

Roma, 20 novembre 2014

Scuola di pensiero

“Consumismo, narcisismo, profitto. La lenta disumanizzazione dello Sport amatoriale. Come reagire?”

Premessa

Il tema della “lezione” rispecchia uno scampolo delle culture postmoderne nel cui ambito si può osservare il “*declino*” dello sport da un’attività essenzialmente “*ludica*” ad una essenzialmente inficiata da una complessa forma di “*libido*”, insinuante e multipolare, che conduce alla mutazione lenta ma radicale dello sport.

Di fatto lo sport, ha subito l’allettamento del *nichilismo*, come filosofia che svuota il senso originale della realtà. Nelle maglie vaporose del nichilismo lo sport è stato privato di sostanziali valori umanistici, assecondando un processo riduzionistico, per diventare una “*cosa*”, una “*merce*”, un *che* di indefinibile.

La tesi è questa. Tuttavia l’intenzione che mi guida si configura in un “*tentativo di salvezza*”, scoprendosi nelle attuali pratiche sportive un vistoso “*segno dei tempi*”, nel quale si nasconde una *promessa* di futuro che ancora concede in buona misura la *speranza*. Avvalorato come “*segno dei tempi*”, lo sport custodisce una forte energia di vita, una possibilità di riscatto.

In *premessa* mi soffermo su due domande e su un’annotazione. Di seguito svolgerò il tema specifico.

La prima domanda: Che cos’è lo sport amatoriale?

La domanda non è retorica. In realtà l’intenzione di trovare una definizione esauriente non significa perdersi in una ricostruzione teorica,

ma impegnarsi a rilevare il *sensu* di una prassi tanto *diffusa* quanto *confusa*. La parola “*amatoriale*” fissa una condizione imprescindibile: essa evoca l’“*amore per lo sport*” come una predisposizione della persona, come una positiva *dimensione dell’umano*, aperta all’esperienza di sé e disponibile a produrre una gioia di vivere bene.

Di fatto *amare lo sport* manifesta un’attitudine bella e ricca di freschezza vitale, di espansione giocosa della persona. In tal senso tende ad unire la sfera *corporea* con la sfera *emotiva* e quella *affettiva* della persona. Ciò avviene in riferimento ad un’*attività pratica* – lo sport – ritenuta importante e significativa rispetto ai “*valori*” che veicola a beneficio della stessa persona.

In realtà lo sport amatoriale abbraccia due livelli della persona intrinsecamente uniti: uno di ordine *fisico-atletico*, l’altro riferibile all’ordine del *piacere*. Dalla loro effettiva connessione dinamica viene simultaneamente indotta una “*sensazione*” generale di benessere che allietta e promuove la persona umana.

La connotazione “*fisico-atletica*” dice il naturale coinvolgimento della *corporeità* in senso totalitario. Come è noto il corpo non è mero strumento materiale, come una protesi, ma include un’attrattiva che richiede una conoscenza della sua *funzionalità* e nel contempo una *percezione in atto* della sua intrinseca e integrante *unione* con lo spirito.

Contemporaneamente la connotazione del “*piacere*” appare discriminante in quanto costituisce la *spinta* ad agire, un appagante mettersi in gioco, un positivo investimento di energia libidinica, superando le inevitabili fatiche dell’impresa e le connesse conseguenze sull’intero organismo umano.

Nell’*esperienza* dello sport amatoriale si connotano e si annodano elementi dimensionali molto significativi, quali: il *divertimento*, la *gratuità*, la *libertà*, la *gioia*, la *bellezza*, l’*amore*. Questi profili appaiono

come *essenziali dimensioni* dello “*spirito*” nella sua molteplice espressione antropologica e paradossalmente – se mi è concesso dire – “divina”. In realtà rappresentano le componenti convergenti del “*piacere*” di fare sport in quanto sport.

Val bene anche annotare che la nozione di piacere si rivela per sua natura *ambivalente* in quanto da una parte comporta la disponibilità di un’energia positiva che funge da *sollecitatore* atto a muovere la volontà nella tensione di raggiungere l’obiettivo, e dall’altra induce una *soddisfazione* apportatrice sì di benessere psichico, ma non di valore assoluto, in quanto destinato ad una graduale estenuazione, dunque da ordinare in un equilibrio più alto per non cadere nelle secche della depressione o della esasperata ricerca di “sostituzione” psichica con sostanze allucinogene.

La seconda domanda: Come nasce lo sport “amatoriale”?

