

Giovanna Russo

QUESTIONI DI BEN-ESSERE

Pratiche emergenti
di cultura, sport, consumi



*Collana
Sport, Corpo, Società*

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Collana Sport, Corpo, Società

È una *Collana multidisciplinare*, si pone infatti all'incrocio di 9 aree scientifiche che studiano lo sport: economico-aziendale, giuridica, pedagogica, politico-istituzionale, psicologica, sociologica, statistica, storica e tecnico-sportiva.

È raccomandata da reti scientifiche nazionali e internazionali:

la sezione italiana dell'European Association for the Sociology of Sport, l'Inshs (International Network for Sport and Health Sciences) e la Simes-Società italiana delle Scienze motorie e sportive.

Presenta libri di qualità, selezionati in base a una rigorosa *dual peer review*:

le opere proposte sono presentate all'Editore solo dopo aver superato il giudizio qualificato e motivato –dato entro tempi brevi– da due specialisti dell'argomento.

I giudizi forniti nel corso della *dual blind peer review* sono a disposizione dell'ANVUR su richiesta.

Offre un concreto sostegno agli autori, sia a livello di contenuti ed editoriale, sia a livello promozionale, con iniziative come presentazioni presso Università e Centri culturali, e l'invio di comunicati-stampa ad un indirizzario di giornalisti di oltre 500 testate (a stampa, radio, tv, internet) specializzate in campo sportivo.

Il “manifesto” della Collana SCS suggerisce l'idea che nella società contemporanea lo sport sia divenuto un «fatto sociale totale», come direbbe Marcel Mauss (*Essai sur le don*, 1925), da almeno tre punti di vista. Innanzitutto per la possibilità di cogliere, attraverso di esso, la struttura della nuova società emergente. La mediatizzazione dei grandi eventi sportivi – quali le Olimpiadi o i Campionati internazionali di calcio – non si riduce banalmente alla possibilità di guardare in tv le imprese di squadre o di atleti famosi, ma costituisce un'occasione per osservare i cambiamenti nelle città ospitanti, che dalla formazione sociale (pre-)industriale passano a quella “post”-industriale e globale.

In secondo luogo appaiono decisive per le nuove generazioni le implicazioni educative e culturali che ha il diffuso ricorso allo sport come pratica socializzante. Inoltre il tessuto di associazioni sportive diffuso nel territorio costituisce il vivaio di atleti e saperi tecnico-sportivi, ma per crescere esso necessita di professionisti preparatisi nelle nuove Facoltà e Corsi di Laurea in Scienze Motorie, più attrezzati a riconoscere e a risolvere le molteplici problematiche –bio-mediche, tecnico-sportive, socio-organizzative– che continuamente si pongono.

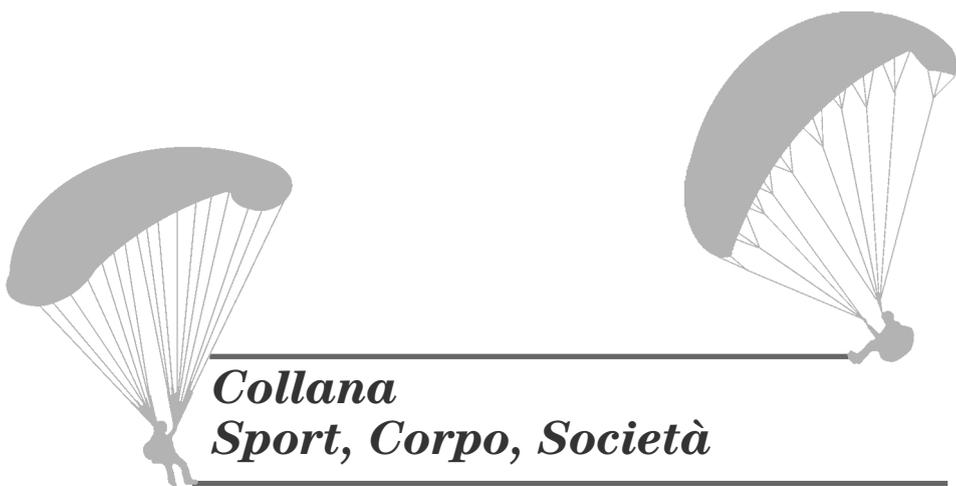
In breve, la Collana, spazio di convergenza per la multidisciplinarietà dei saperi scientifici sullo sport, si propone di tracciare nuovi percorsi e individuare nuovi approcci, atti a meglio conoscere e gestire questo «fatto sociale totale» emergente.

