



Dall'alto tre primedonne dello sport mondiale: l'italiana Marina Canins; sotto, la sua rivale di sempre la francese Jeannine Longo e, qui sopra, la tedesca Steffi Graf che a 21 anni è già l'indiscussa dominatrice del tennis mondiale. Tutte e quattro hanno prenotato una medaglia d'oro ai Giochi coreani

Hodori mascotte e marchio commerciale è ovunque. E' il simbolo consumistico dei Giochi: dietro di lui multinazionali dell'elettronica, banche per affari da 300 milioni di dollari

Metti un tigre nel tuo portafoglio

«**H**allo, I'm Hodori the tiger, welcome to Seul...». La voce suona metallica e l'accento inglese è, per gli standard coreani, insolitamente perfetto. Pensi ad un robot, ad un nuovo tecnologico prodigio di questa terra lanciata verso l'anno Duemila. Ad una macchina, insomma, pronta per essere proficuamente impiegata, ad Olimpiadi concluse e con opportune modifiche, sulle catene di montaggio di qualche «chaebol». Ma tanto avveniristica fantasia repentinamente evapora non appena la belva, dopo l'inchino di rito, ti porge la zampa di peluche. Non c'è dubbio: è una vera mano quella che stai toccando. Sotto quella pelliccia sintetica ci sono un registratore ed un essere umano, in carne ed ossa. Guardi il sole che picchia impetuosamente, richiami alla memoria gli ultimi bollettini meteorologici: 32 gradi all'ombra con una umidità del 98 per cento. E pensi che dentro quell'involucro tigrato devono esserci ormai molte più ossa che carne, i resti di un povero corpo sciolto nella propria traspirazione, un qualche Kim o Lee che in questo modo, facendo la tigre, si guadagna da vivere. Rispondi all'inchino con un brivido.

Hodori, simbolo delle Olimpiadi, ti viene incontro ovunque con il suo sorriso impetuoso: te lo ritrovi, in questa sua agghiacciante versione vivente e parlante, nelle hall degli alberghi, per le vie del centro, nei parcheggi e nei sottopassaggi. Ti accompagna nei tuoi shopping ad Itaewon e lungo ogni itinerario turistico. Carcollante e gioviale, con il suo carico di fatica ben nascosto sotto il manto peloso. Ed è la sua immagine riprodotta a scandire inesorabilmente la tua vita: sul posacenere e sui piatti, sul dentifricio ed il dopobarba, sui distintivi e sui portachiavi, sulle porte e sulle bandiere, sulle penne, i porta-

diritti televisivi. Seguendo la linea imprenditoriale e consumistica tracciata quattro anni fa a Los Angeles, anche a Seul la vera corsa all'oro ha ampiamente preceduto l'ingresso del primo atleta sui campi di gara. Ancora una volta il «prodotto Olimpico» - un impasto di insedia-

menti edilizi, contratti, sino alla microeconomia destinata ai turisti - ha messo in moto un gigantesco e lucrosissimo mercato. Il suo simbolo è l'onnipresente tigre Hodori, vera piazzista di questi ventiquattresimi Giochi. La sua immagine te la ritrovi ovunque: sul posacenere, sul dentifricio, sui piatti e sui sacchetti della spesa.

DAL NOSTRO INVIATO
MASSIMO CAVALLINI

sigarette e gli occhiali, sulle latte e sui cartoni, sui sacchetti della spesa. Porta in testa il «sango», tradizionale cappello delle danze rurali coreane, ed al collo i cinque cerchi dei Giochi. Sotto ogni riproduzione, una scritta avverte: copyright 1983, Slooc. All right reserved.

