

# L'Atleta informa



Storia e sport

## Da Teseo ai romani: la nascita della boxe

Nel 688 a.C fu introdotta dai greci come nuova disciplina olimpica: Onomasto vinse il primo oro

\*LAURA DEL VERME

Quasi tutte le origini di sport compresi nelle discipline olimpiche sono da ricondurre ai celebri versi di Omero che nel narrare lo svolgimento dei giochi funebri organizzati da Achille in occasione della morte di Patroclo elenca regole, caratteristiche ed iter organizzativo di queste gare; anche la disciplina definita pygme/pygmachia o pugilato, è tra queste. Due, tra gli Eroi mitologici più cari al popolo greco, Teseo ed Eracle, erano particolarmente famosi per il loro frequente ricorso alle mani ed all'uso dei pugni. Secondo il racconto mitico, questo sport fu inventato da Teseo, secondo Filostrato, il pugilato si era sviluppato originariamente nella polis di Sparta, dove serviva a rendere gli uomini meno sensibili al dolore. Nel 688 a.c., la boxe, fu introdotta dai greci, come nuova disciplina, nella XIII Olimpiade antica, seconda in ordine di tempo alla lotta libera inserita nelle olimpiadi nel 708 a.C. La sua pratica, tanto diffusa in Grecia, terminerà solo nel 393, quando l'imperatore Teodosio I vietò l'organizzazione di nuove olimpiadi.

Popolare anche presso gli etruschi, come attestano le tante raffigurazioni sulle pareti delle tombe a camera di Tarquinia, fu ripreso dai romani, amanti di spettacoli ben più cruenti e sanguinosi dello sport olimpico. Unica concessione, l'uso di una protezione per le mani detta "himantes" che noi oggi avremmo non poche difficoltà a definire "guanti"; si trattava di semplici strisce di cuoio arrotolate su avambraccio, polsi e nocche delle dita; nel tempo, le strisce di cuoio vennero sostituite da vimini con borchie di ferro, oppure da cuoio trattato apposta per essere tagliente. La posizione di guardia del pugilato antico era eretta, col busto esageratamente in avanti e testa all'indietro, il braccio sinistro a proteggere la testa ed il braccio destro a proteggere il fegato. I combattimenti, riservati a taglie alquanto elevate, non avevano un termine ma proseguivano fino a che uno dei due sfidanti non si arrendeva. E, buffa analogia con il moderno pugilato, si ci preparava agli incontri allenandosi con dei sacchi pieni di sabbia, farina o cereali, chiamati korykos, davvero molto simili a quelli utilizzati dai pugili attuali. Le raffigurazioni sui vasi ci consentono di ipotizzare l'esistenza di alcune regole di base, difficilmente codificabili con certezza mentre la prima medaglia documentata, fu assegnata ad Onomasto di Smirne. Presso i romani i "guantoni", chiamati "caestus", rinforzati con inserti di piombo e di chiodi per assicurare al duello un finale spettacolare, rapido, devastante e sanguinoso, diventarono così l'arma offensiva più micidiale. Il pubblico romano incitava i combattenti a sferrare il colpo finale e le tante lesioni serie e ferite mortali convinsero ben presto gli organizzatori di questi combattimenti a fissare delle regole per uno sport che perse popolarità solo dopo la caduta dell'impero romano.

\*archeologa

Erano così affilate da poter tagliare in due delle monete

## Jian, il mito della spada cinese

Nota già ai tempi della dinastia Xià nel 2100 a.C. ancora oggi è una delle armi più affascinanti

\*STEFANO ZAMBLERA

Il termine 剑 jiàn indica la spada a doppia lama, una delle armi più significative della tradizione marziale cinese, anche chiamata 二宝 Jian, ove 二宝 - tesoro prezioso dimostra quello che da millenni si vede nell'arma e nella sua pratica. Dai documenti e dalle evidenze archeologiche si suppone sia stata diffusa dal nordovest alla Cina centrale e meridionale.

Le prime citazioni risalgono alla dinastia Xià (2100 - 1600 a.C.), mentre in epoca Zhōu (1100 - 256 a.C.) è già ben descritta: in bronzo e mai lunga più di 40 cm.

Nel periodo delle Primavere ed Autunni (770 - 475 a.C.) la forgia delle spade venne sviluppata ad un livello superiore. Alcune delle preziosissime lame rinvenute durante gli scavi, perfino dopo più di 2000 anni erano così affilate da tagliare in due delle monete, dimostrando l'altissimo grado tecnico, confermato anche dal ritrovamento di lame più lunghe, prodotte variando la concentrazione di stagno lungo il corpo dell'arma, minore con l'avvicinarsi del centro (schiena) garantendo forza elastica e resistenza, maggiore sui bordi consentendo affilature eccezionali e resistenti.

I principi di scherma dell'epoca costituiscono il cuore di quanto è praticato ancora oggi. Secondo la tradizione 气 A'qing, ispirazione anche del recente 剑 Yue Nü Jiàn (storia Wuxia scritta da Jin Yong, 1970) fu un'abilissima maestra di spada, arruolata dal re Yuèwáng g'Yuji.n (496 a.C. - 465 d.C.) per addestrarne e guidare le armate contro il regno di Wu:

dopo la vittoria, spade e precetti furono celebrati come 剑 Yue Nü Jiàn. Durante la dinastia Qin (221 - 206 a.C.) la forgia in bronzo venne raffinata sino al livello massimo possibile, evoluzione tecnica che si espresse in un'evoluzione tipologica, con siluette lunghe sino a circa 1 metro.

