

Zeitschrift: Macolin : mensile della Scuola federale dello sport di Macolin e di Gioventù + Sport
Herausgeber: Scuola federale dello sport di Macolin
Band: 46 (1989)
Heft: 11

Artikel: Lo sport nell'anno 2000
Autor: Keller, Heinz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-999865>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Un nuovo emblema

di Heinz Keller, direttore SFSM

Chi non lo conosceva, nelle vaste cerchie di sportivi e ginnasti, la grande M con inserita la croce svizzera? La si portava fieramente sulla tuta d'allenamento della scuola, decorava finemente stoviglie e coperti nella mensa del vecchio Grand Hôtel. M come Macolin o Magglingen non era un emblema, era un simbolo del gagliardo tempo di «Giovani forti - libera patria», della rivista che cambiava nel 1966 in «Gioventù e Sport» e nel 1983 in «Magglingen/Macolin». Con quest'ultimo cambiamento di nome venne creato un secondo emblema: Magglingen/Macolin associato allo schizzo di una pista d'atletica stilizzata. Simbolo di ricco e generoso paesaggio - Macolin - con i moderni impianti sportivi creati dall'uomo.

Con il 1990, insieme con nuova denominazione della scuola, si è pensato di creare un nuovo emblema che rispecchiasse la ferma volontà di associare i valori che il passato ci ha consegnati con le speranze del presente e del futuro. La Scuola federale dello sport di Macolin vuole - fedele al nuovo emblema e conseguente la nuova denominazione - essere a rimanere una buona scuola dello sport per tutta la Svizzera, domiciliata nel superbo e affascinante paesaggio di Macolin.

Ringrazio l'Ufficio federale della cultura per l'amichevole sostegno e i grafici per la loro opera. Mi auguro che con questo tutti coloro i quali qui vivono, lavorano, praticano dello sport possano meditare bene sui termini «Sport» e «Scuola».



Lo sport nell'anno 2000

di Heinz Keller, direttore SFSM

Lo sport viene praticato da uomini, i quali determinano modo, forma oppure senso e assurdità dello sport. Non è in primo luogo lo sport che influenza l'evoluzione della società; dapprima interessano quei cambiamenti sociali che esercitano delle pressioni e stimolano lo sport, così come l'economia e i media.

Un primo cambiamento è dato dall'aumento delle aspettative riposte nella vita. Se, nel 1975, il fascio d'età superiore ai 60 anni rappresentava 1/6 della popolazione totale, nel 1985 la percentuale si è alzata fino a 1/5 e nel 2000 raggiungerà 1/3 o 1/4. Questo provoca un mutamento della piramide d'età della popolazione. Se nel 1900, per ogni Svizzero sopra ai 65 anni si contavano circa 20 giovani sotto ai 15 anni, ora le due fasce d'età si trovano in un rapporto di 1:1 e nel 2000 si giungerà all'inusuale inversione di un giovane su due anziani sopra i 65 anni. Le congruenze per l'organizzazione, la struttura dello sport sono assai importanti: nel futuro avremo sempre un numero maggiore di anziani alla ricerca di nuove offerte per praticare sport. Mentre lo sport giovanile sarà sempre praticato con la stessa intensità, lo sport per la «terza età» avrà un ruolo dominante dato dalla sua superiorità numerica.



Le grandi manifestazioni sportive dipendono ormai dai media.

Un secondo cambiamento assai rilevante per lo sport è rappresentato dalla riduzione e riorganizzazione del tempo di lavoro. Con il passare degli anni si è passati dalle 48 alle 44 e poi ancora alle 42 ore settimanali e all'orizzonte si intravede la possibilità di giungere al limite delle 40 ore. Parallelamente la popolazione attiva predili-