Strano destino quello di questa tigre: è l'unico animale in fase di riproduzione esponenziale - una riproduzione paragonabile solo a quella dei topi ai tempi delle grandi pesti - ad essere tanto rigorosamente protetto. O, per converso, è l'unico esemplare faunistico ormai scomparso (le tigri non bazzicano più in Corea da alcuni secoli) a sollecitare un tanto implacabile regime di difesa della specie. E la ragione sta evidentemente nel fatto che ben difficilmente il suo valore potrebbe essere espresso in termini ecologici: Hodori è una miniera d'oro. La pelliccia, sotto la quale un piccolo ignoto esercito di Kim, Lee o Chung sta esalando l'ultimo respiro, vale, secondo i calcoli del Comitato Olimpico - lo Slooc, appunto, suo padrone e protettore - non meno di duecento milioni di dollari. Questo è quanto gli organizzatori delle ventiquattresime Olimpiadi contano di ricavare dalla vendita della sua immagine ai quattro lati del mondo. Hodori è la mascotte, il marchio commerciale di questi Giochi. Ovvero, a pieno diritto, il suo simbolo più autentico e profondo, l'oggetto d'una gara che ha visto scendere in campo, con spirito non propriamente decubertiniano, grandi multinazionali dell'elettronica, grandi

banche e fabbriche di scarpe e di ginnastica. Gli affari vanno a gonfie vele. Selezionata tra centinaia di proposte, Hodori ha cominciato immediatamente a trasformare in danaro contante tutto ciò che toccava. La Isl, l'impresa con sede in Svizzera incaricata di venderne l'immagine, nonché di difenderla da ogni illecita imitazione, è riuscita, pare senza alcuna fatica, a piazzarla 151 volte, in una scala che va dai grandi acquirenti - gli sponsor ufficiali che, Coca Cola in testa, partecipano al cosiddetto Top (The Olympic Program) - ad imprese medie e piccole.

Tutti vogliono Hodori. Ed il perché è presto spiegato. In Corea, per fare un esempio, la gara per la cattura della fiera era stata vinta, tra le fabbriche alimentari, dalla Nongshim, una azienda produttrice di pasta da brodo che allora - la gara per la sponsorizzazione è del giugno dell'85 - era ampiamente sopravanzata, in materia di vendite, dalla Samyang food corporation, indiscussa numero uno in materia di pastine. Bene: in meno di un anno la Nongshim ha conquistato, grazie ad Hodori, non solo - come si dice olimpicamente - il più alto posto sul podio, ma addirittura il 45 per cento del mercato, entrando, letteralmente, nella zuppa di un coreano su due. Ed anche scendendo verso il basso la musica non cambia. Nel 1985, Park So Won, proprietario della Seoul's eden art industries, aveva venti dipendenti ed un giro di affari annuale di tre milioni di dolla-

ri. Ora, acquistato il diritto di fabbricare Hodori per la gioia dei mille negozi di souvenirs e di mille venditori ambulanti che popolano la città olimpica, ha portato i suoi dipendenti ad ottanta e le sue entrate a quasi ventuno milioni di dollari. Solo dalla sua fabbrica escono, ogni giorno, seimila nuovi esemplari di Hodori.

Della tigre, ormai, si sa tutto. Partorita nel 1983 da Kim Hyun Un, fino ad allora ignoto disegnatore al servizio della Daewoo, deve il suo nome al cinese «Ho», che vuol dire, appunto, tigre, ed al suffisso vezzeggiativo maschile «dori». La sua traduzione è dunque, secondo preferenza, tigrino, tigrucchio, tigrino o tigrotto. Questo, secondo i bene informati, era anche il soprannome affettuosamente attribuito, nei lontani anni dell'accademia militare, al dittatore Chun Doo Hwan, sotto il cui regime nacque queste Olimpiadi. Ma si tratta di un dettaglio sul quale, oggi, per ovvii motivi, tutti preferiscono sorvolare. Un po' come accadeva da noi, subito dopo la guerra, a quei genitori che, d'acchito, erano chiamati a spiegare perché mai avessero chiamato i propri figli Benito.

Nella sua breve ma luminosissima carriera - esclusa la caduta a furor di popolo del suo omonimo, un anno fa - Hodori non ha comunque conosciuto che una rapida parentesi di defaillance. I suoi creatori, troppo preoccupati di difenderla da possibili imitazioni, non si erano infatti accorti che la tigre era, a sua volta, una imitazio-

ne. O perlomeno questo fu quello che sostenne la Kellogg's, esibendo la meno famosa immagine di un fratellastro americano, certo «Tony the tigers», da tempo stampigliato sulle sue scatole di fiocchi d'avena. La contesa, fittava, si è fortunatamente conclusa, con un «gentleman agreement», ovvero con la promessa dello Slooc di non vendere Hodori a nessun potenziale concorrente.

