



Culture e Studi del Sociale

CuSSoc

ISSN: 2531-3975

Charting the Wellness Society in Europe. Social Transformations in Sport, Health and Consumption, di Giovanna Russo (ed.). Milano: FrancoAngeli, 2019. ISBN:978-88-9178-103-1, pp. 144, € 18,50.

IVO STEFANO GERMANO

Come citare / How to cite

GERMANO, I.S. (2019). *Charting the Wellness Society in Europe. Social Transformations in Sport, Health and Consumption*, di Giovanna Russo (ed.). Milano: FrancoAngeli, 2019. ISBN: 978-88-9178-103-1, pp. 144, € 18,50. *Culture e Studi del Sociale*, 4(1), 125-127

Disponibile / Retrieved <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

1. Affiliazione Autore / Authors' information

Università del Molise, Italy

2. Contatti / Authors' contact

Ivo Stefano Germano: [ivostefano.germano\[at\]unimol.it](mailto:ivostefano.germano[at]unimol.it)

Articolo pubblicato online / Article first published online: June 2019



- Peer Reviewed Journal

INDEXED IN
DOAJ

Informazioni aggiuntive / Additional information

[Culture e Studi del Sociale](#)

Charting the Wellness Society in Europe. Social Transformations in Sport, Health and Consumption,
di Giovanna Russo (ed.). Milano: FrancoAngeli, 2019.
ISBN: 978-88-9178-103-1, pp. 144, € 18,50.

Ivo Stefano Germano

Università del Molise, Italy
E-mail: ivostefano.germano[at]unimol.it

A che punto è il concetto sociologico di *wellness*? Quale società è capace d'accoglierlo, se non proprio integrarlo? Di quale tipologia di cambiamento sociale e culturale si tratta? Ecco alcune questioni decisive circa la relazione fra sport e politiche sociali che Giovanna Russo, da studiosa di qualità e impegno scientifico duraturo sull'argomento, si pone *sine ira ac studio*.

Sia consentito iniziare dalla fine, cioè da una ricchissima bibliografia d'impianto comparativistico tale da consentire la più ampia prospettiva di studi sociali, pur in una chiave riccamente interdisciplinare, a proposito del concetto di *Wellness Society*. Non più o non tanto l'ennesima concettualizzazione di cui "innamorarsi", salvo, più o meno repentinamente, abbandonarla - non è certo il caso del nuovo volume in esame -, quanto, a tutti gli effetti, l'esplorazione di un fenomeno, anzitutto "simbolico".

Benessere, "qualità della vita", "esistenza armonica" illuminano la centralità strategica della relazione reciproca e dirimente fra sport, salute e società dai consumi alle pratiche di cura, dal lavoro all'organizzazione di "buone pratiche".

Sin dalle prime righe, la Russo imposta il volume su un dato che fa la differenza. Negli ultimi decenni, infatti, il benessere fisico e mentale della popolazione è divenuto uno degli obiettivi primari delle *advanced societies*. Non potrebbe essere altrimenti, anche se nel caso italiano, si sconta un gap di comprensione a causa di due atteggiamenti dominanti: la riduzione a facili slogan di buone intenzioni e l'assenza di una profonda cultura sportiva. Ed è mediante un preciso approccio di tipo "relazionale" che diventa possibile, a entrare nel merito del volume, quella *wellness revolution*.

A livello macro, si tratta di un nuovo set valoriale, alla luce della molteplicità di dati contenuti nel volume, inerente l'aumento d'interesse sociale verso la cura del benessere personale, la prevenzione fisica e mentale verso una popolazione che tende a invecchiare sempre di più, la ricaduta "economica" in contesti di welfare comunitario.

Non c'è dubbio che il valore fondamentale della *wellness* vada contestualizzato nella dimensione interconnessa in cui viviamo, se e in quanto fenomeno sociale da ricondurre alle radici socio-antropologiche, socio-economiche, storico sociali.

Le dinamiche del mutamento spiegano il senso più profondo dell'interconnessione e della reciprocità, dal momento che, secondo la curatrice del volume, la sociologia della *wellness* può contribuire ad ampliare la sfera d'influenza di una vera e propria economia dei valori socio-sportivi. E non si tratta, semplicemente, di un *desiderata* ermeneutico delle proprietà delle reti d'interconnessione. Insomma, ciò che possiamo concepire e definire come *wellness* è dentro la logica più ampia della

funzione sociale dello sport che, a un primo livello, per esempio sui social media, ha a che fare con l'intrattenimento, ma a un secondo e più stratificato, è alla base della logica di connessione immediata di affinità e competenze fra le persone.

Proprio Giovanna Russo, nella sua introduzione, ribadisce questo snodo:

This means considering the importance of sport practices not only in relation to the amount of people doing sport or physical activity; but rather, for the proposed and spread values. The broader goal of sport and physical activity is pursuing a better quality of life, being healthier from both a psycho-physical and environmental and relational point of view (p. 12).