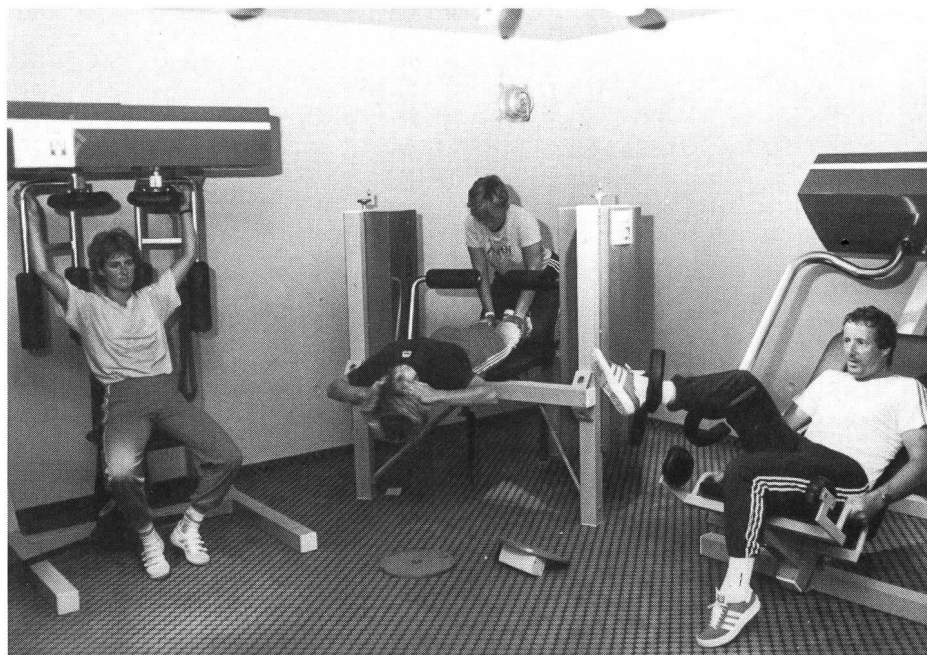
ge forme di lavoro più libere: orario continuato, lavoro parziale e per un periodo limitato. Tutte le offerte e strutture culturali della nostra società sono invitate a sviluppare attività sensate per il tempo libero. Nel contesto della nostra civilizzazione sedentaria, lo sport ha il dovere di diventare una struttura portante per il tempo li-

bero. Le conseguenze per lo sport, la sua organizzazione e struttura non devono essere sottovalutate. L'attività lavorativa mobile conduce contemporaneamente a un'attività per il tempo libero più mobile. Se in passato lo sport era relegato all'attività serale, ora bisogna offrire la possibilità su tutto l'arco della giornata. La distinzione classica nell'utilizzazione delle palestre (durante il giorno delle scuole, nell'orario serale alle società sportive) non è più giustificata. A questo si aggiunge il progressivo aumento dello sfruttamento della natura. Alcune cifre possono esemplificare la tendenza: attualmente 3,5 mio di Svizzeri praticano sport. Se, in futuro, il tempo di lavoro diminuisce fino a 40 ore settimanali, e ammettendo che ogni Svizzero pratichi un'ora di sport alla settimana, è teoricamente possibile che la popolazione totale trascorra 3,5 mio di ore alla settimana nella natura, nelle palestre, piscine e nei centri di fitness...

Un terzo cambiamento nella nostra società si osserva nell'ambito del *rispetto della natura*. Alcuni secoli orsono, la peste o altri tipi di infezioni come la difterite decimavano la popolazione; attualmente dominano malattie cardiocircolatorie, problemi di portamento, cancro e malattie psicosomatiche. Il nostro tipo di vita quotidiano rispecchia in parte il quadro di una malattia. Un'attività sportiva sensata rappresenta una possibile prevenzione se non una terapia. Questo nuovo rispetto della salute si ritrova in un nuovo comportamento nei confronti dello sport: esso viene interpretato come un biotopo nel quale l'uomo cerca con curiosità un proprio tipo di medicina o almeno una buona prevenzione.

I *cambiamenti di determinati valori* sono molti frequenti e assai repentini. Tuttavia, si può osservare che la generazione passata poneva in primo piano valori come «la sicurezza dell'esistenza», «la libera concorrenza» o «l'inserimento in chiare strutture sociali». Oggigiorno, i valori più ricercati sono la qualità della vita, la ricerca dell'emozione, dell'avventura e di spazi liberi. Anche in questo senso lo sport sarà praticato in futuro in modo diverso: al centro dell'interesse troveremo le avventure, le nuove esperienze nella natura e le sensazioni al limite del consentito. Rafting, parapendio, la maratona del Monte Bianco (170 km) e altre manifestazioni di resistenza sono i primi segnali di questa tendenza.

Altri cambiamenti si notano anche nei *centri sportivi*, là dove si possono riscontrare due tendenze: da un lato, i centri sportivi commerciali, i quali of-



Anche i centri sportivi commerciali cambiano.

frono sport, cultura, sauna, ristorante e cinema e diventano quindi un luogo di vita per passare il tempo libero; dall'altro, lo sport viene praticato nei luoghi meno contaminati della natura, dove si può ritrovare la purezza e rivivere avventure. «Il centro fitness raffinato» e «il bosco incontaminato» rappresentano le due varianti dello sport.