L'introduzione del ferro vide anche la produzione di spade di cui vennero dotate le armate che combatterono vittoriosamente per l'unificazione della Cina.

Oltre al contesto bellico la spada assunse il ruolo d'icona di valori quali onore, onestà e purezza. Durante le dinastie Han (206 a.C. - 220 d.C.), Jin (265 - 420), del Nord e del Sud (420 - 581) vennero redatte le prime pubblicazioni dedicate all'arte della spada: tra i testi più famosi spicca Jian Dao - la via della spada, conosciuto anche come "i 38 precetti".

L'arma, perché affiancata e sostituita dalla sciabola Dao, rimase in dotazione agli ufficiali ed in uso per i rituali, accentuando così il concetto di oggetto sacro.

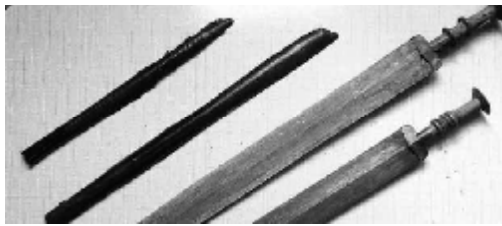
In epoca Tang (618 - 907) si raggiunse la morfologia attuale e la spada fu soggetto dei capo-

lavori del calligrafo Zhang Xu e dei poeti Li Bai e Du Fu. In epoca Song (960 - 1279) la manifattura toccò il livello più alto: le spade Longquán Jiàn - della sorgente del drago, sono forse le più famose mai realizzate, tesori inestimabili, giunti in pochissimi esemplari.

Durante le dinastie Ming (1368 - 1644) e Qing (1644 - 1911) il Wushu ebbe ampia diffusione con lo sviluppo di molti stili, e praticamente all'interno di ciascuno di essi si svilupparono sequenze di movimenti alla spada, di cui alcuni praticabili ancora oggi.



越女剑 铸剑师



Due spade delle dinastie del Nord e del Sud

L'azienda "sportiva" non può essere ritenuta soltanto un'attività ricreativa

## L'importanza del marketing territoriale degli "sport migliori"

Un evento sportivo ha un impatto determinante in termini di turismo e di attrazione di investimenti

\* MIRKO GRILLO

L'economia globale, la necessità di movimentare in modo chiaro e veloce delle informazioni, rendono il "marketing" un'area fondamentale per il successo delle iniziative economiche di tutti i contesti organizzativi.

Uno di questi "contesti" è l'azienda sport, da ritenersi non più solamente un'attività ricreativa, ma un ambito all'interno del quale si formano e distribuiscono flussi economico-finanziari di rilievo.

In Italia si stima che vi siano oltre 16 milioni di sportivi, praticanti in modo più o meno saltuario. Se prendiamo in considerazione anche la "spettacolarità" dello sport, il suo impatto mediatico, e la gestione in termini di business le cifre sono esorbitanti. L'attività sportiva, considerando quella professionistica e quella amatoriale, è oggi al quinto posto tra i settori indu-

striali, con oltre 26 miliardi di euro di fatturato all'anno. Le società sportive sono oltre 70 mila ed i tesserati alle federazioni oltre 3,5 milioni.

Anche in termini di occupazione si hanno oltre 500 mila addetti tra atleti, dirigenti e arbitri.

In base a quanto evidenziato si rileva che l'azienda sport ed il prodotto sport quantificano un centro di interesse economico, mediatico e politico.

Ma il cuore del sistema risultano essere i club, gli atleti e il pubblico, di supporto a tali situazioni diventano fondamentali figure professionali capaci di gestire l'audience e di creare e promuovere sempre nuove formule di entertainment, valorizzando personaggi, squadre e brand.

È per questi motivi che i temi del marketing sportivo rivestono un'importanza rilevante per il sistema sport italiano.

In questo contesto, i dirigenti devono pos-

sedere un solido background concettuale di marketing dello sport ed una chiara visione dei nuovi trend e delle opportunità connesse.

Il primo obiettivo dell'area marketing dovrà essere finalizzato ad adottare strategie opportune per "fidelizzare" i tifosi, creando progetti aziendali che garantiscano un coinvolgimento totale degli stessi.

In tale ottica, l'evento sportivo ha assunto un peso crescente, anche, nelle politiche di sviluppo del territorio, numerose sono le potenzialità e le applicazioni che il binomio marketing e sport possono fornire in chiave strategica per lo sviluppo di un territorio.

L'organizzazione di un evento sportivo produce un impatto determinante sulle aree di interesse in termini di immagine, di turismo e di attrazione di investimenti esterni, attivando, così, veri e propri processi di rigenerazione economica.

Nella stessa posizione rientra l'attività di sponsorizzazione al di fuori dei propri confini: essa rappresenta un'ulteriore opportunità per incentivare il turismo e l'economia di un territorio facilitando, in zone strategiche di interesse, rapporti commerciali ed investimenti. La sponsorizzazione in campo sportivo, inoltre, ha un vantaggioso rapporto costi/benefici rispetto alle tradizionali forme di pubblicità e costituisce, insieme alla gestione degli eventi, una leva strategica per il marketing territoriale.

Lo scopo del marketing dello sport migliore, è quello di rispondere a tale esigenza di mercato, permettendo ai manager delle società e associazioni sportive, di gestire gli eventi e le manifestazioni sportive attivando sul territorio le vincenti sinergie condivise con gli enti di riferimento.

\*Area Marketing Salernitana Sporting