Direttore:**Stefano Martelli** (*Università di Bologna “Alma Mater Studiorum”*)**Referenti scientifici di area disciplinare sportiva:**(economico-aziendale): **Cristiana Buscarini** (*Roma “Foro Italico”*)(giuridica): **Laura Santoro** (*Università di Palermo*)(pedagogica): **Roberto Farné** (*Università di Bologna “AMS”*)(politico-istituzionale): **Francesco Bonini** (*Università di Teramo*)(psicologica): **Alessandro Salvini** (*Università di Padova*)(sociologica): **Nicola Porro** (*Università di Cassino*)(statistica): **Antonio Mussino** (*Università di Roma “La Sapienza”*)(storica): **Antonio Lombardo** (*Università di Roma “Tor Vergata”*)(tecnico-sportiva): **Federico Schena** (*Università di Verona*)**Corrispondenti scientifici nazionali:****Giovanni Boccia Artieri** (*Università di Urbino “Carlo Bo”*); **Nico Bortoletto** (*Università di Teramo*); **Laura Capranica** (*Università di Roma “FI”*); **Renato Grimaldi** (*Università di Torino*); **Chito Guala** (*Università di Torino*); **Maurizio Marano** (*Università di Bologna “AMS”*); **Barbara Mazza** (*Università di Roma “La Sapienza”*); **Francesco Pira** (*Università di Messina*); **Mirella Pirritano** (*Coni e Federazioni sportive*); **Claudio Robazza** (*Università di Chieti-Pescara “G. D’Annunzio”*); **Pippo Russo** (*Università di Firenze*); **Bruno Sanguanini** (*Università di Verona*); **Luigi Tronca** (*Università di Verona*).**Corrispondenti scientifici internazionali:****Jay Coakley** (*University of Colorado, Colorado Springs-USA*); **Henriette Dancs** (*University of West Hungary, Savaria-H*); **Marc Theeboom** (*Vrije Universiteit Brussel-B*); **Peter Donnelly** (*Toronto University-CA*); **Henning Eichberg** (*Syddansk Universitet, Odense-DK*); **Emilio Fernandez-Peña** (*Universidad Autónoma e CEO, Barcelona-E*); **Richard Giulianotti** (*University of Durham-GB*); **Rui Gomes** (*Universidade de Coimbra-P*); **Anita Hökelmann** (*Otto-von-Guericke-Universität, Magdeburg-D*); **Lise Kjønnsen** (*Høgskolen i Telemark-N*); **Alessandro Lodi** (*Universität Basel-CH*); **Sadao Morikawa** (*Nippon College of Physical Education, Tokyo-J*); **Pierre Parlebas** (*Université “R. Descartes”, Paris V-F*); **Andrzej Pawlucki** (*Gdansk Akademia-PL*); **Kimmo Suomi** (*Jyväskylän Yliopisto-SF*); **Ivan Waddington** (*Høgskolen i Oslo-N and University of Leicester-GB*); **Otmar Weiss** (*Wien Universität-A*).**Comitato redazionale:****Giovanna Russo** (*Università di Bologna: Coordinatrice*); **Gabriele Ferri** (*Indiana University, Bloomington-USA*); **Enrico Marini** (*Universidad “Complutense”, Madrid-ES*); **Ivo S. Germano** (*Università del Molise*).

Giovanna Russo

QUESTIONI DI BEN-ESSERE

Pratiche emergenti
di cultura, sport, consumi



*Collana
Sport, Corpo, Società*

FrancoAngeli

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag.	7
1. L'esperienza sociale della cultura	»	15
1. La cultura è ovunque	»	15
2. Cultura e società: teorie a confronto	»	18
3. « <i>All in one rhythm</i> »: narrazioni e prodotti nell'orizzonte globale	»	26
4. Produzione culturale, benessere, riflessività	»	36
2. Pratiche di consumo e nuove cosmologie	»	44
1. Consumi e ricerca di benessere	»	44
2. Creatività, immaginazione, capitalismo disorganizzato	»	47
3. Consumo e identità: nel gioco dell'io c'è un homo performans	»	54
4. Lenti di ingrandimento: <i>performance</i> ed <i>experience</i>	»	58
5. Consumo performativo e pratiche riflessive	»	63
3. Lo sport, un circuito relazionale	»	68
1. Lo sport, pratica sociale <i>in-credibile</i>	»	68
2. Il modello del circuito culturale: oltre produzione e consumo	»	73
3. La wellness: rappresentazione emergente	»	78
4. Identità sportive tra consapevolezza e cura del sé	»	83
5. Usi "devianti": lo sport tra benessere e malessere	»	87

4. Sport e disabilità: creare identità, accrescere benessere	pag.	94
1. Lo sport “adattato”, pratica di <i>empowerment</i> identitario	»	94
2. Un approccio multidimensionale alla disabilità	»	97
3. Discutere la disabilità: dal paradigma medico a quello sociale	»	99
4. Sport e disabilità: oltre lo stereotipo del Supercrip	»	105
5. I Giochi paralimpici: una lettura relazionale	»	109
6. Lo sport per atleti disabili: una cultura distintiva	»	120
Conclusioni	»	123
Bibliografia di riferimento	»	127

Introduzione

Che cosa può accomunare un film, un concerto, un libro, con la fruizione televisiva dei Giochi Paralimpici, l'emergere del fenomeno della *wellness*, o il moltiplicarsi delle attività fisico-motorie volte al benessere? Quali affinità esistono tra lettori, spettatori, sportivi, consumatori e salutisti? Quali saperi, idee e significati uniscono attori e pratiche sociali a prima vista così distanti tra loro?

In realtà, tra queste attività e figure apparentemente lontane esiste un comune denominatore: sono tutte espressioni di una "vita culturale" sempre più contaminata dall'esperienza sportiva tanto da invadere il quotidiano, la stampa, i media, i governi e anche l'attenzione delle scienze sociali. Se lo sport all'interno della differenziazione tra lavoro e tempo libero, è stato per molto tempo considerato un'attività "minore", uno spazio di *loisir*, una "valvola di sfogo" di una società moderna e industriale sempre più forgiata da una concezione iper-produttiva della vita, oggi invece in una società "post"-moderna¹ lo sport e l'attività fisica esprimono una forte attrattività sia a livello micro sia a livello macro sociale rivelandosi un fenomeno ricco di sfaccettature: luogo di evasione e di consumo quando esplica una funzione di *entertainment* [Martelli 2011], ma anche ambito strutturato, spazio di socializzazione e strumento di distinzione sociale [Bourdieu 1978], come pure «modello di relazioni e campo simbolico dell'agire» [P. Russo 2004: 50]².

