

# Prospettive non troppo futuristiche

Autor(en): **Rein, Heinz**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Gioventù e sport : rivista d'educazione sportiva della Scuola federale di ginnastica e sport Macolin**

Band (Jahr): **31 (1974)**

Heft 7

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1000814>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Prospettive non troppo futuristiche

Heinz Rein

Eravamo nell'anno 2000.

«Nonno — disse il nipotino con sorpresa — ho trovato alcuni vecchi giornali sportivi dietro il nostro computer di famiglia.»

«Oibò! — rispose il nonno — e di che anno?»

«Hanno più di 40 anni — rispose il nipotino — e poi ho letto qui qualcosa che... — e con lo sguardo frugò nei giornali — ... sport di massa!? Che cos'era nonno?»

«Era così — spiegò il nonno — allora non c'erano unicamente sportivi professionisti come oggi, bensì molti altri che facevano dello sport per proprio piacere. Anch'io sono stato uno di quegli sportivi, nuoto, pallacanestro, sci di fondo...»

«Guadagnavi bene, nonno?» chiese il giovincello.

«Guadagnato! ma se ti ho appena detto che c'erano molte persone a fare dello sport, così, per divertimento, per il piacere di fare movimento... Oh! no, proprio non ho fatto soldi con lo sport!»

«Proprio non capisco, — disse meravigliato il nipotino — ma se non si guadagna niente con lo sport, perchè far dello sport? Per divertimento? Nonno, mi stai prendendo in giro.»

«Veramente no, ragazzo — assicurò il nonno — quest'era lo sport di massa, popolare, milioni di sportivi...»

«Va bene, va bene — fece quasi spazientito il giovanetto — ma per quale ditta giocavi o correvi?»

«Ma per nessuna ditta, perdinci — replicò il vecchio — ero socio di un club. Sai cos'è un club?»

«Nessuna idea» rispose il nipote.

«Un club era formato da un gruppo di persone che intendevano praticare dello sport — chiari il nonno — il mio si chiamava Star.»

«Che nomi ridicoli avevano questi... questi club — disse il nipote guardando nei vecchi giornali — Virtus, SAL, Rapid, Young Fellows, Cristallina, Armonia... Perchè, allora, i club non avevano nomi giusti?»

Il nonno sospirò. «Erano nomi giusti, nomi buoni, ragazzo.

Oggi si chiamano... ma si posson ancora chiamare club?»

Comunque oggi si chiamano Olio Beola, Frigoriferi Nicolini, Vecchia Campagna Adorna etichetta rossa...»

«Ebbene?» intervenne il nipote un po' irritato. «Che cosa ci trovi da ridere, nonno? Giocano per queste ditte poiché da queste sono pagati.»

«Lo so — fece il nonno — ormai è così, ai miei tempi era ben altro.»

«Come, nonno?» chiese incuriosito il ragazzino.

«Ecco — rispose il nonno — dapprima c'era solo lo sport e nemmeno l'ombra di pubblicità. Poi venne gente furba che cominciò a tappezzare con affissi pubblicitari stadi, piste e palestre. E infine venne la televisione e dovunque fosse possibile essere inquadrato dall'occhio delle telecamere si mise un bel cartellone pubblicitario. All'inizio però lo sport rimase la cosa principale, la pubblicità in un certo qual senso era una cosa marginale...»

«E poi?» chiese il ragazzo.

«Poi la pubblicità prese il sopravvento e divenne la cosa principale — continuò il nonno con tono triste —. Prima di organizzare una manifestazione di rilievo, i grossi calibri della pubblicità determinavano quali fossero le possibilità pubblicitarie, e poi solo allora...»

«Ma è logico!» esclamò il nipote.

«Non del tutto — contestò il nonno — a quei tempi c'era pur sempre un gran numero di dilettanti...»

«Ah, quelli che... per divertimento...» interruppe il ragazzo.

«Proprio quelli — rispose il nonno — e questi dilettanti avevano una specie di codice d'onore...»

«Onore? — disse con una risata il giovane —. Onore è una scemenza quando si tratta di soldi!»

Il vecchio sospirò profondamente: «Dissero esattamente questo anche gli agenti pubblicitari e la concorrenza fra le grosse ditte diventò sempre più dura, e lo sport — a parte le belle ragazze — era il miglior mezzo di propaganda commerciale, intere società vennero per così dire comprate, cosicchè lo Young Boys divenne Sigari Anda, l'Armonia: Mobili Plastix, il Club pedalatori: Minestre Brodella e così via. Oggi esiste solo un piccolo gruppo di sportivi professionisti-propagandisti e un'enorme schiera di spettatori-consumatori. Ai miei tempi c'era sport e basta, oggi lo sport non è altro che un mezzo pubblicitario per liscive, liquori, calze, sigarette...»

«Nonno, tu vivi sulla luna» commentò il nipote.

«Me lo auguro, se potessi — rispose il nonno — lassù non c'è ancora pubblicità, almeno per il momento!»

(Liberò adattamento di Arnaldo Dell'Avo)