanto riguarda la nuova sezione un incremento delle percentuali di lettura e del gradimento dei singoli articoli. I lettori si stanno abituando velocemente a una «Gazzetta» che scopre nuovi territori, configurando quello che potrebbe rivelarsi nel medio-lungo periodo come il primo vero esempio di quotidiano popolare all’italiana.

PRESIDENTE

Mi sembra molto interessante questa scelta ben ponderata della «Gazzetta dello Sport», che mi ricorda, sia pure con le debite differenze, l’iniziativa del «Sole 24 Ore», giornale di economia, che però è dotato di pagine di politica e di avvenimenti di portata più generale (per non parlare del supplemento culturale della domenica). Trovo che sia una scelta assai notevole, perché in Italia si leggono pochi giornali e in questi casi, sia pure attraverso le pagine di un quotidiano in un caso sportivo, nell’altro economico, passa un’informazione più ampia che trascende il campo specifico. E il giornale sportivo non perde la sua identità, anzi, secondo me migliora la sua fisionomia. Per quanto riguarda l’aspetto “popolare” del periodico, in Italia abbiamo avuto un’esperienza infelice, quella dell’*Occchio* di Maurizio Costanzo. Ben venga dunque, anche qui con le ovvie differenze, l’esperienza della «Gazzetta». Per quanto riguarda il sistema di “domande e risposte”, mi pare che la «Gazzetta» sia all’avanguardia, avendo probabilmente tratto insegnamento da quelle che oggi si chiamano FAQ (*Frequently Asked Questions*), ossia le domande poste frequentemente che popolano i siti internet. Sull’aspetto sintetico, a cui faceva riferimento anche il dott. De Paola, rilevo che esso si espone al grave rischio di falsificare le cose, per cui è necessario stare molto attenti, ma si tratta comunque della strada giusta: anche il «Corriere della Sera», da qualche tempo a questa parte, riassume in pillole le notizie più importanti nell’ultima pagina del giornale. Do la parola al dottor De Paola, direttore di un altro giornale sportivo di prima grandezza, «Tuttosport».

PAOLO DE PAOLA

Il punto è delicato ed è oggetto di studio sull'evoluzione dei giornali sportivi. Parliamo di impoverimento del linguaggio o di immediatezza? Stiamo passando a una fase di assoluta evoluzione del linguaggio dettata anche dai ritmi di internet, del web. Non so se l'impoverimento generale del linguaggio dei nostri figli e dei ragazzi in generale debba avere questa connotazione eccessivamente critica o se dietro un linguaggio apparentemente povero c'è un'immediatezza di sintesi che mette in comunicazione, perché anche questo è un arricchimento. Se metto in comunicazione una comunità di persone attraverso un lessico e linguaggio magari più semplice o più "povero" ma che comunque le unisce, non so se si tratta di un'operazione negativa. Il giornalismo sportivo è vissuto negli ultimi anni e continua a vivere nell'esaltazione dell'avvenimento sportivo attraverso l'enfasi. L'enfasi nell'atteggiamento gladiatorio: "l'uragano Juve", "fenomenali", un qualcosa che trasmetta emozioni. In questo campo c'è una libertà di linguaggio che permette anche alcuni eccessi. Nella «Gazzetta dello Sport» lavora un collega, Claudio Gregori, che nelle sue cronache ama fare riferimenti a quadri d'autore, opere d'arte, soprattutto di temi fantastici (elfi ecc.) paragonando le imprese sportive banali e semplici ad allegorie fantasiose ed efficaci; questo modo non è amato da tutti. Ma il problema è: a chi si rivolge chi scrive un articolo? Dato che sono sempre ipercritico con la mia categoria, rispondo che spesso noi ci rivolgiamo ai tre o quattro giornalisti che ci capiscono, ma non al lettore. Rivolgersi al lettore è una cosa molto umile e il giornalista non ha umiltà. Il giornalista deve far vedere che scrive bene, che a un linguaggio sofisticato, che ha una ricchezza di linguaggio; ma non è questo che chiede il lettore. La maggior parte dei nostri lettori chiede chiarezza, semplicità. C'è un modo, secondo me, di lavorare sul testo oltre che sul titolo. Sul testo secondo una vecchia regola che però non è mai stata applicata fino in fondo: separare il fatto dai commenti. Ma dato che gli articoli sono spesso ridotti a 30, 40, 50 righe, il giornalista vuol metterci anche il suo sapere, il suo contenuto. Quindi in 30, 40 righe la notizia viene infarcita in un modo assolutamente poco chiaro, per sfoggiare un commento tecnico, allegorico e così via, che mette in mostra le qualità del giornalista. Se il giornalista ha bisogno di dire la sua, separiamo il commento tecnico (come facciamo a «Tuttosport»), dandogli un titolo a parte, mentre raccontiamo il fatto, la cronaca nella purezza del suo svolgimento. All'interno del testo che costituisce il commento si può fare ancora di più per limitare il campo dei voli pindarici: segmentare il pezzo in capitoletti che offrano, ciascuno con una piccola titolazione, quindi un'ulteriore chiarificazione e semplificazione, una miniguia di quello che si tratta in quelle 5-6 righe, che saranno seguite da altre 5-6 righe di un altro capitoletto. Sono tentativi, come vedete, di andare sì verso una sintesi,