Ma soprattutto lo sport è un fatto culturale. Il progressivo ampliamento del concetto di cultura nella società attuale lo ha incluso in questa sfera in-

¹ Non una società "oltre" la modernità, bensì una nuova configurazione sociale caratterizzata da vari processi di cambiamento dai quali emerge una logica complessa, ambigua, paradossale. Cfr. Martelli [1999].

² In tal senso si può accogliere l'idea dello sport e delle attività fisica come «fatto sociale totale» per usare i noti termini di Marcel Mauss [1965] come già indicato da Roger Callois [1981].

tensificandone i rapporti, tanto da far parlare di una progressiva «sportivizzazione della cultura» stessa [Bausinger 2008: 39] nella misura in cui sport e attività fisica possono intendersi uno dei *frame* interpretativi prevalenti delle pratiche simboliche contemporanee [ibidem].

Sono molte infatti le commistioni nella società “post”-moderna tra il mondo dello sport e dell’attività fisica e altri sistemi di vita: i media, la moda, la pubblicità, il sistema educativo, e così via... tanto da sottolinearne il profondo coinvolgimento nel *bricolage* della cultura contemporanea. Lo sport e l’attività fisica costituiscono infatti un ambito che genera pratiche, tendenze, oggetti tanto spettacolari e globalizzanti, quanto educativi, socializzanti e orientati a valori di vita sana, come pure prodotti *trash*, comportamenti devianti quando violano le regole del *fair play*, o patologici se esprimono un malessere che coinvolge non solo il corpo, ma anche la mente dell’individuo³. Concordo quindi con David Rowe [2004: 2] quando afferma che lo sport è un medium contemporaneo atto a svolgere numerosi compiti e in grado di veicolare molteplici messaggi. Basta infatti osservare quanto esso sia divenuto parte del tessuto quotidiano: i media giornalmente riportano notizie sportive; il pettegolezzo collettivo si nutre di flirt fra veline, cantanti ed atleti; il *packaging* di alimenti e bevande è invaso da immagini di campioni di ogni disciplina; i nostri corpi appaiono “marchiati” da noti *brand* sportivi di sempre più innovative linee di abbigliamento, come pure dai tatuaggi della squadra del cuore che esprimono una *messa a norma* tesa a «con-formare il corpo a modelli di corporeità ormai ritenuti (più) adeguati – all’interno di un rinnovato concetto di «normalità» – al nuovo immaginario contemporaneo» [Fusaschi 2009: 124].

³ I riferimenti a riguardo possono essere molteplici. Da un lato penso allo spettacolo mediatico delle Olimpiadi e Paralimpiadi di Londra 2012, come pure alle molteplici campagne finalizzate al movimento e alla salute – il manifesto di *Let’s move*, campagna statunitense lanciata dalla first lady americana Michelle Obama nel 2010, che in Italia ha visto la sua traduzione nel programma a diffusione nazionale di Uisp (Unione italiana sport per tutti) con il titolo «Diamoci una mossa». Tale slogan dal 24 gennaio 2013 è stato ripreso nella comunicazione sociale diffusa dal Ministero della Salute, al fine di promuovere l’attività fisica attraverso un celebre testimonial – Cesare Prandelli, attuale Ct della Nazionale italiana di calcio - che invita tutti a fare sport e movimento perché la pratica sportiva è garanzia del benessere della persona (lo spot è reperibile al seguente sito: www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_7_0_1.jsp?lingua=italiano&menu=multimedia&p=video&id=1068, ultima consultazione 05/07/13).

D’altro canto, altri esempi dell’espansione di immagini *sport oriented* [Germano 2012] sono riscontrabili nella crescente diffusione dello spettacolo del *wrestling*, dei casi di *doping* o delle varie forme di *exercise-addiction*, oggi in aumento non solo fra i praticanti sportivi, a testimonianza di un malessere sociale che pervade anche le cosiddette società del benessere. Su quest’ultimo aspetto rimando al par. 5, cap. 3 di questo volume.

Perché è di questo che si tratta: un orizzonte nel quale i discorsi sullo e dello sport hanno contaminato spazi pubblici e privati, nonché tutta una serie di attività materiali ed immateriali che attraverso comportamenti, oggetti, eventi e relazioni esprimono i significati e i valori della cultura contemporanea.

Credo quindi che a questo fenomeno debba essere data attenzione, facendo uscire lo sport e l'attività fisica dal ghetto delle sociologie di minore importanza, ampliando invece lo sguardo ai molteplici aspetti che l'esperienza sportiva genera e diffonde. Che cosa produce oggi una cultura "sportivizzata"? E secondo quali modalità si inserisce nel tessuto più ampio della produzione culturale contemporanea?

