

CORSO DI TEORIE E TECNICHE DELL'INFORMAZIONE SPORTIVA

**IL BASKET A BOLOGNA E IL SUO
RAPPORTO CON LA CARTA STAMPATA,
CONFRONTO CON IL CONTESTO
NAZIONALE E CON UNA PICCOLA
REALTA' PROVINCIALE**

Antonio Sarti Deponti
Matricola 3600826
corso di laurea in lettere moderne

Sommario

1.La Bologna del Basket

- 1.1 Virtus Bologna
- 1.2 Fortitudo Bologna
- 1.3 il mito di “Basket City”

2.Spazio dedicato dai quotidiani bolognesi al basket

- 1.1 Quale spazio riceve il basket sui quotidiani locali?
- 1.2 Il basket a Bologna: un fenomeno sociale?
- 1.3 Trionfi e delusioni: come influiscono?

3.Perché il basket riceve poco spazio sui quotidiani sportivi?

- 1.1 La situazione attuale
- 1.2 scenari futuri

4.Una piccola realtà locale:la Blubasket Treviglio e il rapporto con i media locali

- 1.1 cenni di storia della Blubasket Treviglio
- 1.2 spazio dedicato alla Blubasket dai quotidiani locali: intervista a Stefano Rivoltella (Giornale di Treviglio)
- 1.3 Movimento mediatico attorno alla società Blubasket: intervista a Rossella Prandina (Addetto Stampa Blubasket Treviglio)

5. Conclusioni

1. LA BOLOGNA DEL BASKET

VIRTUS BOLOGNA

Nonostante la storia della Virtus Pallacanestro Bologna cominci più di un secolo fa, la vera data che segna uno spartiacque è il settembre 2003: la cordata di imprenditori guidata da Claudio Sabatini salva la Virtus dal fallimento con una complessa operazione di trasferimento di titoli sportivi da Castelmaggiore, facendola ripartire dalla Legadue.

Dopo due stagioni è di nuovo serie A, con la riconquista della partecipazione all'Eurolega e, nel 2008, il varo della “Futurshow Station”, che trasforma il palazzetto di Casalecchio di Reno in uno dei più moderni impianti d'Europa.

Ma che è successo prima di quel fatidico 2003, quando la Bologna bianconera ha rischiato di perdere il suo cuore pulsante?

La gloriosa storia della Virtus Bologna inizia nel 1945, con la conquista del primo scudetto della formazione guidata da capitano Vannini, vincitrice nella finale sulla Reyer Venezia 1871, altra formazione di grande blasone. Quello che sembrava dover essere solo un episodio isolato nella pallacanestro allora dominata da Milano e Roma divenne in realtà il prologo di un ciclo in cui la Virtus vinse tutto, facendo nascere il “mito della V nera”. Con il trasferimento al nuovo Paladonna (oggi casa della Fortitudo), il ciclo dei bianconeri si spense lentamente, fino al punto più basso nel 1971, quando la Virtus dovette lottare per non retrocedere.

La risalita parte nel 1973, con l'avvento di due figure altamente carismatiche: Gianluigi Porelli (nuovo presidente del club) e Dan Peterson (allenatore). La Virtus torna subito a vincere, prima una Coppa Italia, poi nel 1975 un nuovo scudetto. Gli anni '80 rappresentarono un nuovo periodo non troppo entusiasmante, che vide lampi di gloria solo nella finale di Coppa Campioni persa a Strasburgo con gli israeliani del Maccabi e nella

conquista del decimo scudetto nel 1983-84.

Nel 1993 arriva il momento di Ettore Messina, allenatore allora esordiente che sarà capace di aprire il ciclo più vincente della storia bolognese: subito la prima stagione mette in bacheca Coppa Italia e Coppa delle Coppe. Dal 1993 al 1995 la Virtus conquisterà tre scudetti di fila, guidata dal fenomenale Danilovic, che decide quasi da solo la finale scudetto del 1998 contro la Fortitudo, anno in cui arriva anche la prima storica Eurolega. Nonostante il ritiro di Danilovic nel 2000, la V nera aveva ancora fame: nel 2001, trascinata da Manuel Ginobili, la Virtus porta a casa Campionato (impressionante il 9-0 dei Playoff) ed Eurolega. Si chiude così l'età dell'oro della squadra più gloriosa di Bologna: dopo la risalita dalla Legadue, solo lo scorso anno la Virtus è tornata a mettere un trofeo in vetrina, con la conquista dell'Eurochallenge da parte della formazione guidata da Boniciolli. Oggi la Virtus è guidata da Lardo e punta su un mix di giocatori esperti e giovani di belle speranze. Con i suoi 15 scudetti, essa rappresenta una delle squadre più titolate d'Italia.