ma torno a pormi la domanda: è impoverimento cercare la sintesi e quindi un modo di dialogare con quanti più lettori è possibile? Io non lo vedo come un pericolo, ma il linguaggio di internet sta stravolgendo il nostro modo di comunicare. Faccio un esempio: il presidente della Juventus mi ha mandato un sms con i *che* scritti con la *ë* (*ëe*), con la *x* al posto di *per* e così via; quindi anche persone che hanno una loro cultura si adeguano a un linguaggio che ha più immediatezza. E chiudo con la domanda: semplicità vuol dire impoverimento?

PRESIDENTE

Ringrazio il dottor De Paola per alcune preziose osservazioni di politica e tecnica giornalistiche, che sono sempre molto gradite a chi legge i giornali, ma non fa parte di quel mondo e quindi cerca di capire meglio come funziona questo strumento così importante. Do la parola al prof. Castañón, grande specialista di linguaggi sportivi.

JESÚS CASTAÑÓN RODRÍGUEZ

Il linguaggio dello sport: la capacità di unire e il diritto alla sorpresa

Il linguaggio dello sport risalta per la sua grande capacità di unire la gente. Non solo nelle loro emozioni condivise, ma anche nei loro modi di parlare e di scrivere.

Esso permette che coesistano l'espressione dei tecnici e dei professionisti dello sport, consente che lo spettacolo sportivo si trasformi in emozione del pubblico e in esperienza artistica. La comunicazione dell'avvenimento sportivo ha registrato l'ammirazione dello scrittore Miguel Delibes per il ciclista Fausto Coppi o le cronache calcistiche scritte da Gabriel García Márquez e Mario Vargas Llosa.

Senza dubbio il modo di esprimersi degli sportivi può migliorare, anche se bisogna tenere in conto che il mestiere dello sportivo consiste nel realizzare le azioni della sua disciplina e non nel parlare in pubblico.

In molte occasioni i protagonisti costruiscono il loro racconto con onomatopее come *pic* (finta), *pic, pac* (pallonate dirette contro un muro colpendo con entrambe le gambe), *pin, pan* (tocco di palla), *psssssiiii!* (traiettoria aerea di una palla), *pum!* (tiro che finisce in porta), *tac, tac, tac* (rimbalzo della palla), *zum!* (gioco violento)... È una situazione nella quale il giornalismo merita un grande riconoscimento per il suo lavoro di traduzione del gesto e dell'intenzione di quello che si è voluto dire in un discorso comprensibile.

E sebbene, talora, possano esistere difficoltà nell'espressione degli

sportivi, non è stato sempre così. Ci sono anche atleti preoccupati per il buon uso della lingua. Vi racconterò una breve storia. Molti anni fa un calciatore delle squadre giovanili andava in moto a Madrid per gli allenamenti e la domenica leggeva in un quotidiano d'informazione generale articoli di orientamento linguistico. Quando commentavano gli aspetti sportivi, ritagliava la pagina del giornale e la conservava. Col passar del tempo il giocatore giovanile diventò una grande stella della Nazionale spagnola e del Real Madrid. Continuò la sua carriera in Messico e seguì degli studi a indirizzo commerciale negli Stati Uniti. Tornato in Spagna e passato a far parte dei quadri organizzativi del Consiglio Superiore degli Sport, dovette far fronte a una nuova necessità: quella di parlare in pubblico. Si ricordò dei commenti linguistici della pagina che collezionava da giovane e osò chiamare l'autore, che nel frattempo era diventato il Direttore della Real Academia Española, per chiedergli consiglio. I nomi dei protagonisti di questa storia, che si sarebbe conclusa con una grande amicizia, sono Emilio Butragueño, "El Buitre" e Fernando Lázaro Carreter.