La domanda contiene aspetti non rispondenti ad una semplice e pura curiosità intellettuale e storica, ma manifesta un prezioso e giusto interesse che include profili di carattere *pedagogico, psicologico e socio-culturale* come un corredo che enuclea valori, vicende, evoluzioni e risultati.

L’osservazione gode di una sua pertinenza in quanto un’eventuale *indagine* sulla “genesi” dello sport amatoriale potrebbe essere utile ai fini di una comprensione più esaustiva del fenomeno. Ciò porterebbe ad un suo possibile ed auspicabile “*ordinamento*”, ad una sana applicazione nella prospettiva di un’educazione sportiva in vista dell’incremento positivo della persona e della salvaguardia della *salute* fisica e psichica.

Sotto il profilo storico, la “*gestazione*” dello sport amatoriale affonda le sue origine agli albori della società industriale, quando in Europa ebbe inizio il *discorso olimpico*, del tutto coerente con i *valori* del pensiero

liberale, della prima possibilità del tempo libero nella nuova suddivisione dei tempi del lavoro, dell'incipiente emergere della soggettività individuale.

In questo contesto socio-culturale l'attività sportiva premiava un *desiderio* di emancipazione, di distinzione, di appartenenza sociale, di riscatto da condizioni di subalternità. Allora, in realtà, lo sport era un evento di élite, del tutto gratuito e volontaristico e sostenuto da un'agiatezza di mezzi.

In seguito sopravvenne lo sport "*professionistico*" strutturato secondo parametri di ingaggio. Perciò l'"*altro*" sport fu denominato "*dilettantistico*". Quest'ultimo era certamente fatto per "*diletto*", ma agito tuttavia con gli stessi codici, stili e forme del precedente. In un ulteriore passaggio evolutivo, lo sport allarga la platea di fruizione e assume la forma di *fenomeno* sociale, come *cultura* di "*massa*", tipicamente "*popolare*".

Divenne "*amatoriale*" allorquando si declinò come fattore omogeneo all'inclusione di altre *aspettative* della persona sportiva, non propriamente di carattere tecnico-atletico, ma correlato con la sfera affettiva e innestato nei processi di benessere fisico e psichico, idoneo ad estenderne la socialità e a produrre spinte solidali.

Un'annotazione sulla "cultura dominante"

A riguardo della sua "*identità*", rintracciabile a partire dalla valutazione dell'opinione comune, è quasi banale osservare che lo "*sport amatoriale*" si ricollega ad una tipologia riferibile ad uno *sport povero* e *dimesso*, rispetto a quella più gloriosa e ricca prodotta dal professionismo, nel senso di una morfologia meno paludata e supportata dai media.

In realtà lo “sport amatoriale” appare intrinsecamente motivato, in prima istanza, dal *piacere* di fare sport e non dalla prestazione rispetto ai risultati secondo i canoni sportivi indotti dall’agonismo. Questa connotazione prevale sulle altre fino al sopravvento della società postindustriale.

Successivamente si muove su altre spinte motivazionali del tutto dipendenti da tendenze tipiche delle culture *salutiste* del nostro tempo, divenendo un “*prodotto sistemico*”, cioè organicamente collegato con il *sentire di sé*, accentuando l’aspetto individualistico, e con i cambiamenti di *stili di vita*, assecondando così la deriva consumista.

Per un sintetico e riassuntivo rendiconto delle coordinate di questa “*cultura*” contemporanea, ci si può semplicemente limitare al seguente richiamo.

“Molti percepiscono la loro vita non come un progetto, ma come una serie di momenti nei quali il valore supremo è di sentirsi bene, di star bene. Viviamo in una cultura dell’audio-visualità, dei sentimenti, delle esperienze emozionali, dei simboli. Anche i rapporti sociali possono apparire come limitazioni e ostacoli. Si diffonde, per così dire, un culto del benessere momentaneo. In realtà questo appare come segno di individualizzazione, ma anche come sintomo di crisi di una società come appesantita di formalismi, obbligazioni, burocrazia. La fuga dalle istituzioni può essere segno di povertà, di debolezza dell’individuo di fronte alla dilagante complessità e complicazione delle strutture” (Card. Péter Erdő, 6 ottobre 2014, *Relazione al Sinodo*).

La generica analisi presentata, richiede ora di essere messa a fuoco per quanto riguarda il nostro tema con un approfondimento più competente, usufruendo degli apporti culturali più raffinati. Si tratta di enucleare i “*dinamismi*” psico-sociali riferibili alle culture del “*consumismo*”, del “*narcisismo*” e del “*profitto*”. Essi abbisognano di essere visualizzati in *modo organico*, essendo strettamente congiunti e interagenti, e verificarne la loro consequenzialità pratica sui comportamenti proprio degli sportivi “*amatoriali*”.

