



## L'INTERVISTA

## «Portiamo la ginnastica anche nelle materne»

MASSIMO FILIPPONI

**S**port e scuola, binomio difficile. Secondo Mauro Marchione, presidente del Coordinamento dell'Associazione Sportivo di Roma e Provincia (CO-DAS), il problema è di tipo culturale. «L'attività motoria non deve partire da una certa età in poi, bensì dall'anno zero e deve accompagnare il bambino nella formazione fino all'età adulta».

Quali sono le mancanze dell'attuale sistema?

«C'è un vizio di fondo, nelle scuole primarie (materne ed elementari) mancano i professori di educazione fisica».

E questo che cosa comporta?

«Nella maggior parte delle scuole elementari non vengono svolte le 2 ore settimanali di attività fisica previste perché le maestre non hanno una preparazione per portare a termine un programma completo di educazione fisica. Il nostro sistema è in ritardo rispetto all'Europa».

Questo è il quadro, ci saranno delle

soluzioni...  
«Nei del Codas abbiamo ideato, assieme al Comune e al Ministero della pubblica istruzione, un progetto che coinvolge il servizio sportivo pubblico e la scuola. E nella IV Circoscrizione di Roma lo stiamo già realizzando».

Lo spieghi...

«Dopo l'orario canonico in quasi 500 palestre scolastiche di proprietà del Comune, nella fascia che va dalle 16,30 alle 18,30, si svolgono corsi di attività fisica indirizzati alla fascia dei più giovani. Diamo anche la possibilità agli insegnanti che operano all'interno degli istituti di "qualificarsi" come istruttori fisici».

Una scuola aperta alle esigenze del territorio...

«Certamente. Pensi che moltissimi impianti scolastici sono omologati dalle federazioni. Le associazioni sportive che partecipano ai campionati hanno come campo "di casa" proprio una palestra scolastica».

Ma quella diventa attività agonistica...

«È il lato dello sport che non ci interessa. Quell'aspetto riguarda il Coni che ha sempre privilegiato il concetto del "risultato a tutti i costi". Noi invece siamo per il rilancio dello sport e perciò è fondamentale un intervento nella scuola primaria».

## PRIMO PIANO

## Usa, un buon atleta la miglior pubblicità per il college

MASSIMO CAVALLINI

«**H**ow to market your scholar athlete», come piazzare il tuo atleta-studente, scritto da tal Peter Jenkot, non è, in verità, mai entrato nella prestigiosa lista dei bestseller settimanalmente pubblicata dal New York Times. Ma negli ultimi sette anni ha mantenuto una più che discreta posizione (tra l'ottava e la 14esima, per l'esattezza) nella speciale classifica riservata alle «guide pratiche». Ed è anzi, da sempre, al primissimo posto in quella speciale categoria della manualistica che, specificamente, insegna a muoversi con profitto nei meandri d'un mercato virtualmente sconosciuto al di fuori degli Stati Uniti d'America: quello dei talenti sportivi da vendere e comprare all'interno d'un sistema scolastico che, dalle elementari all'università, proprio nella commercializzazione delle attività sportive ha uno dei suoi capisaldi. In che modo?

La scuola è notoriamente, negli Usa, un tema di quasi esclusiva competenza dei singoli Stati. E nessuna delle norme federali che, negli ultimi decenni, hanno regolato la quantità e le condizioni degli aiuti che Washington eroga alle scuole pubbliche, fa in realtà accenno

alcuno alla promozione di attività sportive. Né, a conti fatti, lo sport sembra essere motivo di grande preoccupazione per i legislatori statali. Secondo uno studio elaborato nell'ormai lontano 1994 dalla Commission for Physical Fitness (un'agenzia presidenziale), solo il Minnesota ed il Wisconsin avevano, fino ad allora, destinato specifici fondi alla «promozione dello sport» nelle scuole pubbliche ubicate nelle aree urbane più degradate. E non risulta che gli ultimi sei anni abbiano sostanzialmente modificato (anzi) una tale tendenza.