FORTITUDO BOLOGNA

La seconda società di Bologna dopo la Virtus, si trova oggi in un momento assai delicato, forse peggiore di quanto passato dalle V nere nel post-2003: La Fortitudo, dopo aver subito la retrocessione in Legadue con una stagione disgraziata, si è trovata la scorsa estate a dover far fronte ad un forte debito in bilancio e a dover rinunciare all'iscrizione al secondo campionato nazionale. Un provvedimento speciale della Federazione ha permesso alla squadra del patron Sacrati di essere iscritta alla serie A Dilettanti, terzo campionato in ordine di importanza, provocando non poche polemiche tra gli altri club.

Per tornare agli albori, la Fortitudo nasce nel 1932, quando Renato Degli Esposti apre la palestra di Via San Felice al basket. L'anno successivo la Fortitudo si iscrive al campionato di Seconda divisione regionale, primo passo di una scalata che si concluderà con l'approdo in Serie A nel 1962, sconfiggendo la Libertas Forlì in finale. D'ora in poi, nonostante alcuni lampi di gloria, la storia del club sarà sempre costellata dalla lotta per non retrocedere o addirittura per non scomparire. La Fortitudo non ha mai avuto grandi disponibilità economiche nella sua storia: la situazione cambia con l'arrivo alla presidenza di Giorgio Seragnoli, che trasforma la Effe in uno dei club più ricchi d'Europa.

Con Seragnoli si apre anche il ciclo d'oro della Fortitudo, che è arrivata a partecipare per ben dieci volte su undici (1996-2006) alla finale playoff.

Uno dei momenti più belli dell'ultimo decennio è stata sicuramente la finale playoff del 2005 contro l'Olimpia Milano, serie che ha portato la Effe alla conquista del suo secondo

scudetto, in una partita decisa dalla tripla di Douglas sulla sirena del Mediolanum Forum. Si chiude così il ciclo di una Fortitudo che da quello scudetto non vincerà più niente, passando attraverso delusioni e cambi continui di allenatore, fino alla retrocessione del 2008-2009.

IL MITO DI “BASKET CITY”

Da questa storia ricca di vittorie e delusioni, da una parte e dall'altra, nasce il concetto di “Città del basket” che accompagna Bologna da molto tempo. È la storia di una Città divisa da una grande rivalità tra le due realtà cestistiche, una rivalità che ha probabilmente contribuito in maniera assai rilevante alla diffusione del Basket come sport più seguito dai bolognesi, più del calcio, caso più unico che raro in un paese altamente calciofilo come l'Italia.

La conseguenza di questo processo di sempre maggiore seguito al basket è l'alta percentuale di spazio dedicato che esso riceve sui principali quotidiani della Città.

A questo proposito abbiamo realizzato una serie di interviste ad alcuni giornalisti dei quotidiani che trattano il basket all'interno del proprio giornale, per aiutarci a comprendere cosa significhi la pallacanestro nel contesto bolognese, i motivi per cui riceve uno spazio maggiore sui quotidiani rispetto a quanto accade nel resto d'Italia e come sta cambiando la situazione in questi anni.

2. LO SPAZIO DEDICATO DAI QUOTIDIANI BOLOGNESI AL BASKET

Abbiamo analizzato in tre occasioni lo spazio riservato al basket sulle principali testate del capoluogo felsineo, e lo abbiamo successivamente confrontato con quello che troviamo sui quotidiani sportivi nazionali. Infine viene proposto il confronto con una giornata di metà settimana in cui non c'erano partite in programma.

Nel primo caso abbiamo osservato tre giornali bolognesi: “Repubblica”, “Il Domani” e “il Resto del Carlino”. Dopo aver acquistato i quotidiani in una normale edicola di Bologna, abbiamo osservato che: 1) su “Repubblica” era presente una doppia pagina dedicata al match giocato il giorno prima dalla Virtus, con una cronaca della partita, pagelle e

interviste, corredata da una foto di repertorio.

Alla Fortitudo era invece riservata una pagina, con commento della partita della Domenica, interviste e un fondo a commento del campionato di A dilettanti. Nessun articolo era dedicato alle squadre minori né alla Libertas Femminile, di cui ci si limita a riportare i risultati con tabellini.

2) Su “Il Domani di Bologna” era riservato ampio spazio alla Virtus, due pagine con analisi della partita e commento più foto e interviste, mentre una pagina veniva dedicata alla Fortitudo, con uno stringato commento sul match disputato e maggiore spazio a due interviste. Rispetto a “Repubblica”, sul “Domani” trova spazio anche un articolo sul Gira Ozzano (A Dilettanti) e un fondo sulla Libertas Femminile, con rapido resoconto della partita e una piccola foto di repertorio. La presenza delle minori è probabilmente dovuta al fatto che “Repubblica”, essendo quotidiano nazionale, ha meno spazio a disposizione rispetto ad un giornale locale e preferisce concentrarsi su temi e situazioni delle due squadre principali, come vedremo in seguito.