Val bene sottolineare che, procedendo in un'analisi, sia pure dai contorni opinabili, della *cultura consumista*, il nostro argomentare deve essere sottoposto al criterio interpretativo dell'*analogia* che risponde più ad un'esigenza "*pedagogica*" che *sociologica-culturale* in senso proprio. In realtà l'analogia funziona come referente di *confronto* tra la cultura del consumismo in sé considerato e la subalterna e connessa cultura generatrice di un certo "*sport amatoriale*".

Consumismo

Analizzando la *società dei consumi* il sociologo francese Jean Baudrillard evidenzia che una delle contraddizioni della crescita è che essa produce al tempo stesso *beni* e *bisogni*. Tuttavia non li produce con lo stesso *ritmo*, generando così uno stato di diffusa *insoddisfazione*. Di qui viene a svilupparsi un "meccanismo" proprio della "*società della crescita*" incontrollata, cioè proiettata ad un "*consumo*" indefinito.

Ne vediamo alcune caratteristiche riscontrabili nella "costruzione" dello sport amatoriale.

Esigenze artefatte e illusorie

Il consumismo, secondo le analisi di J. Lacan (cfr. "*Discorso del capitalista/consumista*"), lungi dal soddisfare, genera sempre nuove *pseudomancanze* per far sì che la domanda di "*oggetti*" continui a riprodursi infinitamente. Questa tendenza apre nel soggetto *esigenze artefatte*, nell'*illusione* che ci siano degli *oggetti* (e non "*relazioni*") in grado di saturare queste esigenze.

L'intento del dinamismo posto in essere consiste nel preservare il soggetto come *vuoto* e insieme come *avido* di riempimento. L'uomo consumista si ridurrebbe dunque a "*macchina desiderante*", iperstimolata nell' "*impero delle merci*" attraverso un processo che si

sviluppa secondo il modulo collaudato che lega l'*informazione pubblicitaria* alla *tecnica* e al *mercato*.

Con tutta evidenza si nota che qui è in atto il dominio dell'*oggetto* che riduce il *soggetto* a macchina (quindi a strumento, a mezzo) da consumo/godimento. E' il tempo della prevalenza dell'*oggettualità* a scapito del soggetto. In realtà il desiderio non finisce la sua traiettoria in un oggetto, perché si nutre di *relazioni*. Il "consumista" sostiene invece l'*illusione* che solo nell'acquisto dell'oggetto vi sia una via d'uscita plausibile al desiderio.

Applicando la tendenza al "consumista sportivo" si può osservare che l'*assuefazione* a considerare come veri negozi le *farmacie* stracolme di medicine, idonee a curare o perlomeno a mitigare qualunque insufficienza *nutrizionale*, ritenuta tale, della vita individuale nella versione "sportiva", il consumo acquista la *funzione terapeutica* senza soluzione della "malattia", pena la fine del consumismo stesso e l'*accrescimento* ingannevole del bisogno.

Godimento libertario

Nelle scelte concrete del "consumista sportivo" succede ancora che dall'imperativo sociale kantiano "Devi!" si passi all'imperativo sadiano "Godi!", nella versione dolce del "Divertiti". Ciò avviene in una sorta di godimento senza vincoli. Di conseguenza si trasforma in un godimento dissipativo e teoricamente illimitato, consolidando l'idea che sia possibile un soddisfacimento immediato, secondo la formula "devi godere, subito".

Si comprende come il *dovere* non sia più in opposizione al *godimento*, non implica cioè il sacrificio del godimento, ma s'impone come *godimento compulsivo*. Il godimento assume la formula di una

strisciante patologia, in un nascosto e mite parossismo che produce comunque atti fuori controllo razionale.

In questo caso il consumista sportivo celebra il *suo rito ludico* a tutti i costi, inducendo una benefica sensazione *liberatoria*, capace cioè di creare uno stato di dolce ebbrezza estatica. E tuttavia nel versante del “*consumista sportivo*”, non esaudisce l’intento di *riempire* la volontà di piacere in una distensione gratificante e pacificante.

Alienazione da performance

Viene ancora da osservare che in una società avanzata sovente si è costretti a soddisfare gli standard che, in modo sempre più rigoroso, vengono fissati in tutti gli ambiti della vita. Ad esempio, l’*idea della performance* tende ad estendersi al di là della sfera strettamente produttiva per invadere tutti gli ambiti esistenziali della persona. Il nostro stesso aspetto fisico, quello che facciamo, le parole che diciamo, come ci vestiamo, devono sempre essere all’altezza di standard performativi.