Così il simbolo di questi giorni è impunemente giunto al traguardo delle «sue» Olimpiadi, secondo, nelle previsioni di ingressi finanziari dello Slooc, solo a quelli per i diritti televisivi, rimborsati quest'anno oltre i quattrocento milioni di dollari (ed aumentabile a seicento nel caso la Nbc, vincitrice dell'assalto alla grande torta, raggiunga a sua volta un certo livello negli introiti per pubblicità). Un record che polverizza gli già straordinari risultati di Los Angeles. Obiettivo del Comitato Olimpico resta ufficialmente quello di «chiudere alla pari», vale a dire di recuperare tutti i novecento milioni di dollari spesi per Seul '88. Ma molti funzionari lasciano intendere come, grazie anche al magico tigrino, sperino in realtà di registrare guadagni non inferiori ai trecento milioni di dollari.

Rimangono due piccoli interrogativi. Il primo: chi pagherà le «altre spese», ossia gli oltre due miliardi di dollari spesi in attrezzature, impianti, nuove infrastrutture e misure di sicurezza, dai vari enti pubblici coreani? Il secondo: quanta parte di questo gigantesco giro di valuta pregiata arriva materialmente nelle tasche dei Kim e dei Lee che, in questi giorni di solleone, trascinano per la città il corpo peloso ed il faccione sorridente di Hodori? Abbiamo provato a chiedergli ad uno di loro. Ci ha risposto, in perfetto inglese, la solita voce metallica: «Hallo, I'm Hodori...». Forse era già morto.



Florence Griffith dopo il favoloso 10"49 sui 100 (che però la laaf non ha riconosciuto) sarà l'atleta più osservata. Tutti vogliono vedere all'opera «Wonder Woman». Correrà 100, 200 e staffetta

Le medaglie rosa shocking

REMO MUSUMECI

A Seul ammireremo donne magnifiche impegnate dovunque, dalla pista dell'atletica alla vasca del nuoto, dai courts del tennis alle strade del ciclismo. Quattro splendide atlete sono pronte a lasciare le loro impronte ai Giochi: la velocista americana Flo Griffith, la tennista tedesca Steffi Graf, le cicliste Jeannine Longo e Maria Canins, una francese e l'altra italiana.

WONDER WOMAN - Florence Griffith, bella e tempestosa velocista nera, ha stregato l'estate con un record mondiale sui 100 così straordinario da non sembrare nemmeno vero e infatti la Federatetica internazionale il record non lo ha riconosciuto. Con 10"49 "Wonder Woman" avrebbe fatto il secondo posto ai Campionati italiani dietro ad Antonio Ullo e davanti a Ezio Madonia. Chi c'era, a Indianapolis, dice che soffiava un vento gagliardo, assai più robusto dei limiti consentiti. E comunque sia lei che le ragazze che sulla sua scia si sono migliorate in maniera prodigiosa hanno confessato di non aver sentito alle spalle la minima brezza. E in effetti l'anemometro segnalava bonaccia assoluta. L'impresa - al di là dei dubbi - è sconvolgente e potrebbe aprire orizzonti impensabili allo sprint delle donne.

La grande atleta non si è ripetuta nella brevissima tournée europea preferendo chiudersi in una sorta di eremitaggio per allenarsi, caricarsi e meditare. Avrà addosso gli occhi di tutti, perché è bella, perché cura moltissimo l'abbigliamento, perché lo stordente «crono»

di Indianapolis merita ed esige il bis, anche se non in quelle incredibili dimensioni. «Flo» si era già fatta notare ai Campionati mondiali di Roma per certe tute stravaganti e provocanti che la facevano sembrare una creatura extraterrestre. Sulla pista romana «Flo» fu seconda sui 200 a 22 centesimi da Silke Gladisch. Avremo 100 e 200 di straordinaria intensità tecnica e agonistica. E forse avremo anche qualche sorpresa.