L'emergere del "capitalismo culturale" prefigurato da Jeremy Rifkin [2000] nel quadro di un'"economia dei segni" [Lasch, Urry 1994] ha da tempo sottolineato che la produzione culturale esiste in funzione di un apparato organizzativo (aziende, modelli di consumo, sistemi distributivi) che contribuisce a costituire parte della struttura e dell'identità del contesto in cui viviamo. Ciò significa confrontarsi con uno scenario globale nel quale la relativizzazione di ogni forma culturale accentua sempre più la consapevolezza dei rischi presenti nella società «moderna avanzata» [Beck 2000]: i limiti dei propri orizzonti culturali e la crisi dei fondamenti assoluti rendono palese l'emergere di interessi globali accanto a (o contrapposti a) spinte locali. Vivere in un mondo globalizzato significa prendere atto perciò delle dimensioni universalistiche, omogeneizzanti, come pure di aspetti eterogenei, localistici in un quadro che sempre più assomiglia ad una rete globale [Giddens 1994], non solo a livello economico e politico, ma anche e soprattutto culturale. Tra potenzialità e contraddizioni, la globalizzazione appare quindi come un processo multidimensionale [Martelli 1999], grazie soprattutto all'esplosione tecnologica – come da tempo asserisce il sociologo catalano Manuel Castells [2002: 53] – nel quale si producono non solo (non tanto) prodotti, quanto piuttosto informazioni, segni, simboli, cioè cultura. Non a caso l'industria culturale rappresenta oggi uno dei principali settori in crescita: ad essa spetta la commercializzazione della vita culturale, anche in termini di esperienza e di intrattenimento; essa cerca di rispondere all'urgenza di vivere meglio e con maggiore consapevolezza (*reflexivity*) sulla base di una più intensa diffusione di conoscenza, democrazia e benessere [Rifkin 2000: 11-13].

In questa cornice la "rivoluzione culturale" operata dal consumo emerge con tutta la sua vitalità. In quanto fenomeno sociale e culturale, linguaggio dell'identità dell'individuo, area altamente creatrice di senso, il consumo appare come uno dei campi privilegiati della produzione dei significati e

dell'esperienza delle società attuali, pur con le sue ambiguità e contraddizioni⁴. In particolare, laddove si esprime attraverso logiche di spettacolarizzazione, *performance* ed *experience*, esso testimonia l'affermarsi di una cultura sempre più performativa nella quale sport e attività fisica – intesi come manifestazioni della cultura contemporanea – hanno assunto oggi un posto rilevante e sempre più significativo [Giulianotti 2005, Horne 2006].

Lo sport «è uno strumento promozionale della cultura del consumo» asserisce John Horne [2006: 164], dando aggio alle riflessioni di Arjun Appadurai [1990] che in tempi non sospetti ne aveva già anticipato le caratteristiche di protagonista di un'economia culturale globale, proprio per la sua capacità di delineare i paesaggi della tarda modernità. In tal senso esso diviene un luogo specifico per studiare l'intreccio di economia e cultura che caratterizza la nostra epoca; in qualità di produzione culturale economicamente interessante, lo sport è capace di mettere in luce una struttura sociale emergente, attraverso un circuito virtuoso che lo vede strettamente intrecciato al ruolo dei media e degli sponsor nella costante relazione verso le audience [Martelli 2011]. Ma non solo. Il suo essere “fatto culturale a 360 gradi” lo rende protagonista di quella «economia delle esperienze» [Pine, Gilmore 2001] volta ad una più ampia ricerca di un migliore *life time value* [Rifkin 2000: 11] obiettivo più ampio di queste osservazioni.

Negli ultimi decenni infatti la ricerca del benessere fisico e mentale della popolazione è divenuto uno degli obiettivi primari delle società “avanzate”; come poi si possa tradurre in pratica questo imperativo è il nocciolo del dibattito contemporaneo. Nel nuovo millennio il benessere ha ampliato i suoi contorni, travalicando i confini della cultura materiale verso il regno dell'immateriale per eccellenza, facendosi filosofia, progetto, visione totale, talora anche *business*⁵. Affrontare un percorso relativo alle pratiche emergenti di cultura, sport e consumi può contribuire al dibattito sul benessere “post”-moderno facendo emergere l'idea di una “cultura sportivizzata” intesa come possibile strumento di risposta a nuove esigenze collettive.

Il processo di individualizzazione teorizzato da Norbert Elias [1988] e descritto come *modernità liquida* da Zigmunt Bauman [2002], si apre e

⁴ Sul tema in termini di felicità paradossale generata dal consumo si veda Lipovezstky [2007]; Paltrinieri [2012].

⁵ Basti pensare alla neonata economia della *wellness*, un settore di mercato in ascesa che sembra godere di un rapido sviluppo. In Italia fra attività fisica, abbigliamento sportivo, acquisto di integratori alimentari e trattamenti estetici tale circuito sfiorava nel 2007 i 10 miliardi di euro, con una spesa pro capite annua attorno ai 700 euro, ed una crescita annua del 5% per quanto riguarda il numero delle imprese coinvolte (2,6% se si considerano i soli centri fitness). Cfr. Ferraro [2007]. In generale le imprese legate al benessere sono in Italia oltre 30 mila di cui il 78% situato nelle regioni del Nord Italia [Aiceb 2010].

contempla ad esempio le dimensioni della relazione e della partecipazione – anche in termini di *civic engagement* – come emerge dalle più recenti tendenze delle pratiche fisico-motorie contemporanee, laddove il consumo di tali attività è legato ad un progetto culturale di benessere non solo individuale, anche collettivo ed ambientale⁶.

Il presente lavoro attraversa quindi questi “scenari”, cercando di declinare il concetto di benessere nei campi della cultura, dei consumi e dello sport e dell’attività fisica per normodotati e disabili.