Di là dai suoi errori e dai possibili miglioramenti, il linguaggio sportivo è uno spazio per sognare e nutrire speranze, è una metafora della vita. E costituisce pure un ambito per il diritto alla sorpresa nell'uso creativo della lingua nei suoi diversi tipi di racconti.

PRESIDENTE

Grazie al prof. Castañón per questo denso intervento e per aver raccontato l'aneddoto relativo ad Emilio Butragueño, centrattacco del Real Madrid (soprannominato *El Buitre*, l'avvoltoio, per come si avventava sul pallone) e ai suoi rapporti con il Presidente della Reale Accademia Spagnola della Lingua, Fernando Lázaro Carreter, uno dei più grandi linguisti spagnoli del Novecento. Anche in Italia la cultura media degli atleti è ultimamente aumentata di molto, e se in anni passati, a parte Gianni Rivera, non potevamo contare con molti calciatori che sapessero sostenere una conversazione brillante, oggi le cose vanno ben diversamente.

ANDREA MASINI

Anche se Rivera non si è rivolto a Giovanni Nencioni, allora presidente dell'Accademia della Crusca, omologo di Lázaro Carreter!

PRESIDENTE

Do la parola ora al prof. Giancarlo Roione, docente di materie sportive nella Facoltà di Scienze motorie del nostro ateneo.

GIANCARLO ROIONE

Ricollegandomi a quanto detto stamani, ribadisco che bisogna rivalutare il concetto educativo nella scuola, sia per quanto riguarda lo sport, sia per l'organizzazione. Si sente spesso parlare di "eliminazione della violenza" e di aspetto educativo nella scuola, ma alla fine risulta che anche lì, la meta più importante per il professore di educazione fisica è vincere. Per abbattere il concetto di vittoria a tutti i costi e preparare ad accettare un'eventuale sconfitta, avevo proposto un po' scherzosamente i giochi senza vincitori né vinti, che si possono realizzare, ma solo dopo una preparazione pedagogica, psicologica e tecnica a vasto raggio. Infatti oggi lo sport si muove spesso in un orizzonte socioeconomico, nel quale contano, oltre al risultato anche i soldi; se dunque non rimuoviamo questo concetto di vittoria a tutti i costi, non riusciremo ad allargare la cultura degli insegnanti, degli allenatori e dei tecnici, i quali a un certo punto, seguendo l'andazzo, potrebbero pensare che per vincere è indispensabile cadere nella sfera del doping (medico, economico o sociale che sia). L'educazione a questi principi sarà molto lenta, ma attraverso il linguaggio (io citavo tutte le sfumature della nostra materia, dove c'è il problema del correre, camminare, gironzolare, deambulare), e partendo dalla scuola primaria, occorre far capire che lo sport va praticato con tranquillità e con perseveranza. Gli stessi genitori spingono i loro figli a praticare sport "trainanti", perché sanno che questi potrebbero essere remunerativi e in definitiva rappresentano un investimento. Può succedere che gli atleti non di successo perfezionino il loro stile di linguaggio per potersi inserire in un contesto sociale nel quale sono necessarie altre caratteristiche oltre la forza, la resistenza e così via. Sono convinto che bisogna persuadere gli insegnanti di educazione fisica e gli allenatori di tutti i livelli, perché insistano su questi concetti. Da parte loro i giornali sportivi potrebbero inserire articoli, anche brevi, non dico volgarizzando il linguaggio, ma evitando tecnicismi. Sono convinto che se facessero attenzione più che ai termini tecnici a quelli educativi (cito anche il caso della sicurezza dell'impiantistica, delle gestioni, dell'alimentazione), molto probabilmente avrebbero dei riscontri positivi in breve tempo. Perché quello che vuole la gente, compresi i genitori che iscrivono i figli nelle scuole sportive, è ottenere risultati immediati, ed è un peccato; ecco perché gli stadi rimangono vuoti.

PRESIDENTE

A proposito di alcune osservazioni del prof. Roione, vorrei dire che il prof. Alvar mi rivelava ieri che in una strana lingua delle isole Marianne (o comunque di una zona del Pacifico) non esistono i concetti (e le parole corrispondenti) di “vincere” e “perdere”.