Nessuno più dubita del fatto che in futuro prenderà il sopravvento un *comportamento di consumo* nei confronti della pochezza di mezzi delle società sportive, *aumenterà il bisogno* di specialisti rispetto all'animatore dilettante e dominerà la libertà e *assenza di obblighi* nei confronti del sistema regolamentato delle federazioni.

Riassumendo, si può affermare che, in futuro, fra dieci anni, lo sport sarà praticato con altri fini ed esigenze, in altri luoghi e in altri periodi del giorno. Anche se questi singoli cambiamenti possono apparire limitati, lo sport dovrà essere osservato in modo attento, analizzato intelligentemente e, se possibile, guidato in modo ragionevole.

Economia e sport nel 2000

Lo sport è un *fattore dell'economia*. A seconda del significato attribuito alla voce sport questa affermazione può essere formulata con un tono malinconico o con un pizzico di compiacimento. In modo esemplificato si differenziano tre diverse situazioni:

- *Le grandi manifestazioni sportive* che terminano con cifre in attivo. I Giochi olimpici di Seul hanno fatto segnare, con 729 mio. di dollari di uscite e 851 mio. di entrate, un

guadagno netto di 206 mio. fr. I diritti televisivi hanno fruttato 480 mio. frs. mentre dalla vendita dei biglietti sono risultati 59 mio. fr. Il Comitato internazionale olimpico (CIO) ha ricevuto 3,5 mio fr. mentre la fetta più importante del guadagno è andata alla Corea del Sud per lo sviluppo delle strutture sportive. Per i Campionati mondiali di calcio del 1990 si prevedono le seguenti cifre: le spese si aggirano sui 12 mia. fr. Le entrate già sicure sono quelle della FIFA (300 mia. Lit.), degli sponsor (120 mia. Lit.), dei diritti televisivi (100 mia. Lit.), della vendita dei biglietti (100 mia. Lit.) e altri 12 000 mia. Lit. come entrate supplementari nel settore turistico.

- Lo sport come *occupazione del tempo libero* rappresenta un incentivo economico per il lavoro, il commercio, l'economia aziendale e il turismo. Ecco le cifre citate dal nostro consigliere federale più sportivo: in Svizzera si spendono circa 7 mia. di franchi per l'equipaggiamento sportivo. Il turismo invernale si accaparra 6 mia. fr. all'anno. Dato che dal 1975 al 1986 si sono costruiti circa 1 000 palestre, 1 680 campi da tennis e 56 piste d'atletica, non bisogna perciò sottovalutare l'importanza dello sport per l'economia aziendale. Lo sport, inteso come occupazione del tempo libero, smuove una cifra d'affari di molti miliardi.

- Da ultimo, lo sport sta acquistando valore nel *settore dei servizi*. Nelle prestazioni di servizio cosiddette «umane» lavorano oggi negli Stati Uniti il 18%, in Svezia il 25% e nella Germania federale circa il 12% della popolazione attiva (Anders e al.).

La parte dello sport in questa percentuale non può ancora essere ricostituita. Ma se noi quantifichiamo anche approssimativamente il settore della formazione, del corpo insegnante, degli allenatori, animatori, terapeuti, centri fitness, scuole di sci e di tennis, settore della manutenzione e di sicurezza, possiamo concludere che lo sport rappresenta un campo di lavoro vasto e diversificato.

In questo gruppo non rientrano le entrate di un Boris Becker, Pirmin Zurbriggen, Maradona..., in quanto non costituiscono fattori economici, ma solamente casi singolari di persone che per poco tempo guadagnano qualcosa di più rispetto alla media svizzera. Nel contesto economico generale, essi non rappresentano che semplici segnali e non veri fattori...

