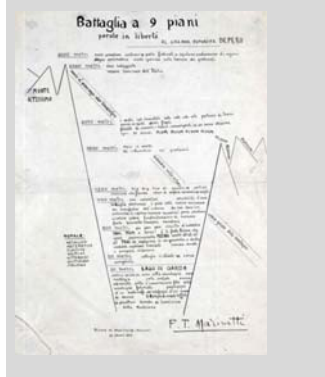


## La lingua dello sport: proprio multilingue

di Mariano Bonavolontà



Si parla spesso di multilinguismo sotto la spinta della globalizzazione e degli impulsi virtuosi dell'Unione europea. Si parla spesso anche della valenza transculturale dello sport, soprattutto grazie alle pressioni provenienti dalla sociologia, una delle poche discipline che non ha disdegnato un'indagine mirata: la letteratura d'ambito è piuttosto sterminata, così come la produzione cinematografica. La valenza culturale dello sport è a volte latente. Fuorviati dai gossip del calcio, che monopolizzano l'etica e lo spazio mediale sportivi e che sviliscono spesso l'etica sportiva, la grande forza culturale e di impulso sociale dello sport viene da noi non percepita, eclissata dalle intemperie emotive calcistiche. Eppure, esistono altre discipline, alcune antichissime, altre spettacolari, che passano in sordina e che sono riportate dai media solamente quando a vincere un oro è un azzurro. Lo stesso Papa Francesco ha ricordato,

il 13 agosto l'importanza dell'etica dello sport e del calcio.

La forza motrice dello sport è effettivamente complessa ed è costituita da una serie di elementi di natura economica, politica, sociale ed identitaria che si mescolano in un coacervo tanto indefinito quanto tangibile. Si pensi alle competizioni sportive che vedono fronteggiarsi due nazionali: quanti sfondi storici, politici, antropologici e nazionalistici tengono a catalizzare?

Parallelamente, se lo sport ha questo potere, è anche metafora di solidarietà interculturale, almeno agli albori (si pensi all'incontro del Ministro Kyenge con la Nazionale azzurra), ed è su questo pattern che si basa la campagna corporate *Different languages, one goal*, targata UEFA ed EU (è possibile trovarla su YouTube).

Questa campagna ruota su un duplice livello: semantico e tecnico-retorico. Tale duplicità è resa tangibile dal lemma "goal" che può essere considerato come il cuore della headline.

Lo spot presenta diversi tifosi di varia nazionalità, come è possibile evincere dalle loro magliette, ognuna indice del proprio paese. Intenti a guardare una partita di calcio, nei loro volti e nei loro gesti è possibile leggere la potenza nobilitatrice dello sport. Talvolta, agli attori sfuggono esclamazioni nella propria lingua madre sino a giungere ad una reale gioia per il punto guadagnato dalla propria squadra.

La headline conclusiva gioca sul filo del discorso cataforico e conduce alla sintesi semantica *"Different languages. One goal. No to racism"*. Quest'ultima, analizzata da un punto di vista tecnico, riporta una costruzione latente piuttosto interessante. Innanzitutto, la parola chiave, "goal", è disposta alla fine della headline, riproponendo su scala ridotta la struttura cataforica della narrazione.

In secondo luogo, "goal" diviene oggetto di *calembour*, un gioco di parole, facilmente intuibile in inglese: "goal" è un termine ormai entrato nell'uso comune grazie al linguaggio giornalistico sportivo che ha sdoganato il lemma anche dal punto di vista morfologico, eliminando la "a" e facendolo divenire termine tecnico "gol"; "goal" in inglese significa anche "obiettivo". Da ciò si comprende la particolare traduzione bi semantica in "Diverse lingue. Un solo gol" e "Diverse lingue. Un unico obiettivo", ovvero la lotta al razzismo attraverso lo sport.

Enrico Paradisi, analizzando il linguaggio sportivo, nella rubrica a cura dell'Accademia della Crusca (numero di Settembre 2012), ricorda le naturali affinità tra il linguaggio sportivo e quello pubblicitario, legati «nella "disinvoltura sintattica" (Beccaria), nel bagaglio retorico e nel discorso delle iperboli». Nello stesso articolo, il linguista aiuta anche a comprendere le motivazioni dell'efficacia della headline: le relazioni ed i reciproci scambi tra lingua comune (di interesse dei pubblicitari) e linguaggio sportivo sono costanti: «Tra lingua comune e il ls i confini sono sempre aperti e il contagio reciproco sempre attivo».

Dunque, tecniche retoriche e linguistiche mimetizzate in un'apparente semplicità per veicolare un messaggio denso ed importante, in maniera veloce ed efficace.