PAOLO DE PAOLA

Non dobbiamo cancellare la parola “vincere”; dobbiamo accettare la normalità e la sconfitta.

PRESIDENTE

Si tratta in fondo di un fatto culturale. Ringrazio il prof. Roione e do la parola ora ad Antonio La Torre, prof. associato nella Facoltà di Scienze motorie del nostro ateneo.

ANTONIO LA TORRE

Io per mestiere alleno per vincere. Allenare un atleta è anche un'avventura umana, sia quando questi vince, sia quando perde. Credo che ogni bambino giochi per vincere, però impara ad accettare le regole, cosa molto importante, ed è questo il messaggio che dobbiamo dare. Ricordando che la «Gazzetta» ha introdotto la rubrica dedicata agli “altri mondi”; posso dire che io appartengo agli “altri sport”, anche se non intendo fare la vittima, prendendomela con il Moloch del calcio. È vero che la realtà degli atleti è cambiata, sia nel linguaggio, sia nei personaggi, soprattutto perché alle loro spalle c'è qualcuno che ne cura l'immagine, anche se il loro spessore culturale non è molto diverso dal passato. L'importante è che i campioni veri sanno comunicare delle emozioni anche nelle interviste; e sono grandi sia nella vittoria, sia nella sconfitta. Da lettore della «Gazzetta» e al contempo da appassionato di letteratura (che ha dedicato allo sport pagine di grande arte), direi che attraverso lo sport si possono raccontare molte metafore della società in cui viviamo. Considero un fenomeno negativo il fatto che il linguaggio politico abbia assunto metafore da quello sportivo; se c'è doping nello sport, c'è doping anche nella politica. Il problema è tornare a raccontare le emozioni senza enfattizzazioni eccessive, ma raccontare le emozioni intime, perché un lettore che ama lo sport lo vive in una dimensione quasi onirica, immedesimandosi nelle azioni sportive più esaltanti. Questo deve restare, però credo che l'eccessiva riduzione e semplificazione, favorita anche dai giornali “di strada”, sottrae spazio alla riflessione.

Come facciamo a tornare all'approfondimento che, sedimentandosi, diventa cultura?

PRESIDENTE

Ringraziamo il prof. La Torre per le sue riflessioni e gli auguriamo di portare alla vittoria gli atleti da lui allenati. Senza rispettare l'ordine precedente, do la parola a chi voglia intervenire, sia fra i partecipanti alla Tavola rotonda, sia fra il pubblico.

NINO MINOLITI

Vorrei aggiungere un elemento alle riflessioni del prof. La Torre. Come si può trovare un punto di equilibrio tra la sintesi e la riflessione? Secondo me con un'operazione che va compiuta giorno per giorno, per lo meno nei quotidiani. Il quotidiano, anche per ragioni pratiche, non può risolvere qualcosa in un articolo o in una giornata; può offrire spunti di riflessione che, ripetuti nel tempo, e magari tenuti insieme da un filo rosso invisibile (ma che in realtà il lettore finisce per cogliere), lo aiutino a fare delle scelte e gli facilitino la visione di alcuni scenari. È vero: la cultura non è una cosa veloce, è un processo lento e sofferto. Credo che di fondo, non debba andare perduto, come giustamente diceva De Paola, quello spirito che deve comunque appartenere a chi opera nel mondo dell'informazione. Nello stesso tempo vanno colte le esigenze che oggi ha la gente; di fronte a un bombardamento di notizie, si deve trovare una strada, perché oggi c'è una sovrapproduzione di notizie, mentre una volta, al contrario, il problema era come accedere ad esse. Era anche un privilegio sapervi accedere. Oggi invece occorre offrire alla gente un percorso per muoversi, per trovare nella foresta delle informazioni quelle essenziali e più credibili.

JESÚS CASTAÑÓN RODRÍGUEZ

Negli interventi di Paolo de Paola e di Antonio La Torre sono state dette due cose molto interessanti.

Prima, nel dibattito su quale lingua dello sport si usa nel linguaggio giornalistico, si è discusso se i mezzi linguistici hanno patito un impoverimento espressivo negli ultimi tempi o le loro forme rispondono alla necessità di un'immediatezza per comunicare. È possibile che entrambe le idee siano vere, ma io chiedo: la cosa avrebbe a che fare anche con una evoluzione dei mezzi verso una lettura visuale nella quale le parole non sono in primo piano?

