

## L'AGONISMO OLTRE LE OLIMPIADI

di PIER ALDO ROVATTI

**L**e Olimpiadi danno grande attualità al tema dell'agonismo sportivo e alla sua centralità come metafora sociale. Nei

prossimi giorni i riflettori saranno puntati lì e tutti ci nutriremo dello spettacolo a Rio de Janeiro. È giunto il momento, tra una performance e l'altra, nel susseguirsi avvolgente di gare, discipline di spicco o di nicchia, anche di chiedersi se il principio di prestazione sia ormai la nota dominante del nostro tempo, come appare ovvio e lampante. Ma, una volta immessi nel vortice delle Olimpiadi, accade che siamo indotti proprio

a dimenticare questo passaggio evidente che ci porterebbe al carattere essenziale della società contemporanea, e presto si tacitano dentro di noi anche le sensazioni spiacevoli causate dalle proporzioni eccessive degli interessi economici coinvolti, e perfino le riluttanze di fronte a un mondo dello sport sempre più attraversato dalla nube venefica del doping.

■ SEGUE A PAGINA 8  
I SERVIZI ALLE PAGINE 31, 32, 33 E 34

### L'OPINIONE / SEGUE DALLA PRIMA

## L'AGONISMO OLTRE LE OLIMPIADI

Allora le Olimpiadi ridiventano quello spettacolo puro che produce divertimento per centinaia di milioni di persone appiccate agli schermi. L'agonismo, avulso da ogni vincolo di interessi materiali, è come se venisse riscattato da ogni principio di prestazione. La gara piace per se stessa. E non è neppure vero che ci sia una specie di snaturamento quando la consideriamo dal punto di vista dell'atleta o comunque di chi vi partecipa, rispetto a quando ci limitiamo solo a "vederla", ad assistervi in maniera passiva - come si dice.

Le filippiche sulla perdita del senso originario delle Olimpia-

di, che è bene evidente se guardiamo indietro retrocedendo fino alla Grecia antica, non servono a cancellare il fatto che l'agonismo comporta fin dall'inizio la partecipazione emotiva di un pubblico che trae piacere dall'agone e si identifica con passionalità in coloro che via via si sfidano. Oggi questo pubblico ha assunto dimensioni imprevedibili, alla lettera planetarie.

Traggo da simili considerazioni una conseguenza che mi sembra in contrasto con le idee comuni attualmente diffuse. Infatti, se scorgiamo solo l'aspetto di corruzione storica dell'agonismo, pensando che lo sport abbia ormai perduto ogni purezza e sia diventato solo business, e se ne concludiamo che la società di oggi esprima in una manifestazione come le Olimpiadi la sua anima peggiore, quella che circola

ovunque dal mondo del lavoro a quello della scuola e fin dentro le relazioni più private della vita quotidiana, rischiamo di costruire un quadro sociologico veritiero ma anche alquanto cieco. Voglio dire che corriamo il pericolo di trattare l'agonismo in modo limitato e falsante, alla stregua di una malattia da combattere radicalmente. Come se lanciassimo un anatema critico del tutto giustificato e però tenessimo il piede in due scarpe: nessuno di noi, infatti, è davvero disposto a rinunciare al piacere della gara, certo intesa soprattutto come spettacolo avvincente, ma anche come messa in gioco di se stessi in un confronto con gli altri. Ecco la dimensione che di solito viene lasciata in ombra, quasi fosse un aspetto di noi di cui dovremmo tacere o addirittura vergognarci, mentre ciascuno lo vive e lo condivide con il prossimo.

Adesso le Olimpiadi tengono la scena e fungono da stimolo, tuttavia la questione culturale dell'agonismo non a caso è da qualche tempo al centro dell'attenzione del pensiero critico (faccio solo l'esempio del Festival di filosofia di Modena, che si terrà il prossimo settembre e sarà dedicato proprio all'agonismo). Una riflessione importante per descrivere il carattere che sta assumendo la nostra società: una fotografia culturale non però così facile come sembrerebbe e che, comunque, mancherebbe il bersaglio se non riuscisse a spingersi nella contraddizione che ho indicato, per tentare di diradare un po' l'opacità con cui in definitiva la custodiamo. Insomma, se non arrivasse a dirci qualcosa sul carattere positivo e sul valore che l'agonismo ha per noi.

**Pier Aldo Rovatti**

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO

