

Antonio La Torre

*Università degli Studi di Milano*

## IL LINGUAGGIO NEL CAMPO SPORTIVO <sup>1</sup>

Il linguaggio che viene utilizzato in ambito sportivo sta subendo, in questi ultimi anni, un forte cambiamento. Sempre più frequentemente ritroviamo espressioni tipiche del linguaggio sportive collocate nei dibattiti ai piani alti della politica. Spesso la metafora sportiva è un ottimo espediente per far passare un messaggio, anche un modo accattivante, una sorta di “striz-zatina d’occhio” complice che fa sentire tutti, più o meno, sullo stesso piano. Un modo per aggirare la “separatezza” della quale spesso la politica viene accusata.

### 1. COME ACCORDARE RIGORE E SEMPLICITÀ?

A noi operatori delle Scienze Motorie e Sportive è richiesto un duplice sforzo. Dobbiamo “formare” nuovi professionisti delle Scienze Motorie tenendo conto della necessaria coerenza sia formale che sostanziale del linguaggio scientifico. Dobbiamo “comprendere” nei nostri insegnamenti gli enormi contributi che derivano da chi per professione fa ricerca nelle diverse aree delle scienze motorie e sportive. Allo stesso tempo dobbiamo insegnare a “semplificare” per farsi capire. Come in una giravolta, occorre usare un linguaggio chiaro, immediato, che sia però coerente con i principi fisiologici, biomeccanici che ispirano sul piano operativo le diverse proposte motorie.

---

<sup>1</sup> Pubblichiamo anche questo contributo del prof. La Torre, non esposto durante le giornate di studio, ma fattoci pervenire in un secondo tempo dall’autore, come ulteriore riflessione sul tema del convegno.

L'altro problema è insegnare la flessibilità del linguaggio in relazione al contesto, ritengo quello del linguaggio, o, per meglio dire, quello della lingua italiana, una delle risorse e/o al tempo stesso un limite, per chiunque si trovi ad agire nella vasta area motorio-sportiva. Essere padroni della lingua italiana non è cosa che possa riguardare solo le studentesse e gli studenti iscritti ai corsi di laurea in Lettere, è primariamente argomento centrale per chi, attraverso la comunicazione, deve far filtrare e capire la corretta interpretazione di uno strumento di lavoro, sia esso un esercizio aerobico, una complessa progressione ginnica o una ludica rincorsa ad una palla.

## 2. IL GIOCO? UNA COSA MOLTO SERIA ...

Stiamo qui confrontando opinioni, idee, linguaggi su una materia apparentemente “leggera”. In fondo non dovremmo mai dimenticare che la natura più intima dello sport è ludica. È bene ricordarlo proprio mentre tutto il complesso mondo dello sport è diventato un “affare” assai serio, con bilanci, quotazioni in Borsa, investimenti pubblicitari con cifre da capogiro. Il rischio è che anche la comunicazione sportiva diventi “ipertrofica”. Questo rischio lo affronta soprattutto chi per mestiere deve comunicare, commentare non importa in quale forma (articoli su quotidiani, radio e videocronache, dibattiti pre/post ...) un avvenimento sportivo.

Esempio evidente di questo cambiamento si riscontra nel mondo del calcio. Durante la telecronaca delle partite, oltre a raccontare lo svolgimento delle azioni, vengono forniti numerosi dati di ordine tecnico, come i chilometri percorsi durante il match da un giocatore, il numero di passaggi e di tiri, le azioni che hanno avuto esito positivo, il possesso palla dell'una o dell'altra squadra, ecc. Per noi “tecnici” delle scienze motorie e sportive tutto questo fluire di numeri ha un significato ben preciso, è fonte di informazione preziosa (anche scientifica) per correggere le strategie e i contenuti di allenamento, formulare nuovi schemi.

Ma questa immensa massa di dati che viene sottoposta agli ascoltatori non deve far perdere il valore estetico-poetico della partita. Una informazione efficace è quella che sa selezionare al meglio i dati da fornire affinché siano esaltati i gesti tecnici che “accendono” la fantasia, colpiscono il cuore di chi osserva, sanno emozionare l'anima.

### 3. DAL «BAR DELLO SPORT» AL LINGUAGGIO DELLO SPORT

Uno sforzo da fare in questa direzione è quello di elevare il contenuto degli argomenti di cui si discute; trasformare l'informazione sportiva da "discussione al bar sport" in argomentazione più valida e culturalmente più elevata. È pensabile che l'unico modo per fare *audience* sia quello di gareggiare a "chi le spara più grosse"? Eppure gli esempi in controtendenza sono tanti sia in Italia che all'estero.

Grazie al calcio e alla sua grande diffusione nel nostro paese, e grazie ai numerosi libri che sono stati scritti sull'argomento, è stato possibile affrontare numerose tematiche anche di carattere sociale in maniera differente e a volte molto più costruttiva.

### 4. UNA SANTA ALLEANZA?

Il ruolo di chi comunica attraverso giornali e gli altri media è assai importante. Partendo da questa constatazione ovvia, vorremmo porre un tema che ha molto a che fare con il futuro dello sport.

Non è una gara dove si vincono medaglie, per una volta sia permesso di parlare non di atleti eccezionali o imprese sportive al limite dell'umano. Se si desidera però continuare a raccontare "la favola" dello sport bisogna che tutti assieme ci si ponga un problema che sta affliggendo una gran parte della popolazione mondiale e cioè l'inattività fisica e le sue conseguenze come obesità, diabete, ecc. Non è pensabile un futuro che veda allargarsi il divario tra "superatleti" capaci di abbattere record e una sempre più larga parte della popolazione che fatica a salire a piedi un piano di scale. Le malattie metaboliche sono per il nostro secolo un male da combattere.

Questo problema ormai molto diffuso rischia di aggravarsi ulteriormente se non si interviene tempestivamente, soprattutto sulle nuove generazioni. È importante che i ragazzi comprendano che per essere dei grandi atleti, per primeggiare in qualsiasi disciplina, bisogna seguire delle regole, sottoporsi a duri allenamenti e adottare un corretto stile di vita. In questo senso proporre dei campioni come "modello" da imitare può concretamente aiutare la diffusione di messaggi positivi.

Si rende perciò necessaria un'"alleanza" tra chi come noi, in ambito universitario, agisce per formare operatori che sappiano affrontare con grande professionalità il tema del cosiddetto *lifestyle* e gli operatori dell'informazione sportiva, che partendo dalle gesta dei grandi campioni, possono veicolare positivi messaggi tra tutta la popolazione e incoraggiare al

movimento, all'abitudine all'esercizio per una vita vissuta attivamente, per poter provare gioia ed emozione giocando a calcio con gli amici, con i figli, che sono, a livelli diversi le stesse emozioni che provano i grandi campioni quando compiono le imprese sportive.