Animati da una soggiacente volontà di *perfezionismo*, si è obbligati ad essere sempre in forma, perennemente attivi e all’altezza. Evidentemente dobbiamo soddisfare gli *standard* del godimento che sono sempre più elevati così che non possiamo fare altro che adeguarci, pena l’esclusione, il fallimento, la vergogna. La richiesta è di andare *sempre al massimo*, anche quando ci si diverte, anche nel tempo libero, anche in attività sportive non agonistiche.

Apparire per “esserci”

Viviamo in una *società dell’apparenza*, perciò occorre farsi vedere a tutti i costi per dimostrare di “*esserci*”. Nel cambiamento continuo del cosiddetto “*capitalismo tecno-nichilista*” (cfr. M. Magatti), ogni

soggettività è sempre a *rischio di insignificanza*. In mancanza di altre fonti autorevoli di conferma di sé, è la *visibilità* che fa la differenza tra ciò che esiste e ciò che non esiste, tra il nulla e l'apparenza del tutto.

Il comando dell'*apparire* diventa tanto cogente da eliminare il riferimento ad un'eventuale *vergogna*. Ad esempio quella che dovrebbe pungere quando si offre una muscolatura da culturismo da rasentare la goffaggine o quando si favoleggia su "imprese" sportive palesemente alterate nelle misure, nei tempi e nei modi da sostanze illecite.

Tutto si può e si deve "*mostrare*" nel disperato tentativo di continuare ad esistere in modo "*fantasmatico*". I "*consumisti sportivi*" devono cercare, come le merci in vendita sul mercato, di rendersi particolarmente *attraenti* agli occhi degli altri colleghi se vogliono sentirsi parte della società in cui vivono (cioè: *teatranti!*).

Narcisismo

Nell'evoluzione del "*sistema*" consumistico, come in una cascata irrefrenabile, si giunge nel "*regno*" della figura mitologica di *Narciso* (cfr. A. Ehrenberg), come di uno scivolamento nell'"*irreale*" che diventa "*reale*". Di fatto nella visione che simbolicamente si rifà al mito di Narciso, l'essere umano vive allo specchio di sé e finisce travolto dalla propria immagine, non conoscendo altro che se stesso. Così lascia spazio ad una contrapposizione ben più lacerante, quella tra "*possibile e impossibile*".

Scompenso e finzione

Anche nello sport amatoriale, allineato alle tendenze in atto, avviene che quasi insensibilmente ci si immerge non più nel *conflitto nevrotico* tra norma e trasgressione con conseguente senso di colpa, ma, in uno scenario in cui non c'è più norma *perché tutto è possibile*, il nucleo

depressivo origina da un senso di *insufficienza* per ciò che si potrebbe fare e non si è in grado di fare.

In realtà se non si riesce a fare secondo le attese altrui, a partire dalle quali ciascuno misura il valore di sé stesso (cfr. A. Ehrenberg, “*La fatica di essere se stessi*”) allora cercano altre strade e si domanda: “*Come posso arrivare a compiere azioni di successo?*”.

Al riguardo la scelta facile e congrua al mercato corre verso l’assunzione di cocaina e psicofarmaci. Sono eccitanti che determinano lo svuotamento della propria originale identità (cfr. il caso di *Pantani*) per fungere la sostituzione di una persona “*altra*”, più accattivante rispetto a quella che ci si ritrova, attraverso un *processo di autodefinizione* che termina in un’*autodistruzione*.

L’effetto di un narcisismo esasperato porta il soggetto ad una vera *scissione* di personalità, con la conseguenza di provocare scompensi e squilibri di tale portata da giungere a “*trasformarsi*” per fingere di essere altro rispetto a se stesso.

Il limite negato

In realtà ciò che è saltato nella società attuale è il concetto di *limite*. E in assenza di un limite, il vissuto soggettivo non può essere che di inadeguatezza, ansia, inibizione, che entrano in collisione con l’immagine che la società pretende da ciascuno di noi. Tutto pare diventare possibile, ma in termini di iniziativa di performance spinta, di efficienza e di successo al di là di ogni limite.

Per capire ciò che accade si ricorre alla *figura mitologica di Narciso*. Questo personaggio, afflitto dall’urgenza di rincorrere la rappresentazione ideale di se stesso riflessa nelle acque, *perde la sua vita*. Di fatto ciò che si chiama “*passione narcisistica*” si rivela essere una passione smisurata per la propria immagine che genera solo

distruzione. Non sopportiamo di non essere quell'immagine ideale di noi stessi che lo specchio proietta davanti a noi.