Il primo capitolo, a partire dalla rinnovata centralità del concetto di cultura, volge lo sguardo al campo della sociologia culturale così come si configura nell’orizzonte globale. In questa cornice uno spazio è dedicato alla svolta “riflessiva” che ha investito la cultura contemporanea intesa come ripensamento di se stessa e dei soggetti che la creano, la elaborano, la fruiscono e la consumano. Esplorando in tal senso letture differenti il tentativo è quello di rileggere la produzione culturale contemporanea come ambito di sperimentazione di una riflessività “diversa”, capace di ripensare se stessa nelle dinamiche relazionali con gli altri e con il mondo, determinando nuove modalità di fare esperienza della cultura.

Il secondo capitolo approfondisce invece il fenomeno del consumo in quanto spazio culturale ed esperienziale nel quale si sviluppano e si sperimentano nuovi immaginari, creatività e sceneggiature, nuove forme di identità dell’individuo contemporaneo, come pure contenuti, norme e significati attinenti ai valori della convivenza. E nel quale oggi si rende anche visibile la crescita delle forme riflessive della cultura contemporanea. Nella cultura del consumo lo sport e l’attività fisica si inseriscono non a caso come forme dell’esperienza di oggi, evidenziando interessanti caratteristiche di natura performativa e partecipativa.

Su questo humus concettuale si snodano gli argomenti del capitolo 3. Qui lo sport viene descritto come fenomeno sociale e valoriale, ma soprattutto come oggetto degno di nota per «l’agenda contemporanea della sociologia culturale» [Swidler 2009: 57]. In tal senso “nella cassetta degli attrezzi” a disposizione del sociologo [ibidem] si è scelto un modello di lettura socioculturale in grado di far emergere l’articolazione del fatto sportivo,

⁶ Le varie edizioni di manifestazioni quali “I Mondiali antirazzisti” oppure “Vivi in città” sono esempi dei diritti legati alla cittadinanza sportiva che promuove obiettivi solidaristici, di integrazione sociale e di sostenibilità ambientale attraverso le pratiche motorie. Cfr. “Uispres”, n. 26, 05/07/2013, anno XXXI. In particolare, per quanto ancora in misura ridotta, è sul campo dell’integrazione sociale delle minoranze etniche che si sono concentrate le politiche del settore non solo in Italia [Zoletto 2010], ma anche in altri paesi europei. Si veda ad esempio Gasparini, Cometti [2010] in Francia; Elling [2001] in Olanda.

ovvero le connessioni di significato delle varie fasi che lo costituiscono. Lo sport viene così riletto utilizzando il modello del “circuitto culturale” [Du Gay *et al.* 1997] nel quale, oltre ai momenti della produzione e del consumo, sono rilevanti anche le fasi della rappresentazione, dell’identità e della regolazione. La specificità di tale strumento permette di osservare le interazioni reciproche di tali processi, sottesi allo studio di un oggetto o di un evento culturale (sia esso un romanzo, un concerto o l’ultima edizione dei *Cts world sport games*⁷) potendo esplorare come esso viene rappresentato, quali identità sociali sono ad esse associate, come viene prodotto e consumato e quali meccanismi regolano la sua distribuzione ed il suo uso [ibidem: 3].

In realtà l’utilizzo del modello del circuito culturale è qui essenzialmente funzionale alla possibilità di segnalare alcuni aspetti emergenti dello *sportscape* contemporaneo⁸ a mio avviso di particolare interesse poiché contribuiscono ad ampliare il concetto di benessere, laddove attraverso la pratica sportiva si traduce in miglioramento della “qualità della vita”⁹.

Si tratta infatti di fare luce su alcuni temi di “frontiera” che emergono laddove lo sport esplora ambiti quali: l’orientamento alla *wellness*, i nuovi tipi di consumatori di sport e attività fisica e i loro usi “devianti”, la capacità di *empowerment* identitario nel caso di atleti disabili [cap. 4]. Assumerò la sociologia relazionale quale teoria e metodo di conoscenza del sociale [Donati 1993², 2006, 2010 e segg.], particolarmente feconda negli ultimi decenni in molteplici ambiti, anche nella sociologia dello sport [Martelli 2010; Martelli, Porro 2013]. A dimostrazione che questi fenomeni sociali sono fatti di relazioni o, meglio, emergono dalla interazione tra scelte degli attori e condizionamenti delle strutture materiali e culturali [Archer 2006].

⁷ Mi riferisco alla manifestazione sportiva a carattere internazionale organizzata dalla *Confédération sportive internationale du travail*, organizzazione riconosciuta dal Comitato internazionale olimpico, da sempre orientata all’organizzazione delle attività sportive (più che all’elaborazione culturale e alla politica delle tematiche dello sport di base); da quasi cent’anni dalla sua nascita attiva collaborazioni e dialoghi internazionali attraverso la pratica sportiva. Per approfondimenti rimando al seguente indirizzo: www.csit.tv/en/menu_2/world-sports-games.

⁸ Prendo in prestito questo termine utilizzato da Wakefield, Blodgett, Sloan [1996], per sottolineare il concetto di «paesaggio» introdotto da Arjun Appadurai [2001: capp. 1, 2] che a mio avviso caratterizza anche l’ambiente esperienziale che connota gli eventi sportivi in un contesto di economia dell’intrattenimento [Rifkin 2000]. In tal senso lo userò nel cap. 3.