Eppure, proprio in questa apparente trascuratezza, si possono facilmente leggere, in trasparenza, le ragioni della assoluta centralità dello sport nella vita della scuola americana. «La verità - dice infatti il sociologo Abraham Botero, che di quello studio fu il coordinatore - è che nelle scuole americane lo sport non ha bisogno alcuno di promozione e di finanziamento, perché è esso stesso che, in realtà, promuove e finanzia un sistema scolastico prevalentemente fondato sulle leggi di mercato». Tanto fondato sulle leggi di mercato che fortissima è, ovunque, la tendenza a sostituire i fi-

nanziamenti alle scuole pubbliche con «vouchers» che, consegnati ai singoli studenti bisognosi, aprono le porte degli istituti privati. O più spesso, a trasformare quelle medesime scuole pubbliche - da molti ormai considerate dei ghetti per scolari di serie B - in «charter schools», scuole affittate ad imprese private che si impegnano a farle funzionare rispettando la logica del profitto.

Chiunque abbia mai messo piede al cinema lo sa perfettamente. Come decine di film hollywoodiani hanno documentato, infatti, avere una buona squadra di football o di pallacanestro è, per ciascuna scuola superiore (e, ancor più per ciascun college) un modo essenziale per «attrarre la clientela». E soprattutto, per partecipare alla spartizione della grande torta dello sport scolastico. Tre anni fa, in un'ampia inchiesta sui college americani, il settimanale Us News and World Report, aveva calcolato in quasi 40 miliardi di dollari il giro d'affari (abbigliamento, biglietti, sponsorizzazioni commerciali e diritti televisivi) annualmente legato soltanto alle attività sportive universitarie. Ed il tutto senza calcolare l'enorme «indotto» al quale il libro di Peter Jenkot con tanto

pragmatica puntualità si rivolge. Ovvero: a quel fitto sottobosco di agenti e di «cacciatori di teste» che proprio a questo si dedica: a scovare e promuovere, dietro parcella, talenti sportivi da offrire alle scuole (da soli o, più spesso, già accompagnati - stiamo parlando di ragazzi di 13-14 anni - da un primo «endorsement» o sponsorizzazione). Un «piccolo esercito di formiche» che - come ha sostenuto lo scorso anno il settimanale Sport Illustrated - muove ogni anno dai 7 ai 10 miliardi di dollari.

Che tutto questo faccia bene al «business» dello sport-spettacolo (ed alle casse delle scuole più attive in questo mercato) è del tutto evidente. Ma assai più dubbio è il fatto che davvero giovi alla qualità dell'educazione e dello sport. Giorni fa, commentando un fatto di cronaca violenta che, nel Maryland, vedeva coinvolta una stella del football universitario, il Washington Post ha scritto: «Tutto quello che il sistema di promozione per meriti sportivi ha prodotto per il nostro sistema scolastico è stato questo: una secca diminuzione degli standard educativi. Ed un crescente numero di "beasts with a degree". Di bestie con diploma».

Un disegno di Marco Petrella

## STADI APERTI

## Il calcio? Un gioco che piace alle ragazze

Erano state 9000 le bambine che lo scorso anno scolastico si erano avvicinate per la prima volta al calcio. E sono destinate a diventare molte di più grazie al bis di una serie di iniziative comuni scuola-calcio. Si tratta della seconda edizione del progetto «Scuola e calcio in stadi aperti» che l'anno scorso ha riscosso grande successo. Le nuove iniziative si articolano in cinque filoni: la scuola nel calcio (iniziative, anche spettacoli, contro la violenza e l'intolleranza nello sport); un concorso musicale nazionale (al gruppo vincitore una borsa di perfezionamento presso il centro studi musicali di Mogol); il calcio nella scuola (tornei calcistici a vari livelli); gli «Stadi aperti» (impianti di molte città si apriranno alle scuole); un «Football Star Day», ossia una giornata nazionale di festa che si terrà verso la fine della stagione sportiva e scolastica. Nelle elementari, l'iniziativa contro la violenza vedrà ogni classe impegnata a ideare uno striscione da stadio che riassume i valori sportivi contro ogni intolleranza. In tutte le città verranno selezionati i migliori striscioni che saranno esposti poi negli stadi durante la giornata conclusiva delle manifestazioni. Nelle medie, oltre agli striscioni, potranno essere presentate anche foto oppure articoli di taglio giornalistico, e i migliori andranno su Internet. Il Comitato organizzatore è formato da Ministero della P.I., Federcalcio, Lega Calcio, Coni, Fitel, Federdisabili, Associazione italiana calciatori, Associazione italiana allenatori, l'Unicef e il Centro Europeo di Toscolano diretto da Mogol.