Quando la passione narcisistica si accentua eccessivamente, il *mondo*, che è apertura illimitata alla differenza, rischia di *restringersi*, di ridursi sterilmente alla superficie asettica dello specchio. Il *mondo perde la sua bellezza* per irrigidirsi in una identità chiusa su se stessa. Da tappa fondamentale per la costituzione dell'autocoscienza, lo specchio si *trasforma così in una prigione*.

Non è questa una *cifra del nostro tempo*? Non viviamo forse in un mondo che sembra assomigliare sempre più ad uno *specchio*? È qualcosa che vediamo tanto nella vita individuale quanto in quella collettiva. Anche l'*atleta amatoriale* rischia di infrangersi in modo turbolento nel nulla di sé. Lui stesso diventa testimone di una tendenza a falsare la realtà negando se stessi.

Sembra di poter dire che questa attitudine è simile al fenomeno dell'*anoressia* contemporanea come stile di vita, al *culto spasmodico* del fitness, a quella nuova *religione del corpo* che ci indottrina a tal punto che trasforma il diritto alla cura del nostro corpo in un incubo ipersalutista che fa valere un ideale uniformante di efficienza.

Un confine ordinatore

L'assenza di confini, di binari simbolici saldamente costituiti, di criteri normativi condivisi, che caratterizza l'aspetto "liquido" del nostro tempo, tende a generare la *spinta all'esclusione del diverso*, dello straniero, della differenza. Tende a radicalizzare una nozione di *identità chiusa* su se stessa, ad esasperare la spinta ad una "*identificazione a massa*" che abolisce la differenza.

Il concetto di "*confine*" è importante. In realtà ogni arroccamento sulla nostra identità, resa falsamente solida, è sempre indice di malattia.

Questo accade nei gruppi sociali, nelle istituzioni come nella vita individuale. Quando il confine – che ha il compito cruciale di *delimitare la nostra identità* (senza il quale vi sarebbe il caos totale, il disordine della schizofrenia) – si irrigidisce, si inspessisce, si ingessa, la vita si ammala, perde la ricchezza dello scambio.

Il mondo si riduce a uno specchio uniforme, a una superficie piatta che si limita a riflettere la presunta immagine ideale di noi stessi. Quando il confine cessa di essere “poroso”, può solo diventare una fortezza. E, come spesso e tristemente accade, le fortezze alla difesa delle quali gli umani si prodigano, sono, in realtà, desolatamente vuote.

Il “mito della giovinezza”

Questa voluttà di essere giovani per sempre, tocca anche lo sport nella sua versione narcisistica. Esso percorre le società opulente, ma appare un’idea malsana che contrae la nostra vita in quel breve arco in cui siamo biologicamente forti, economicamente produttivi ed esteticamente belli.

Nello stesso tempo si diffonde un’*insoddisfazione* che spesso deriva da un *confronto* vissuto come *perdente* tra il corpo a propria disposizione e i modelli fisici di successo che dominano nella cultura sociale. Decisiva qui si rivela la funzione svolta dal *corpo* come strumento di comunicazione a disposizione degli individui per trasmettere la propria identità agli altri è diventata centrale.

All’obbligo della ricerca della salute si è affiancato anche quello di impegnarsi per innalzare il proprio *livello di bellezza* (cfr. le “*tecnologie del sé*”, di Ch. de Foucauld). Non per nulla si parla di un “*corpo immagine*” il cui compito principale è quello di rappresentarci adeguatamente nella scena pubblica. Si è spinti a credere che si possa realmente cambiare vita quando si cambia corpo. Si introiettano nel corpo gli standard imposti socialmente attraverso il sistema mediatico-

pubblicitario e si genera un'istanza che ci sorveglia e punisce, una nuova forma di giudice interiore.

Di conseguenza ognuno di noi si concentra sul suo *aspetto fisico* in modo quasi ossessivo, caratterizzato dall'abnorme preoccupazione per un elemento del proprio corpo percepito come gravemente difettoso. Il corpo deve tenere insieme il controllo rigido comportato dall'*etica del lavoro* e l'*edonismo* che caratterizza l'etica del consumo.

