

RIFIUTARE LA NAZIONALE E UNA CAUSA DEL NOSTRO MALE I MIGLIORI SPOT HANNO ATTORI DA OSCAR

Il nostro gruppo ha deciso di aderire con orgoglio alla manifestazione di oggi e condivide in pieno tutti i punti che sono alla base di queste critiche che, come tutti speriamo, potranno risultare costruttive a partire dal prossimo futuro. In ogni caso, ci sembrava giusto far conoscere in maniera decisa il nostro pensiero, frutto di un pubblico, quello del basket, ritenuto silente, raramente scomodo e quindi facilmente plasmabile da chi muove i fili di questo sport. A tal proposito, noi come Commandos Tigre, avevamo pensato di toglierci qualche sassolino dalla scarpa che magari, vista la delicatezza degli argomenti in primo piano, può risultare marginale al primo impatto, ma che noi reputiamo strettamente connesso all'insieme di critiche-proposte a sfondo propagandistico sul nostro sport preferito. Molte possono essere le modalità e le tipologie di promozione del basket ma, secondo noi, come in tutti gli sport, certe volte sono proprio i protagonisti stessi, ovvero il lato più genuino e meno imprenditoriale del business sportivo, a risultare il miglior veicolo pubblicitario! Pensate alla pallavolo italiana; chi la seguiva prima del boom degli anni '90? Sicuramente non più di una stretta cerchia di aficionados. Dove ricercare le radici del boom? Guarda caso nei continui successi di una nazionale che aveva fatto conoscere al mondo intero, ed in Italia in particolare, i nomi di Zorzi, Lucchetta, Giani, Beniardi, Gardini e chi più ne ha più ne metta! Gente che prima era solo interprete di uno sport e che dopo era diventata il simbolo di quello stesso sport, anche grazie al fatto che, oltre ad indossare quella maglia per anni con orgoglio e raramente con saltuarietà, conosceva benissimo l'effetto che un successo in maglia azzurra poteva avere sullo spettatore medio italiano in termini di risonanza ed interesse. Non vuol essere assolutamente un discorso nazionalista, ma noi tutti ci rendiamo conto che lo spazio, il seguito televisivo e della carta stampata riservato alle nazionali sportive in generale è di tutt'altra entità rispetto a quello di un qualsiasi club.

Perché non ricordare anche il più recente effetto sulle tifoserie di basket spagnole, dovuto ai brillanti risultati della nazionale iberica e alla nascita di giocatori simbolo tipo Paul Gasol (investiamo sui settori giovanili!!). Il tutto chiaramente ha portato ad un incremento dei passaggi televisivi e a spazi di prim'ordine sui quotidiani sportivi spagnoli con l'unica conseguenza di vedere riempiti costantemente i palazzi della penisola (più di 7000 spettatori di media a partita!). In Italia questo, sembra non possa succedere più in quanto, pur essendo paese la crisi del nostro movimento, ci si permette pure di rifiutare o farla finita con la maglia azzurra prima del tempo senza capire l'indiretta importanza che i pochi nomi di spicco del basket italiano hanno su chi non segue con continuità la pallacanestro. Per questo noi proponiamo alla Lega, la quale, ovviamente, non può non ritenersi responsabile anche di questa scarsa valutazione del concetto di nazionale, una sanzione sportiva di una certa entità stabilita (anche 3 mesi di inattività, ad esempio) verso chi rifiuta la chiamata in azzurro se non per motivi fisici ben illustrati e valutati da medici specializzati e di fiducia. Ci rendiamo conto che non si dovrebbe arrivare a tali espedienti, il fatto di essere considerati tra i migliori 12 giocatori della nazione dovrebbe essere già di per sé un onore, ma il nostro caro giocattolino sta per spezzarsi e se l'aiuto a tenerlo in sesto non viene da più parti il futuro non potrà che essere sempre più nero.

CRITICHIAMO E PROPONIAMO, MA NON FACCIAMO SI' CHE CHI SEGUE DA SEMPRE QUESTO SPORT SIA L'ULTIMA RUOTA DEL CARRO DEI MERCENARI...FACCIAMO SENTIRE LA NOSTRA VOCE!!!

COMMANDOS TIGRE SIENA