LA REGINA - Steffi Graf è la regina del tennis. È implacabile, dura, intrisa di pazienza nella ricerca della perfezione e di impazienza davanti a colleghi che le fanno perdere del tempo. In realtà la bionda e solida tennista tedesca non ha rivali. Martina Navratilova e Chris Evert sono veterane logore che non sanno più trovare motivazioni e che sentono il peso degli anni. Gabriela Sabatini, Pam Shriver, Manuela Maleeva, Hana Mandlikova sono brave tenniste che sembrano meno brave di fronte alla mostruosa maestria fisica, tecnica e mentale della regina. Il tennis è stato riammesso ai Giochi dopo un torneo dimostrativo a Los Angeles. È tornato ai Giochi dopo 54 anni di assenza e non è questo il tempo e il luogo per ragionare se ciò abbia senso. Ha senso ragionare però di Steffi Graf che insegue la prima medaglia d'oro olimpica di una carriera che già appare un prodigio. Martina crebbe con pazienza, imparando a gestire l'ansia, il dubbio, il coraggio, la forza fisica, l'intelligenza. Steffi ha saltato tutte

le tappe e da bambina prodigio si è trasformata in regina. Martina non ha avuto difficoltà a confessare che i punti deboli di Steffi per lei non erano problemi, nel senso che quei colpi non li sapeva nemmeno fare. E non si può neanche parlare di un prodigioso sviluppo tecnico del tennis delle donne, che potrebbe spiegare Steffi e le altre. In realtà il tennis delle donne ha fatto progressi ma non al punto da giustificare questo straordinario fenomeno. E in effetti Steffi non va spiegata con quel che le sta attorno ma per quel che è. A Seul la giovanetta tedesca è talmente favorita da pensare che non può essere sconfitta ma che può solo perdere e non per insipienza ma per un guaio muscolare o per un malanno. Steffi si inquadra perfettamente nel panorama delle donne meravigliose, personaggi così al di fuori dello schema nel quale la donna è ancora irretita da stupire e da affascinare.

LE DAME - Jeannine Longo e Maria Canins sono le prime donne del ciclismo. L'azzurra è anche mauscola protagonista delle grandi maratone dello sci di fondo. Si temeva che la grande ciclista francese non ce l'avrebbe fatta dopo l'infortunio subito ai Campionati del mondo in Belgio. Ma proprio in questi giorni il medico delle cicliste francesi ha detto che a Seul Jeannine ci sarà e che potrà esprimersi al più alto livello. La signora francese - è di origine friulana, ma non ne vuol parlare: «Je suis française», dice con orgoglio - è campionessa

del mondo e campionessa olimpica, ha vinto due volte il Tour e ha saputo trasformarsi da grande scattista in implacabile scalatrice. In un certo senso Jeannine è riuscita a fare come Eddy Merckx che si è trasformato da passista e velocista in splendido arrampicatore. Ma Eddy c'è riuscito prima. E infatti l'improvvisa esplosione della ciclista francese le ha addensato addosso qualche sospetto legato al doping. Fu pure trovata positiva in una occasione ma in seguito riuscì a farsi scagionare.

È comunque il personaggio è notevole, un misto di dolcezza femminile e di asprezza, una donna caparbia come lo erano i suoi progenitori friulani.

Maria Canins è una creatura tenera e gentile, molto dolce e molto tenace. A guardarla non le si darebbe la terribile forza di volontà che la anima. Ha vinto due volte il Tour, prima di Jeannine, e in Belgio è riuscita a conquistare il primo titolo mondiale della sua lunga e gloriosa carriera vincendo il titolo a squadre a cronometro, prova che non è prevista nel programma olimpico. Maria Canins sarà grande rivale della dama francese, anche se appare - come sempre - sfavorita dalla carenza di spunto in volata. È impossibile non volerle bene. Tranquilla e serena ha percorso distanze infinite sulla neve e sotto il sole ardente dell'estate. Ha vinto moltissimo senza mai strillare, senza clamori ed esibizionismi. Lei passa, silenziosa, sorridente e discreta. È felice, anche se ha avuto meno di quel che ha dato.