⁹ Nel corso del lavoro utilizzerò questi termini in maniera interscambiabile, insieme ad altri sinonimi (*chance* o *outcomes* di vita) conscia delle varietà semantiche cui essi rimandano, come pure delle difficoltà di tradurre in misure tale multidimensionalità. Cfr. Niero [2011].

Alla base di questo percorso vi è l'idea che la pratica sportiva possa essere un ambito privilegiato per raggiungere il *ben-essere* (con il trattino) inteso come «condizione complessiva, di soddisfazione vitale delle persone e dei gruppi sociali (vita buona)» [Donati 2011: 222]. L'obiettivo più ampio di cui lo sport nella sua pratica performativa si fa strumento è perciò il perseguimento di una migliore qualità della vita, più sana dal punto di vista psico-fisico, ma anche più “buona” in senso ambientale e relazionale.

Indagarne gli aspetti sopracitati ne fa emergere, a mio avviso, tratti socio-culturali di considerevole importanza nei quali è possibile rintracciare regole e norme di vita volte a promuovere l'educazione e la soddisfazione della persona e della società.

Nella convinzione che produrre cultura “sportivizzata” oggi equivalga a produrre *ben-essere* e, perché no, anche una certa idea di cittadinanza partecipata¹⁰.

Ringraziamenti

Questo libro nasce dall'esigenza di ricomporre un mosaico di idee e di interessi di studio che nel tempo ho avuto modo di incontrare e con cui mi sono scontrata. Ciò ha permesso di ri-pensare alcuni aspetti della cultura contemporanea, alternando lo “sguardo da lontano” e “quello da vicino”, per usare le parole di Claude Lévi-Strauss [1983].

Come un viaggio dunque, che ti strappa dall'inerzia e ti costringe in qualche modo a ricominciare. E che desidero condividere con tutti coloro che mi hanno sostenuto anche in questo progetto.

Grazie. Loro sanno perché.

¹⁰ Ciò nell'ottica di una progettualità sociale che stimola alla partecipazione e all'appartenenza ad una comunità, ne enfatizza il carattere relazionale e dalla quale ci si attende il perseguimento di libertà e solidarietà sociali [Donati 2000b]. Dunque l'espansione di una semantica del civile intesa come cultura delle relazioni prosociali non mercantili, non necessariamente politicizzate [Donati, Colozzi 2004] come emerge ad esempio da varie espressioni del movimento *Sport for everybody*, lo sport a “misura di ciascuno” [Porro 2013; Nicholson et al. 2010].

1. L'esperienza sociale della cultura

1. La cultura è ovunque

Non è facile dire qualcosa di nuovo sulla cultura della società attuale. Molto o quasi tutto sembra essere già detto, eppure la novità più consistente mi pare risieda nel fatto che se ne continui a parlare molto. La ragione è semplice: è difficile poterne fare a meno, come pure non considerarne i mutamenti. Problematico inoltre metterne in dubbio la centralità: la cultura è quella sfera dell'esistenza capace di "fare la differenza" nella misura in cui ad essa si attribuisce la capacità di dare senso alle cose e all'esperienza umana, e che permette di comprendere il mondo in cui viviamo.

Lo studio della cultura è un sentiero complesso e da lungo tempo un campo molto affollato: storici dell'arte, antropologi, sociologi e altri a vario titolo ne hanno illustrato i molteplici significati, essendo la cultura contemporanea un campo aperto, profondamente legato a nozioni di crescita naturale, così come suggeriscono tutte le etimologie della stessa parola che rimanda, in ogni accezione, al concetto di coltivazione [Clifford 2001].

La cultura è inoltre un concetto di cui si possono dire e offrire molte definizioni, senza che nessuna appaia risolutiva: non a caso si parla di culture, proprio perché una visione unitaria della stessa è oggi un'impresa senza fine. E se i caratteri della cultura vanno anche aldilà degli aspetti della realtà circostante, ciò avviene perché essa è il veicolo più adatto a provocare e a motivare le interazioni spontanee fra i gruppi e gli individui, fino a costituire le istituzioni e le organizzazioni. D'accordo con l'antropologo Ulf Hannerz quando afferma che «la cultura è ovunque» [2001: 43], ritengo però che riflettere su alcune espressioni e modalità di rappresentazione della cultura contemporanea possa essere utile a comprendere meglio come gli individui si rapportano al proprio mondo sociale. In un presente che ha il co-

stante sapore dell'adesso¹, caratterizzato dalla compresenza di culture tra loro differenti, è evidente la complessità del fenomeno, nonché la sua natura processuale, dinamica, al limite conflittuale e comunque innovativa che da sempre la caratterizza [ibidem].

Ciò non di meno il concetto di cultura oggi appartiene al senso comune, intrecciato tanto ad oggetti ed attività familiari (scuola, libri, arte, titoli di studio, come pure consumi, turismo, pubblicità, etc.) quanto alla società più ampia, al sistema di simboli e di significati che sostengono il vivere quotidiano. Da tempo si è compreso infatti che l'antica dicotomia fra cultura alta e popolare non risponde più alle caratteristiche della società contemporanea: infatti quando le persone chiacchierano, fanno la spesa, guardano la televisione, vanno allo stadio... esprimono delle scelte che hanno un significato culturale. Detto altrimenti queste attività (materiali ed immateriali) esprimono attraverso comportamenti, oggetti, eventi e relazioni i significati e i valori della cultura.