Seconda, è stato detto che il racconto dello sport costituisce un'avventura. Oggi, questa avventura combina quattro aspetti. Due, sui quali la comunicazione ha lavorato tradizionalmente con molta efficacia: la competizione dei recinti sportivi e le reazioni del pubblico. Dalla fine del XX secolo sono emersi con forza altri due aspetti: i corridoi del potere e lo sport mediatico. Nino Minoliti raccontava nel suo intervento l'irruzione di nuove scienze e linguaggi che prima non erano frequenti nell'informazione sportiva. Sono sorte molte espressioni per i rapporti con le scienze, col potere politico, economico, giudiziario e con altri poteri. Da ultimo la comunicazione imprenditoriale degli enti sportivi, nella quale hanno una grande attività le nuove tecnologie. Essa sta formando nuovi spazi e non si sa ancora quale sarà la sua evoluzione. Per il momento nei siti web lo sport è mescolato con l'imprenditoria, nella ricerca di spazi comuni per dilettranti, mezzi di comunicazione e interessi dei club professionistici.

ANDREA MASINI

Non intendevo dire che immediatezza e semplicità significhino impoverimento. Evidentemente immediatezza, semplicità e chiarezza sono valori positivi. Però ho come l'impressione che sia nella televisione, sia nella carta stampata, la chiarezza e la semplicità siano attinte dalle altre forme massmediatiche, in parte il giornalismo del web, in parte perché esiste anche il condizionamento dei giornali gratuiti, che hanno in qualche misura certamente modificato il quadro, tant'è vero che il «Corriere della Sera» ha in ultima pagina le «Notizie in due minuti». Allora è vero che semplicità non è sinonimo di impoverimento. Ma la sensazione è che si sia di fronte a una forma semmai di superficialità e di lingua e di contenuti, che è sí un impoverimento. Anche perché la semplicità e la chiarezza non sono facili da realizzare, tutt'altro. Sia per il giornalista di carta stampata che magari assiste alle otto di sera a una partita di posticipo e ha poco tempo per scrivere l'articolo, sia per il commentatore televisivo che parla addirittura in diretta. Sono cose difficili. Quello di cui si avverte la carenza, dicevo prima la stereotipia linguistica, non è qualcosa che si supera coi sinonimi: occorre avere il coraggio intellettuale, l'onestà di approfondire di più: è questo secondo me che manca di più: una forma di approfondimento che diventa riflessione. Ho apprezzato quanto diceva prima il dottor Minoliti; è un percorso lento, che si costruisce giorno per giorno, si fidelizza il lettore in questo senso e lo si "educa". È vero che il lettore vuole chiarezza e semplicità; però il lettore vuole anche molta ripetitività, perché magari ha visto la partita la domenica, vede *Novantesimo minuto*, vede le altre quattro trasmissioni che ci sono, va a vedere su Youtube e via dicendo (qualche volta lo faccio anch'io), proprio perché fa parte anche di quella spinta emotiva

che è uno dei sali dello sport; però non cerchiamo di favorire questa coazione alla ripetitività.