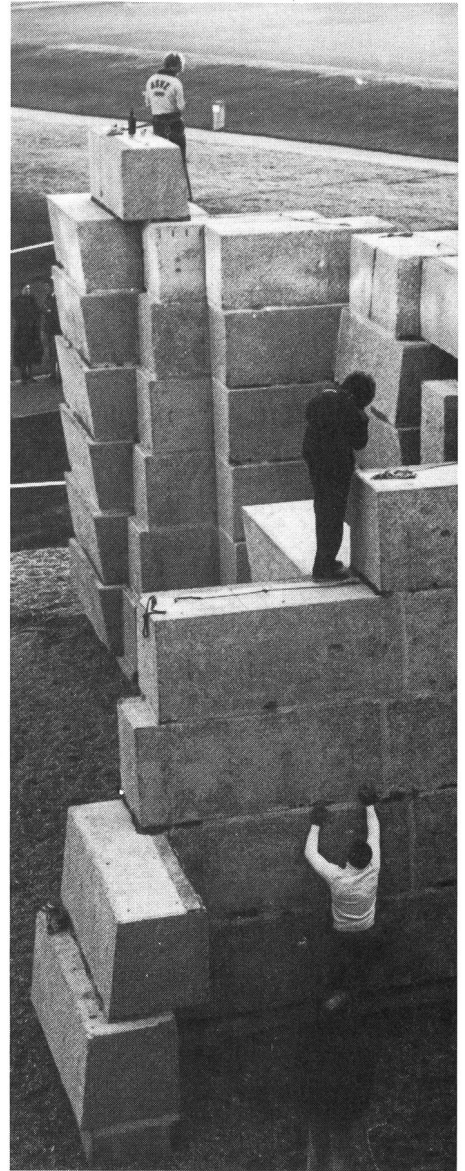
Quali sono i motivi e le cause della divisione in tre situazioni economiche, ossia le grandi manifestazioni sportive, lo sport come occupazione del tempo libero e il settore dei servizi di prestazione nello sport? Come si può giustificare la funzione nell'economia delle manifestazioni sportive, dello sport come occupazione del tempo libero e del settore dei servizi? Ecco un quadro esemplificato e magari incompleto della situazione:

- Le *grandi manifestazioni sportive* dipendono in primo luogo dalla presenza dei media. Lo sport rappresenta il 21,8% dell'intero tempo di emissione (SSR 1988) e alla Televisione della Svizzera tedesca è il settore di trasmissione più importante. La presenza dei media significa possibilità di pubblicità e, se ben

sfruttata, la pubblicità significa aumento delle vendite. Per i Campionati mondiali di calcio nel 1990 si attendono 2,6 mio. di spettatori con circa 15 mia. di potenziali teleutenti. Questo spettacolo sportivo di massa fungerà da magnete pubblicitario, confezionato in un modo emozionante come uno show, servito in modo piacevole in ogni salotto di casa, in ogni continente...

Quale sarà la situazione nel 2000? Sopravviveranno le grandi manifestazioni sportive? E lo sport come magnete di media? L'effetto-pubblicità dello sport sarà ancora garantito? Non è facile entrare in questa catena di causa-effetto o in questo circolo vizioso. Le speculazioni per il futuro sono tuttavia possibili.

- Le grandi manifestazioni sportive manterranno il loro valore grazie soprattutto alla mobilità e alla disponibilità della società con un aumento progressivo dell'attrattività delle singole manifestazioni sportive (competizioni riunite in meno tempo), con il perfezionamento delle comodità dello spettacolo, con la progressiva internazionalizzazione delle manifestazioni. Sono altresì possibili fluttuazioni fra le varie discipline sportive, in modo da tener desto l'interesse della stampa: i media si adattano ai gusti della massa. In questo modo, il ruolo della pubblicità è in parte assicurato. Solamente in parte, in quanto la pubblicità dei vari prodotti non è solamente in relazione con la quantità di spettatori di una manifestazione sportiva, ma bensì dipende dalla qualità dell'evento sporti-



Strana piramide ch'è sto' sport...



Sport nel rispetto della natura.

vo. In chiara diminuzione sono le entrate pubblicitarie delle manifestazioni di atletica leggera dopo l'affare Johnson. L'integrità etico-morale dello sport è molto importante per i vari prodotti e per le imprese. Il collegamento di un prodotto o di un'azienda con un record «non pulito» può avere conseguenze negative. Probabilmente anche gli sponsor adottano un sistema di regolazione che ci fa ben sperare per la sopravvivenza dello sport di prestazione.

- Le ragioni che spiegano il ruolo dello sport come *attività del tempo libero* sono in relazione diretta con il settore dei *servizi di prestazione* nello sport. Affinché uno Svizzero su due pratici sport in una qualsiasi forma e così accetti le spese di equipaggiamento, i contributi alle società sportive e le spese di trasporto, tre presupposti devono essere soddisfatti. Bisogna disporre di tempo (libero), bisogna avere un'attrazione, un motivo e, da ulti-

mo, bisogna poter disporre di un minimo di mezzi finanziari.