Il mito della velocità

Altra dimensione mitologica dello sport si configura nella *velocità* e nell'*accelerazione continua*. Esse costituiscono i nuovi valori di riferimento. Il *restringimento* dell'orizzonte temporale si accompagna all'*estensione* di quello spaziale. Si parla di istantaneizzazione, aumento di quantità a cui corrisponde sempre di più una perdita di profondità. Il futuro si ripiega sul presente ("*Life is now*"). Nella società dell'accelerazione "Quando si pattina sul ghiaccio sottile la salvezza sta nella velocità": le vite si trasformano sempre di più in "*vite di corsa*" (Z. Bauman).

I messaggi pubblicitari, quali ad esempio "*Impossible is nothing*", sembrano andare ben oltre la dimensione del "vendere un prodotto": piuttosto affermano una filosofia, uno stile di vita. Nella società turbo-consumista non si costringe nessuno, si lascia che tutti desiderino quello che è reso desiderabile. E da *consumatori* ci si ritrova *consumati*, da *cittadini* si diventa a *clienti*.

Se l'*esperienza del limite* può costituire qualcosa di rimosso, il limite però può essere una *fine*, ma anche un *confine*, cioè una *soglia* e in questo modo indica la *possibilità di un inizio*. Per questo, per quanto rimosso, il limite è destinato prima o poi a ripresentarsi. Allora *se la libertà assume il limite*, il limite come possibilità e opportunità, come

apertura all'alterità ed alla trascendenza, allora dall'*assunzione del limite*, nasce la *libertà* generativa (M. Magatti)

Profitto

Quando il consumatore diventa “*cliente*” si creano le condizioni del commercio, della produzione e dunque dell'eventuale “*profitto*”. Il *profitto* è esaltante perché produce in noi una *mentalità* tale da farci ritenere che solo adottando il *principio del consumo* e della *distruzione* degli oggetti, possiamo garantirci identità, stato sociale, esercizio della libertà e benessere.

Produzione, commercio, profitto

Conseguentemente il profitto sta alla *produzione* e al *consumo* come l'*integrazione* sta al *soddisfacimento* pieno di un bisogno. In tale processo decisivo è il *carattere* marcatamente *circolare* del processo stesso, nel senso che non solo si producono oggetti per soddisfare bisogni, ma si producono anche bisogni per garantire la continuità della produzione degli oggetti, una produzione che non tollera interruzioni.

A ciò provvede la *pubblicità* che ha il compito di pareggiare il nostro bisogno di oggetti con il bisogno degli oggetti di essere consumati. In una società opulenta come la nostra, dove l'identità di ciascuno è sempre più consegnata agli oggetti che possiede, i quali non solo sono sostituibili, ma “*devono*” essere sostituiti, ogni pubblicità è un appello alla *distruzione*.

Processo di soddisfazione

Il profitto funziona da *compimento* del processo di soddisfazione innestato dal meccanismo tra produzione e consumo. Simbolicamente il profitto “*profitta*”, ed eguaglia il desiderio di *stravincere*, accumulando

ricchezza per se stessi, come per un *rigonfiamento* di abbondanza da esibire e come dimostrazione delle proprie capacità di controllo dei beni economici.

Considerando il profitto dal versante *commerciale*, lo sport promuove una corsa vincente nel creare *esigenze di consumo*, di *autosoddisfazione*. La spinta all'acquisto delle molteplici strumentazioni propriamente di carattere energetico-nutrizionale, della varietà degli indumenti, dei mezzi funzionali adeguati, è in consonanza con gli standard delle prestazioni ambite e agognate e di desideri intermedi. Dunque attorno a questi bisogni prende spunto un'“*industria*” di nicchia, idonea a soddisfare la domanda.

In tale contesto di interessi strutturati sul consolidato sistema della *domanda-offerta*, lo sportivo amatoriale assume il volto di un assiduo *frequentatore* dell'apparato del commercio, delle istituzioni dominanti del denaro, diventando anche lui *da soggetto a oggetto* del sistema: cioè facendo parte integrante del *circuito* sopra indicato.

In realtà anche il profitto risponde, a modo suo, alla logica dei *neobisogni moderni* (giovinezza prolungata efficienza, velocità forza, virilità, produttività) e gioca le sue carte confezionando prodotti specifici, inventati dalla scienza farmacologica o da altre tecnologie commercializzate dal *mercato*.

Una felicità “finta”

Il modello sociale dell'*iperconsumo* si adegua ai bisogni differenziati e induce quel circuito economico produttore di “beni” materiali. E ancora una volta non adempie la sua promessa di realizzazione della *felicità individuale* come ben evidenziato dal “paradosso” di R. Easterlin che sostiene che “oltre un certo livello di benessere, la relazione tra

grado di consumo e grado di soddisfazione viene meno” (paradosso della felicità).