PAOLO DE PAOLA

Secondo me i giornali fanno già l'approfondimento. Guardate come oggi i giornali trattano Del Piero. Su ogni giornale ci sono approfondimenti di una ricchezza spaventosa: c'è chi è andato a San Vedemmiانو e ha parlato con il paese, c'è chi è andato alle origini, c'è chi ha fatto un confronto fra tutti i cannonieri, chi ha visto che questa è la seconda stagione migliore in assoluto di Del Piero a 34 anni; perché e non perché; perché ha lavorato molto sulla forza esplosiva negli ultimi anni; il tecnicismo esasperato; la posizione nel campo; su Del Piero c'è una enciclopedia oggi. Alla fine (ed è questa la cosa sgradevole, ed è questo un fenomeno culturale da controbattere) emerge la polemica: quello che fa presa è la contrapposizione. La polemica fa presa sul pubblico, si fa leggere. Se c'è sempre quell'aura di sospetto, se c'è sempre quella negatività, quella resistenza ad accettare il risultato negativo e, se si accetta il risultato positivo, si deve trovare sempre il marcio, noi non ci evolveremo mai. Per questo dico che è un fatto culturale, ma difendo in questo senso la categoria, perché sugli argomenti forti noi ci siamo, ci siamo anche con una certa emozione. C'è una certa differenza fra lo sportivo calciatore e lo sportivo di altri sport: sono due mondi completamente separati. Del Piero è uno atleta intelligente, è una persona che si sa molto amministrare, che però cura tantissimo le parole, perché c'è tutto un percorso mediatico che un calciatore, anche non colto, fa attraverso il suo procuratore, per stare attento a non dire una parola sbagliata, a non dire una parola contro l'avversario, contro il presidente, contro il prossimo avversario, contro il designatore o contro l'arbitro. Non c'è mai naturalezza, mai. Molto spesso, invece, negli altri sport la troviamo questa naturalezza; nell'atletica, nel basket e in altri sport trovi degli atleti che ti raccontano delle storie umane bellissime, ma immediatamente, senza preoccupazioni del rimbalzo mediatico. Secondo me è questo che va un po' recuperato, cioè un approccio innanzi tutto più semplice nei confronti dello sport; non casca il mondo, in nessun caso, e soprattutto andare a vedere che cosa c'è dietro l'atleta senza spingerlo a superare i propri confini, e dialettici e linguistici.

BEATRIZ HERNÁN-GÓMEZ PRIETO

Vorrei rivolgere una domanda, non provocatoria, ai giornalisti. Perché la scherma, della quale mi sono occupata, ha così poco spazio nella stampa?

forse perché non ha uno sponsor? E come la scherma, molti altri sport. I ragazzi giocano al calcio perché è la passione dei genitori o perché il calcio è uno dei pochi sport che ti fa sognare di diventare ricco, ma in qualche modo è incentivato dagli stessi giornali? Perché non viene incentivato un altro sport, anche se rimarrà povero, perché non avrà alcuna possibilità di successo economico? Un giornale sportivo non si dovrebbe proporre anche come diffusore di altri sport altrettanto formativi di quanto possa essere il calcio? Ripeto, non è una domanda provocatoria.

PAOLO DE PAOLA

Purtroppo chi ha provato a fare quello che dice lei ha chiuso dopo un mese. C'è stato un giornale che con l'atletica, il basket, la pallavolo ha fatto un tentativo, ma è andato malissimo. Questo è anche comprensibile. Se c'è una passione naturale, una storia (non dico che la scherma non abbia una grandissima storia), un qualcosa che mette in contatto milioni di persone come il calcio, quello è quasi naturalmente il centro degli interessi del giornale. Noi seguiamo non esclusivamente una spinta economica, ma anche emozionale, il calcio è qualcosa che muove milioni di persone e appassionati in tutto il mondo. La scherma non coinvolge tantissime nazioni. L'eccellenza nella scherma la trova soltanto in sette-otto nazioni del mondo occidentale. Ma la scherma in Africa lei l'ha mai vista? o in Sud America? o in Australia? Il calcio lo vede invece, in tutto il mondo. Possiamo fare esempi di altri sport. Prendiamo la pallavolo, che in Italia è il secondo sport dopo il calcio. Ma una cosa è la pallavolo praticata, un'altra è la pallavolo da vedere. A una partita di pallavolo di serie A assistono mediamente 800-1000 persone. Questa è la realtà con la quale ci confrontiamo. Noi non facciamo opere benefiche; dobbiamo occuparci di un lettore appassionato che ci segue e lo troviamo soprattutto nel calcio, che ha un dominio spaventoso: il calcio monopolizza il 99% dell'interesse e della motivazione d'acquisto dei giornali sportivi. E c'è poco da fare cultura. Lo spazio che nei nostri giornali noi diamo agli altri sport è superiore all'indice d'acquisto di un giornale.

BEATRIZ HERNÁN-GÓMEZ PRIETO

Sì, ma partendo dal principio che uno si assicura la vendita del giornale con il calcio e che a questo rimane lo spazio previsto, nel caso della scherma come di qualsiasi altro sport minoritario, la soddisfazione dell'atleta che si vede riconosciuto pubblicamente, può essere anche una spinta per promuovere altri sport.