La seguente tabella sull'impiego di tempo da parte di una persona attiva nel mondo del lavoro, indica che l'uomo disporrà di tempo libero anche nel 2000.

	1987	2006
1. Dormire	56	56
2. Attività professionale	42	22
3. Spostamenti sul posto di lavoro	7	4
4. Pasti	15	19
5. Famiglia	5	7
6. Hobby	15	25
7. Divertimento passivo	20	9
8. Perfezionamento	1	7
9. Attività culturali	7	19
Totale ore alla settimana	168	168

(Fonte: Istituto di ricerca per il tempo libero e il turismo, Berna 1988).

La voce «attività culturali» comprende fra gli altri anche lo sport. Lo sport attivo si sviluppa in modo considerevole nei confronti del divertimento passivo. L'attuale ondata di corsi di aerobica, di fitness e di muscolazione mostrano che la ricerca del benessere fisico è prioritaria. Esperienze fisiche spinte fino alla ricerca dei limiti personali rappresentano le forme motorie più dure. In qualsiasi forma venga praticato, l'uomo occuperà anche nel 2000 il suo tempo con un'attività fisica, solleciterà il settore dei servizi di prestazione e offrirà a questo ramo dell'economia possibilità di sviluppo lucrative.

10 richieste allo sport nei suoi rapporti con l'economia e i media

1. Lo sport ha tutto l'interesse a rimanere «uno sport». Se lo sport smarrisce la sua identità e abbandona le sue regole, diventerà una merce da barattare. Le regole dello sport non sono le regole dell'industria del divertimento. Lo sportivo deve conoscere e rispettare le vere caratteristiche dello sport. Le tre ore obbligatorie di educazione fisica nella scuola hanno lo scopo di promulgare le caratteristiche primitive dello sport.
2. Lo sport si basa su alcune regole etiche. Tutti i settori interessati allo sport (Stato, Federazioni, economia, media, sponsor, ecc.) hanno interesse a che queste regole etiche di base vengano ri-



La responsabilità dei media nello sport, anche nel 2000.

- spettate. Ogni inganno è di corta durata.
3. Lo sport è un'occupazione del tempo libero della nostra società. Esso deve integrare altre attività culturali. La sola esecuzione tecnica di discipline sportive si esaurisce presto. Includendo anche la musica, l'arte, la natura e la cultura, lo sport ha la possibilità di arricchirsi come occupazione del tempo libero.
4. Nelle sue forme di organizzazione lo sport deve adattarsi ai bisogni della società. Le organizzazioni sportive, le società e i club devono capire la nuova realtà del tempo libero, la tendenza verso la competenza e la professionalità, la titubanza nei confronti di legami e obblighi, adattando di conseguenza le loro strutture.
5. Le organizzazioni-mantello devono permettere alle federazioni e alle società di capire i cambiamenti sociali in atto, di introdurre adeguatamente i provvedimenti di adattamento e di mantenere le regole di base dello sport.
6. Bisogna porre un'attenzione particolare al punto di divisione fra il professionalismo e la carica onorifica. Professionalismo deve sempre essere accompagnato da competenza. Le federazioni più importanti devono inserire pro-

fessionisti ai posti-chiave, lasciando a personalità onorarie incarichi di consiglio.

7. Lo sport deve regolare in modo indipendente il proprio finanziamento. Bisogna evitare pericolose disparità: le federazioni internazionali devono far partecipare la base alla spartizione dei proventi dei contratti con i media. Lo sport può così «nutrire» lo sport di massa...
8. I media hanno una grande responsabilità. Essi non hanno solamente una funzione di scaldacqua istantaneo, ma bensì assumono nella amplificazione dell'estensione una grande responsabilità per l'evoluzione futura. I commentatori sportivi non devono descrivere le manifestazioni sportive solamente in modo attrattivo-descrittivo, ma bensì conoscere e sostenere lo sport nei suoi compiti e nelle sue finalità.
9. Una commercializzazione chiara e leale dello sport di prestazione è meglio di una ricerca di guadagno, sovvenzionata in parte dallo Stato e tenuta nascosta da parte di manager e sportivi.
10. La domanda conclusiva è sempre la stessa là dove ci si spinge verso nuovi orizzonti e limiti: Quale sarà l'apporto per l'uomo...? □