La cultura sociale quindi è il comune orizzonte all'interno del quale come individui siamo immersi e nel quale esprimiamo i nostri percorsi di vita. Oggi «cultura significa praticare, consumare, interagire ma anche esitare, riflettere, emozionarsi. Cultura è routine e innovazione. Ripetiamo, riproduciamo e cambiamo» [Piccone Stella, Salmieri 2012: 11].

Mi pare ovvio dunque che il termine in questione, denso e carico di implicazioni, di fatto esprima un vero e proprio *work in progress*. La cultura, afferma Mary Douglas [1999: 122], «è sottoposta a un continuo processo di transazione»: ecco perché occorre scegliere un punto di partenza come appiglio, per mettere in luce come essa emerga entro lo spazio, il tempo, le risorse di una particolare organizzazione sociale. In questo caso il punto di riferimento prescelto è l'attenzione alla diversità, al mutamento proprio di una società globalizzata i cui flussi di significati, espressioni e prodotti culturali sono per lo più organizzati dal mercato. L'accesso a ciò che Jeremy Rifkin [2000] da tempo ha definito la transazione verso un'epoca di "capitalismo culturale" si pone all'interno del quadro più generale offerto dalla società contemporanea che sempre più sta divenendo un'"economia dei segni" affermano Scott Lasch e John Urry [1994], intendendo con ciò una sua evoluzione e crescita globale in termini di strutture di informazione e di comunicazione. Sottolinea Lasch in particolare che [1999: 280]: «così par-

¹ Frederic Jamenson alla fine degli anni '90 nel tracciare il panorama culturale del tardo capitalismo definiva, tra i vari paradossi, la non distinguibilità fra spazio e tempo configurando un unico ibrido per il quale utilizzò il termine «*nowness*» [Jamenson 1998: 62]. A tutt'oggi questo termine mi pare appropriato per descrivere il contesto (non solo) culturale che ci circonda.

liamo anche delle economie dello spazio che sono estensivamente globalizzate e intensivamente localizzate. Queste strutture di comunicazione, che si estendono su ampie zone spaziali e comprimono il tempo, contengono non solo segni informativi, ma anche le immagini, i suoni». Conseguentemente uno degli effetti di tale mutamento è quello che ha reso l'industria culturale uno dei principali settori in crescita nell'attuale società "post"/"dopo"-moderna, nella quale «il mercato sta sia mercificando più cultura, sia rendendo le merci più culturali» [Hannerz 2001: 113]. Ciò significa che è soprattutto la vita culturale e l'esperienza vissuta ad essere oggetto di scambio sul mercato. L'accesso al mondo culturale appare cioè sempre più legato all'esperienza e all'intrattenimento e, parallelamente, vieppiù gestito dal mercato per essere rielaborato secondo parametri commerciali. In tal senso la cornice del mercato ricostruisce adattamenti di nuovi e vecchi elementi della cultura sociale, offrendo spazi di originalità e di innovazione [ibidem], ma anche favorendo dissipazioni e de-umanizzazione.

Su tali premesse si muove questo studio che dalle caratteristiche della cultura contemporanea (vista come insieme di pratiche, simboli e immagini) intende dialogare con il fenomeno del consumo, oggi innegabilmente la maggiore area esperienziale per l'individuo contemporaneo, nella quale è possibile rintracciare nuove forme di riflessività, ovvero modalità tese a rimettere in discussione ogni ambito dell'attività umana [Bovone 2000: 85].

In questo quadro si colloca l'osservazione del fenomeno sportivo, peculiare circuito di produzione e consumo di pratiche culturali e sociali, luogo di elaborazione di saperi che a vario titolo contribuiscono a mutare il modo di intendere l'attuale "cultura del benessere".

In questo primo capitolo intendo partire dalle questioni "classiche" del pensiero sociologico [n. 2], per poi affrontare un campo più specifico come quello della sociologia della cultura che, fra l'altro, ha messo in evidenza i molti nessi esistenti tra la sfera culturale e quella economica, tipici di uno scenario globale [n. 3]. In questo passaggio è utile considerare le implicazioni della svolta riflessiva della cultura [n. 4] grazie alla quale è possibile rintracciare differenti modalità di ripensare la cultura stessa e i soggetti che la creano, la elaborano, la fruiscono e la consumano. Una lettura in chiave relazionale [Donati 2011] sarà utile a collocare gli attuali processi di globalizzazione in rapporto ai mutamenti che attraversano la sfera della produzione culturale contemporanea. La tesi che sostiene questo passaggio è la considerazione che «la variabile cultura stia diventando sempre più decisiva in ordine al conseguimento di una qualità della vita soddisfacente» [Belardinelli 2007: 108], una qualità che può intendersi prettamente umana e che consiste – afferma Donati [2011: 38] – «nella capacità dei soggetti di vede-

re e agire le relazioni secondo il loro senso proprio. Questa capacità si chiama riflessività sociale».

Questo punto di arrivo permetterà di comprendere meglio l'humus nel quale si sviluppa oggi la cultura del consumo, oggetto del secondo capitolo, e i suoi spazi di produzione culturale meno indagati, come lo sport e l'attività fisica qui interpretati come circuito culturale relazionale, caratterizzato da specifiche pratiche emergenti [capp. 3 e 4].