PAOLO DE PAOLA

Questo è un altro argomento; su questo le do ragione, ma rimaniamo sempre in ambiti molto locali, cioè il tentativo che fanno alcuni giornali è un'iperregionalizzazione; per esempio il lunedì sul calcio dilettantistico alcuni giornali danno tutta l'informazione anche sui campionati dei "pulcini", mettendo i nomi di tutti i ragazzini, il che soddisfa le famiglie e crea un circuito di interesse che poi può svilupparsi anche come bacino di lettori per il giornale stesso. Ma lei non può sapere quello che succede ogni mattina nelle redazioni dei giornali quando si distribuiscono gli spazi. È come l'avventarsi di una muta di cani su una ciotola di cibo. Ma al calcio non basta mai. Io riesco a far comprendere che dobbiamo occuparci anche degli altri sport, ma tutto quello che dai a questi lo togli alle cinque o sei pagine che dobbiamo dedicare alla Juve, alle tre che devi dare al Milan eccetera, perché il giorno dopo arrivano le lettere dei lettori, che protestano se hai dedicato meno spazio a una notizia di calcio che ha un altro giornale. Sono d'accordo con lei che dare spazio agli altri sport è un principio di cultura, ma questo si può inserire poco alla volta e dipende un po' dalla sensibilità dei vari giornali.

PRESIDENTE

Ho come l'impressione che se i giornali dessero più spazio agli altri sport farebbero un po' come certe banche, che hanno lo scopo fondamentale di far soldi, ma ogni tanto dedicano un po' dei loro guadagni per finanziare iniziative culturali; non per lavarsi la coscienza, ma perché incidono sul sociale anche con queste imprese.

NINO MINOLITI

L'unica variante è quando negli altri sport emergono personaggi che hanno una loro caratura. Se ad esempio viene fuori Tomba nello sci o Montano nella scherma, allora si dà l'occasione perché quello sport, che avrebbe un ambito molto limitato esca da questo recinto e trovi uno spazio diverso da quello che gli viene normalmente assegnato. Il prof. Castañón ci può confortare con l'esperienza spagnola: fino a qualche anno fa la Formula 1 non esisteva, perché non ci sono mai stati piloti spagnoli (tranne che di motociclismo), poi a un certo punto è arrivato Fernando Alonso e i giornali spagnoli hanno scoperto la Formula 1. Certo, la Formula 1 non ha bisogno di aiuto da parte dei giornali, perché è uno sport potentissimo, ma ho fatto questo esempio per parlare di uno sport molto seguito altrove, ma non in Spagna, fino all'arrivo di un grande pilota.

PRESIDENTE

Seguendo i lavori di questo convegno da persona non competente, mi sono fatto l'idea che i giornali sportivi abbiano una tastiera abbastanza ampia, per cui se è assolutamente vero che ci sono ripetitività e semplificazione (che peraltro esistono, se non di più, anche in altri settori della comunicazione), mi pare che la stampa specializzata abbia una capacità molto varia, per cui ospita tanto l'articolo "pesante" da un punto di vista linguistico e testuale, quanto quello più corriivo. Insomma credo che il linguaggio sportivo non sia riconducibile a un unico profilo, che i giornali (tanto gli italiani quanto gli stranieri) riflettano modi testuali diversi, modelli che si alternano a seconda dei casi: il modello più tipico (a quanto posso capire dal mio punto di vista) è quello che definirei "epico", ma c'è anche il modello "saggistico" (nel quale il giornalista deve imparare anche linguaggi specialistici d'altro tipo: medico, giuridico ecc.), e poi il modello drammatico, quello patetico e così via, che arricchiscono molto questo settore della comunicazione. Ovviamente esistono anche, come dicevo prima, la ripetitività, la stereotipia, l'uso di un'aggettivazione semplice e sempre uguale a sé stessa; questa caratteristica linguistico-stilistica, per fare un esempio di aree di mia competenza, richiama la cosiddetta "prosa media" nella letteratura medievale, senza grandi pretese artistiche e con una relativa scarsità di elementi lessicali distinti, dove gli aggettivi sono sempre e solo *bello, grande, buono*, i verbi *andò, disse, fece* e via di seguito. Peraltro anche con pochi elementi lessicali distinti si possono costruire grandi cattedrali di parole; come aveva notato uno dei più grandi studiosi del secolo passato, Gianfranco Contini, anche il *Canzoniere* del Petrarca è costruito su un lessico "selezionato". La bontà dei testi della stampa sportiva dipende alla fine dalla qualità di chi scrive. Ho quindi l'impressione che il linguaggio sportivo, che in gran parte si concreta nel linguaggio giornalistico, sia un fenomeno notevolmente complesso.