Papa Francesco ci avverte quando scrive che “il grande rischio del mondo attuale, con la sua molteplice ed opprimente offerta di consumo, è una tristezza individualista che scaturisce dal cuore comodo e avaro, dalla ricerca malata dei piaceri superficiali, dalla coscienza isolata” (Esort. Ap. *Evangelii gaudium*, 2).

Identità dello “sport amatoriale”

Analizzando l'*atleta* che fa sport “amatoriale” si fa strada l'idea di denominarlo “*amatoriale*” perché lo sport che fa tende a definirlo in modo “*tipologico*” in quanto esprime una condizione di vita che fa emergere una *tipologia* di soggetti del tutto particolare e identificabili.

Uno sport laico

Anzitutto l’“*amatoriale*” esprime una figura tipica dello *sport laico*. Questo tipo di sportivo è di debole identità personale, assestato nella professione, nella famiglia, nel ceto sociale. La sua indole è collaudata da esperienza e mentalmente agile. Esprime esattamente una classe sociale ampia e versatile, cresciuta nell'agio, secondo una visione del “*benessere fisico*”. In realtà la decisione del “fare sport” si fonda su *motivazioni estrinseche* allo sport ma è motivata dalla condizione di subalternità sociale, dalla costrizione del corpo in schemi rigidi di lavoro precostituiti, dal sovraccarico nutrizionale, dall'intolleranza o dal rifiuto rispetto alle regole, dalla voglia di un piacere sciolto da legami societari.

Uno sport fai-da-te

In secondo luogo l’“*amatoriale*” ama uno sport “*arrangiato*”. L'emancipazione da abitudinarietà consolidate spinge verso un più

spontaneo “*fai da te*”, inseguendo l’ebbrezza della libertà di movimento, della scelta di inediti percorsi atletici, l’autonomia dai vincoli medici, dai balzelli organizzativi e da iscrizioni che spillano denaro e inducono perdita di tempo. L’arrangiarsi riguarda gli aspetti organizzativi, di alimentazione, di indumenti sportivi ad hoc, di durata del percorso, di modalità agonistiche o turistiche, ma riguarda anche le frequentazioni di luoghi specializzati nel *fitness*, come le palestre.

Uno sport vitalista

In terzo luogo l’“amatoriale” ama il suo “*vitalismo*” prodotto dalla propria “*soggettività*”. Infatti molti tendono a superare se stessi. Così mirano a baipassare i *tradizionali ruoli* dell’organizzazione sportiva, i condizionamenti di vetuste modalità pratiche di accedere alla pratica sportiva. Privilegiano una sorta di *idolatria della soggettività*, dello *spontaneismo vitalista*, dell’*esibizione* da produrre nel paragone con i colleghi di lavoro o con gli amici del bar.

Uno sport autocompetitivo

In quarto luogo l’“amatoriale” elabora una “*competizione*” con se stesso. Gli sportivi amatoriali ritengono di essere persone “*riuscite*” in se stesse, finché almeno permangono in ambito non direttamente e frontalmente competitivo. Infatti essi stessi sono fonte e specchio di *auto-competizione* volontaria. Qui il *competere* non sottostà alle regole, al codice della disciplina sportiva, ma è come se si dicesse: “*Me le faccio io*”, sfuggendo così ad una “*misurazione*” oggettiva e valida per tutti, osannandosi delle proprie *performance* prive di riscontri tecnici.

Uno sport frammentato

Il variegato profilo della figura dell’“*amatoriale*” rivela quel fenomeno attuale della *frammentazione* della visione dello sport e dell’essere “*simulacro*” di se stesso. Ciò avviene a danno dell’unità intrinseca del gesto sportivo e dell’unità psicosomatica della persona. Di fatto lo sport amatoriale asseconda le tendenze delle soggettività *individualiste*, seguendo i parametri e le modalità in voga (cfr. *sport estremi*, ecc.) e produce una “divisione” interna alla persona stessa.

Uno sport per adulti

E’ veramente curioso e interessante osservare come lo sport amatoriale riguarda generalmente uno sport *di adulti e per adulti*, cioè di persone il cui stato personale e sociale è strutturato su modelli definiti. Di fatto ragazzi e giovani non entrano in questa categoria perché, per così dire, si autoescludono o ne sono esclusi, o raramente si cimentano.

La ragione si evidenzia nel fatto che le “*culture sportive*” tradizionali rispecchiano e seguono sostanzialmente il *tirocinio scolastico* e con difficoltà si intrecciano con le cadenze dell’*evoluzione generazionale* (... un po’ come avviene nel *Catechismo dell’Iniziazione Cristiana*... appena si può, lo si lascia! Ecco l’abbandono della pratica sportiva dopo i 14/15 anni!).

