

LA COMUNICAZIONE SPORTIVA: VERSO UNA NUOVA POLITICA E CULTURA DELLO SPORT NELL'UNIONE EUROPEA

Docenti Responsabili del Workshop:

Prof.ssa Ivana Matteucci;

Prof. Giorgio Nonni;

Prof. Marcello Pierini

Premessa:

La tavola rotonda è una iniziativa che si inserisce nel progetto transnazionale della Facoltà di Scienze Motorie dell'Università di Urbino "Carlo Bo", intitolato **Educazione e Sport Valori Senza Frontiere**, fatto proprio dalla Commissione europea nell'ambito dell'Anno Europeo dell'Educazione Attraverso lo Sport 2004!

Nella tavola rotonda verrà affrontato il tema della comunicazione sportiva prodotta dai mezzi di comunicazione di massa e ci si interrogherà sulla cultura dello sport relativa ai valori e ai significati trasmessi, con riferimenti al ruolo e alle competenze esercitabili a livello comunitario.

In effetti, anche lo sport, già da qualche tempo entrato a far parte delle competenze comunitarie come attività economica, è ora individuato dall'Unione come patrimonio culturale comune, perché fenomeno socioculturale capace di esercitare una grande spinta aggregatrice verso una condivisa cittadinanza europea e strumento in grado di sviluppare capacità fisiche, mentali e sociali, quali, ad esempio, il lavoro in gruppo, la solidarietà, la tolleranza, il rispetto dell'avversario, il rispetto delle regole, il fair-play.

La dichiarazione allegata al trattato di Amsterdam, del 1997, aveva dato un primo importante segnale quanto all'importanza attribuita dall'Unione allo sport ed ai suoi valori. Successivamente, il Consiglio europeo di Nizza, del dicembre 2000, ha sottolineato il ruolo fondamentale «...che lo sport assume nel forgiare l'identità delle persone». Nel corso del 2003 lo sport entra nel progetto di Costituzione per l'Europa, consegnato dalla "Convenzione" presieduta da Valéry Giscard d'Estaing, al Consiglio europeo riunito a Salonic. In questo senso, la tavola rotonda si pone l'obiettivo di analizzare la portata invasiva dell'ordinamento comunitario e verificare come il nuovo "Trattato Costituzionale" potrà influire in ambito sportivo anche in relazione al principio di sussidiarietà, alla competenza degli Stati membri e all'autonomia delle federazioni e della giustizia sportiva.

Lo sport oggi sembra seguire, adattarsi fedelmente o concorrere ai cambiamenti sociali. Anche i valori e i significati insiti nello sport che vengono trasmessi dai mezzi di comunicazione di massa cambiano nel tempo adattandosi o riflettendo la società. Ad un primo livello pare che il senso dei valori trasmessi dai mass media e la moda imperante nel praticare sport si esauriscano in motivazioni competitive e aggressive, o di relax e scarica, o di evasione e divertimento, o di consumismo, o estetiche, o connesse alla salute. I messaggi contribuirebbero a sancire e ad accentuare la competitività insita nelle società e tra le persone, il confronto di valore tra gli individui, l'uso strumentale del corpo come trionfo estetico e surrogato della comunicazione.

I mass media, quando si occupano di sport, sembrano rispecchiare le tendenze del "moderno individualismo" e dell'*homo videns* dove tutto è immagine, superficialità, spettacolarizzazione,

rapidità, contingenza. Spesso il mondo dello sport può apparire come una facile scorciatoia verso l'affermazione sociale o il successo economico, e la vittoria apparire come un risultato assoluto da perseguire ad ogni costo, secondo la concezione dell'autostima individuale indissolubilmente legata ai risultati ottenuti. I mass media hanno inoltre contribuito ad assegnare allo sport un'attenzione verso un corpo sociale che sia in linea con gli stereotipi dominanti: cioè sano, magro, bello e sportivo. Ad un secondo livello però, e ad un'indagine approfondita, in un'epoca di vuoti affettivi collegati anche ad aspettative deluse, di prevaricazione dei ruoli sulle persone, di frequente solitudine e anomia, lo sport diffonde anche significati che hanno a che vedere con il rafforzamento dell'identità, la socializzazione, la coesione sociale.

Lo sport, sia che venga praticato in forma amatoriale, o agonistica, sia che venga soltanto parlato e discusso, mantiene il carattere di "collante sociale", un mediatore simbolico che talvolta concorre alla costruzione dell'identità e, proponendosi come oggetto culturale, è capace di trasmettere significati, esperienze e conoscenze. Esistono infatti dei generi discorsivi che consentono di fornire modelli di orientamento per il comportamento durante l'interazione sociale. La comunicazione sportiva è sicuramente uno di questi: si tratta di un genere discorsivo che "contestualizza", cioè crea un contesto particolare al cui interno interagire. La stessa, consente l'esplicarsi dei rituali dell'interazione su un terreno comune su cui edificare la conversazione che produce coesione nella partecipazione alla discussione. Lo sport rappresenta quindi un universo simbolico da preservare e un ottimo terreno di condivisione sociale.

Obiettivi e Finalità:

La tavola rotonda intende:

- Promuovere una cultura positiva dello sport
- Sottolineare il significato di evento sociale delle manifestazioni sportive
- Sensibilizzare ai valori dello sport trasmessi attraverso la comunicazione sportiva
- Sollecitare nei giovani una capacità di lettura critica degli eventi sportivi trasmessi dai media
- Stimolare educatori e giornalisti a discutere sul rapporto che sussiste tra l'informazione, la formazione, l'evasione.
- Delineare le competenze esercitabili a livello comunitario in ambito sportivo, tenendo presente che lo sport assume rilevanza sia come attività economica, sia come attività socio-culturale ed educativa.