2. Cultura e società: teorie a confronto

Qualunque sia l'interpretazione che si vuole dare della cultura è innegabile constatare che essa abbraccia la totalità dei prodotti dell'uomo: ogni attività umana in quanto tale esprime aspetti culturali che intrecciandosi con altri, costituiscono la trama delle relazioni umane e, dunque, anche sociali. Si potrebbe dire, in una prospettiva morfogenetica [Archer 1997], che esiste una reciproca influenza fra cultura e strutture sociali, e che come parti del sistema sociale esse si configurano come distinzioni necessarie di una realtà complessa, nella quale entrambe esistono e si relazionano.

Il termine "cultura" rimanda perciò a un'evidente complessità, diversamente argomentata sia in campo antropologico² sia sociologico; ciò favorisce la plurivocità semantica del termine frutto non solo della pluralità dei referenti empirici che compongono il cosiddetto campo culturale (arte, scienza, letteratura, diritto, religione, istruzione... fino allo sport e all'attività fisica, alla musica e così via), ma anche e soprattutto, delle riflessioni teoriche che le scienze sociali hanno impiegato intorno alla già citata questione dei rapporti fra cultura e società. Tenuto conto che si tratta di due termini astratti, è possibile enucleare sostiene Richard Peterson [1976] tre distinte prospettive teoriche che, seppur volte ad evidenziare differenti punti di vista, hanno (più o meno consapevolmente) messo in luce importanti caratteristiche comuni. Nel sostenere che la cultura è data dall'insieme dei prodotti materiali ed immateriali dell'uomo, l'autore evidenzia un primo approccio in cui le due sfere in questione sono sistemi distinti, autonomi, indipendenti l'uno dall'altro; un secondo, cosiddetto "materialista", in base al quale è la struttura sociale a creare la cultura; e infine, un'ultima concezione – "idealista" – nella quale avviene il processo inverso a quello appena descritto [ibidem]. Aldilà degli evidenti elementi di diversità, il filo rosso sotteso a

² A partire dagli studi di E.B. Taylor [1985], A. Kroeber [1952], A. Gehlen [1987], C. Geertz [1987], le cui opere sono punto di avvio per le analisi di altri importanti autori quali V. Turner [1986] e M. Douglas [1984], nonché al filone degli strutturalisti.

questi quadri teorici è che la cultura appare come un insieme complesso di simboli che funge da collante per la società, caratterizzata da una natura processuale (essendo soggetta a lenti mutamenti temporali, è tale da permettere fenomeni di assimilazione, di crescita e di evoluzione), il cui contenuto sostanziale è rilevante per l'indagine sociologica.

Queste brevi premesse indicano molto chiaramente quanto l'attività culturale proceda per vie assai complesse. Trattandosi di un concetto così ampio, la cultura si presta dunque ad interpretazioni molto diverse tra loro. Le molteplici definizioni esistenti variano, infatti, a seconda che si metta l'accento sulla dimensione soggettiva (valori, modelli di comportamento, criteri normativi interiorizzati), oppure sul carattere "oggettivo" che le forme culturali assumono nel tempo, in quanto memoria collettiva o tradizione³. Così, se da un lato è possibile evidenziarne la dimensione descrittiva e cognitiva (le immagini del mondo necessarie a spiegare le identità degli individui), dall'altro si trova la dimensione prescrittiva della stessa, relativa all'insieme di norme e valori che funge da regole per l'intera collettività.

Nell'uso comune il termine cultura è spesso riferita alle belle arti ed allo spettacolo; in tale accezione la cultura è chiamata a volte "cultura alta", in quanto opposta a quella popolare, o folk, o di massa, e implica uno status sociale elevato [Bourdieu 1983]. Nel XVIII e XIX secolo il termine è applicato al concetto di educazione dell'individuo: una persona colta, infatti, era tale perché raffinata ed istruita, appartenente quindi alle classi aristocratiche e distinta dalle cosiddette masse incolte. E ancora, in tedesco, la parola *kultur* (analoga nel significato al francese *civilisation* o all'inglese *civilization*) era rappresentativa di elevati livelli di civiltà raggiunti [Crespi 2003²], connotazioni a tutt'oggi vigenti.

³ Nella storia del concetto di cultura, la dimensione oggettivo/soggettivo è tra le più rilevanti [Crespi 2003²]. Le concezioni più vicine al lato soggettivistico vedono la cultura prevalentemente come un'espressione degli aspetti più profondi della personalità dell'individuo, avvallate da antiche concezioni che consideravano la cultura come forma visibile della crescita progressiva della persona. L'origine latina del termine – *colere* – espressione attiva di *coltivazione*, indica attraverso un'esplicita metafora, la progressiva acquisizione e sviluppo delle facoltà più elevate dell'individuo attraverso l'educazione, la filosofia e le arti. In successione, nella medesima accezione soggettivistica, troviamo la *paideia* (educazione) dei greci, la *cultura animi* dei romani, la *coltura* degli uomini del Rinascimento, la *bildung* tedesca (intesa come formazione intellettuale e morale dello spirito). Il passaggio alla dimensione "oggettiva", ossia la trasformazione del significato del termine "cultura", avviene nel XVIII secolo: non più "formazione dello spirito", ma insieme oggettivo di rappresentazioni, modelli, regole, valori, in altre parole il patrimonio comune frutto dell'evoluzione storica, cui si affianca una nuova consapevolezza della relatività storico-culturale delle varie espressioni, in epoche e società diverse. Cfr. Crespi [2003²], Belardinelli [2006], Piccone Stella, Salmieri [2012].