La sociologia dello sport ha gli strumenti e le metodologie efficaci per studiare tale arco relazionale forte anche dietro a forme banali e poco importanti del tempo libero, laddove, diviene tangibile la forza del legame materiale e immateriale tra intrattenimento e socievolezza, così come la conosciamo nella definizione data, a inizio XX secolo, dalla sociologia formale di Georg Simmel.

La scelta dei contributi riflette l'impostazione di base del volume. A cominciare con Waddington e Smith e la loro riflessione sulle politiche sociali e culturali in tema di *new public health*, per poi ragionare con Gasparini sul contrasto alla sedentarietà grazie all'esperienza dello "sport-salute" di Strasburgo. Il contesto socio-sportivo italiano è, invece, al centro del saggio di Martelli, come analisi socio-demografiche delle motivazioni di scelta per una *vita activa*, per evitare i rischi di condotte alimentari malsane e vita sedentaria, e di come tali istanze possano essere recepite dalle istituzioni e organizzazioni pubbliche. Ad allargare la prospettiva del volume il saggio di Pierre su lavoro e dopolavoro nelle grandi aziende automobilistiche come la Fiat e la Peugeot, come "buone pratiche" di relazioni industriali e aziendali e la relazione fra *beauty* e *wellness* nella società iperconnessa interpretata nel contributo di Ferraresi, quali componenti sempre più importanti delle sfere di consumo contemporanee.

La minima presentazione della corralità degli interventi, senza perdere in coerenza e strutturazione, rende pienamente l'idea dell'almeno duplice livello in cui si pone il lavoro di Giovanna Russo: in primo luogo, la connessione fra discipline diverse come complementarità e non come mera concorrenza fra studi e ricerche; in secondo luogo, il lavoro proficuo per affinare la sociologia della Wellness, più in generale, la sociologia dello sport e la sociologia della comunicazione sportiva, al fine di fornire strumenti efficaci da implementare nell'arena pubblica. Sport, salute, società in tanto in quanto concetti operativi declinati nella quotidianità per comprendere e interpretare il cambiamento dei significati pratici e simbolici per cui si sceglie di fare o non fare sport-salute. I tanti aspetti di uno stile di vita attivo fra Italia, Francia e Regno Unito.

Emerge la crucialità dello "sport-sostenibile" in una società sempre più orientata alla sostenibilità, anzitutto, delle persone e del loro background unito a una mentalità innovativa in cui lo sport-salute, per esempio, non serve solo a fornire parametri, indici, norme, ma per arginare il "rischio obesità", oppure, il "divanismo dilagante". Se necessariamente il discorso va posto sulla centralità della wellness, il volume di Russo ne propone una visione multiprospettica in grado di coinvolgere più piani, dal lavoro alla comunicazione, passando per l'ambiente e il bene pubblico.

Benessere e malessere, cioè lo stare più o meno bene degli individui è collegato alla riflessività dello sport, come ripensamento delle pratiche di vita non più concluse a mera performance, bensì espressioni del sé, rispetto cui il benessere giocherà un ruolo decisivo.

Tutto ciò, in estrema sintesi, si sostanzia in una triplice ipotesi operativa: *a)* la sociologia della wellness deve problematizzare e ri-problematizzare il contesto culturale sportivo; *b)* la sociologia della wellness è, per certi versi, “relazionalmente vocata” a superare una logica di tipo dicotomica, in relazione a sport e società; *c)* la sociologia della wellness affina costantemente la capacità d’interconnessione culturale e interdisciplinare.

La wellness, in Europa, è un frame culturale e una “cartina di tornasole” delle pratiche simboliche dello sport. Si tratta di un circuito culturale per una società alla ricerca di un benessere relazionale sano, partecipato, consapevole, competente.

Leggere è interpretare il fenomeno della wellness nella convinzione che vi sia una profondità e una salienza dello sport, anche se in un quadro di profonda mutazione.

Da un certo punto di vista, il volume rivela quanto le persone si aspettino debba essere il benessere sociale, in una fase in cui pare contare più l’effetto della causa.

Più esattamente il *core business* teoricamente sperabile di questo volume attiene proprio al surplus culturologico dei caratteri fondamentali di un mosaico multiforme e poliedrico. Spettacolo? Passatempo? Ultima e disperata difesa delle identità? In un contesto di frammentazione sociale e pluralismo culturale sport e società, sport e cultura sono rapporti sociali che interessano sempre con maggiore intensità non solo chi fa o segue uno sport, oggetto culturale a latere, di un sociale non proprio generoso nei confronti della passione e del divertimento.

Alla sociologia dello sport spetta il compito di allargare lo sguardo all’insieme dei comportamenti in campo sportivo e motorio, per osservare i valori emergenti, come la ricerca della salute e del movimento in un ambiente libero a contatto con la natura.

Risulta gradevole farci guidare dal «sentimento sportivo», una inedita manifestazione di impulsi per nulla residuali che contribuiscono al mantenimento dell’equilibrio sociale, a salvaguardia della vera essenza del fare sport, come fair play, benessere psicofisico, realizzazione personale, rispetto, tolleranza, educazione.