Il cosiddetto “*sport per tutti*” tarda ad affermarsi. Perciò chi si implica nello sport amatoriale, si suppone che sia un “*adulto*”, il quale esercita la sua *libertà di opzione* secondo sue opinioni, conoscenze, abilità, disponibilità, amicizie, tempistiche, luoghi, seduzioni ibride e provvisorie, ecc.

Da questo punto di vista lo sport amatoriale si potrebbe dire che sia uno sport veramente “*libero*”, meglio si dovrebbe definire “*arbitrario*”.

Si appaga da se stesso, è sciolto da vincoli tecnici, da accompagnamento di personale qualificato (medici, allenatori, massaggiatori, ecc.).

E tuttavia appare del tutto “*subalterno*” alle mode, meglio alla “*moda*”, al messaggio pubblicitario dei media, all’industria commerciale e farmaceutica. Si potrebbe dire che è uno “*sport scimmia*” nel senso di una *mimesi* ripetitiva.

In realtà allo sport amatoriale non interessano in sé e per sé i cosiddetti “*valori sportivi*” in quanto non è generato da valenze umanistico-spirituali, ma da esigenze di *puro divertimento*. Si manifesta come sfogo delle *nevrosi* accumulate sul lavoro; è ispirato da un desiderio di *esibizione* della propria residuale potenza atletica; è sospinto da intenzioni di ritrovare la “*forma*” perduta.

“Come reagire”

Il tema del nostro incontro, alla fine, invita a formulare “vie d’uscita” dalla dittatura della triade “*consumismo-narcisismo-profitto*”. A tale obiettivo del “*come reagire*” val bene anzitutto osservare che lo sport amatoriale *non va giudicato* in modo rigorista o moralista, come se fosse un’attività riprovevole o vergognosa, dal momento che è conseguente rispetto a culture di cui è frutto. In realtà nel fenomeno va colto un “*segno dei tempi*”.

Infatti in esso emergono molteplici *novità esistenziali e sensibilità* impreviste – rispetto al proprio *corpo*, alle relazioni *sport-vita*, ai rapporti interpersonali *selettivi*, al *bisogno* di aggregazione, alla *condizione* della vita nelle società computerizzate – che inducono a ricentrare la riflessione sull’*umano* dello sportivo e sui *condizionamenti culturali* del medesimo.

Conseguentemente appare urgente considerare l’elaborazione di una corretta “*visione antropologica*” e una nuova “*mentalità*” nel fare sport.

1. Anzitutto va incoraggiata una *campagna di informazione* sulla *bellezza* dello sport amatoriale dei suoi *benefici*, delle sue potenzialità, contro un uso decisamente degradante e beffardo perché smaccatamente irrealista e ingannevole.
2. Si tratta di invertire una *mentalità* dominante che è inficiata dalle culture consumiste e nichiliste. Qui gli spazi di un'effettiva azione di *orientamento educativo* vanno dilatati: paiono sì risicati, ma non impossibili, in riferimento alla pubblicitaria in atto.
3. E' necessario promuovere gare sportive "*libere*" dove possono partecipare singoli e famiglie, motivando la proposta circa i valori percepibili come vantaggiosi e ricchi di *esperienze relazionali*, aggregative e divertenti.
4. E' opportuno soffermarsi sul problema delle "*palestre*" e dei diversi luoghi di "*fitness*". Lo sport "palestrato" non appare di facile soluzione perché sono contese diverse istanze commerciali e individuali che sfumano ogni precomprensione aprioristica.

Conclusione

Il nostro itinerario all'interno del fenomeno sociale e culturale definito "*sport amatoriale*" ci ha permesso di collocarlo negli orizzonti delineati dalle *culture nichiliste e neopositiviste* tipiche della postmodernità e fondate su un soggettivismo esasperato e privato di profili etici riconosciuti. Da questo punto di vista esprime una *decadenza valoriale* inerente alla deficitaria visione antropologica.

E tuttavia rivela, come in sottotraccia, un *desiderio di uscire* dai vincoli sociali, di libertà di movimento e di scelta, di espressività soggettiva come di un protagonismo mancante e da recuperare. Forse impone un certo rispetto e dunque una capacità di comprensione ai fini

del “tentativo” di sopravvivenza esistenziale in una società chiusa ed egoista, strutturata.

Forse ha bisogno di redenzione!

+ Carlo Mazza
Vescovo di Fidenza