3) “Il Resto del Carlino” offre una panoramica simile a quella degli altri due quotidiani, anche qui infatti troviamo una doppia pagina sulla Virtus e una sulla Fortitudo, con un'altra mezza pagina a testa dedicata al commento del campionato e alle classifiche. Nessuna traccia invece, nel giorno preso in esame, della Libertas Femminile.

La situazione che troviamo invece a livello nazionale è nettamente peggiore: La “Gazzetta dello Sport” offre il lunedì una pagina intera, dedicata all'analisi della giornata di campionato, e una mezza pagina almeno per l'NBA. Ancora meno lo spazio su “Corriere dello Sport – Stadio” (anche se Stadio dedica tre pagine alle due squadre bolognesi), dove il campionato italiano è trattato marginalmente e lo spazio è quasi tutto occupato dal campionato americano. Tuttosport invece dedica una pagina al campionato italiano e un fondo all'NBA.

Provando a ripetere l'esperimento a metà settimana, notiamo che il basket, soprattutto a livello nazionale, va scomparendo dai quotidiani sportivi: La “Gazzetta dello Sport” riserva una mezza pagina ma al suo interno viene tratta solo l'NBA, “Corriere dello Sport – Stadio” si limita ad una mezza pagina con un'intervista ad un giocatore NBA, mentre nell' edizione bolognese del giornale c'è spazio per una pagina di commento sui guai finanziari della Fortitudo. Riguardo ai quotidiani locali, “la Repubblica” e “il Resto del Carlino” dedicano una pagina e mezza a testa alle due squadre, con commenti ed analisi generiche. Da sottolineare comunque che si trattava di un giorno morto per il basket giocato, in cui già erano stati esauriti gli argomenti della Domenica; inoltre tutti i giornali locali dedicano

ampio spazio al nuovo allenatore del Bologna Calcio. “Il Domani di Bologna” si limita ad un passante in cui viene riportata un'intervista a Lino Lardo (Allenatore Virtus).

2.1: QUALE SPAZIO RICEVE IL BASKET SUI QUOTIDIANI LOCALI?

Abbiamo visto prima che, nel confronto con il contesto nazionale, la carta stampata a Bologna riserva uno spazio decisamente maggiore alla cronaca e alle vicende della pallacanestro locale.

Abbiamo anche potuto notare che i giornali di Bologna trattano in modo più approfondito il basket di quanto non facciano i quotidiani sportivi con il basket nazionale. A questo proposito abbiamo intervistato due giornalisti sportivi che lavorano per quotidiani bolognesi a stretto contatto con il basket.

Walter Fuochi, giornalista sportivo di “Repubblica”, conferma che il Basket ha grande seguito: “C'è molta attenzione sul basket, da parte di tutte le cronache locali: che a Bologna sono parecchie, uscendo un'edizione locale di Repubblica e Corriere della sera, essendoci un forte giornale cittadino (il Resti del Carlino), un altro passato per vicende travagliate ma comunque radicato (Informazione, ex domani), e anche un quotidiano sportivo (stadio) con pagine dedicate alla città e ancora l'Unità. A tutto questo movimento riguardante la carta stampata va poi aggiunto quello di Radio e Tv locali. Su tutte queste testate pressochè quotidianamente ci si occupa di basket, cosa che nel resto d'Italia è molto difficile da trovare.

Quanto a “Repubblica”, che è forse il giornale con gli spazi più ridotti, l'informazione è necessariamente selettiva e risente pure di come è pensato, in generale, il giornale. Tendiamo infatti ad allargare certi temi e questo porta ad avere, certi giorni, pagine monografiche che sacrificano la notizia spicciola. Dunque, giorni senza basket oppure giorni con solo basket. Se il tema merita, il basket ha pari dignità rispetto al calcio”.

Francesco Forni, giornalista sportivo del sito internet Sportnetwork.it e collaboratore di “Repubblica” per le pagine sportive, ci dà la sua opinione sulla questione, portando la sua personale esperienza: “Le pagine della cronaca di Bologna de “la Repubblica” hanno sempre dedicato al basket un notevole spazio. Più che alla cronaca, comunque sempre

presente dopo avvenimenti sportivi, l'accento è spesso posto su personaggi o storie particolari. I quotidiani locali, politici e sportivi, dedicano forse ancora più righe al basket, focalizzando maggiormente la cronaca. In quanto al sito Sportnetwork, essendo specializzato nell'ambito sportivo, oltre ad un'ottima parte riservata alle due squadre principali della Città, noi ci occupiamo anche delle squadre minori della provincia: penso ad esempio al Gira Ozzano e alla Libertas, la squadra di basket femminile che milita nel campionato di A2”.

Sul perchè Bologna abbia questo grande attaccamento al basket, diciamo che la passione è stata radicata fortemente sin dal primo dopoguerra, in Città quanto in provincia (San Lazzaro, Ozzano, Imola, Persiceto, da dove è “uscito” Belinelli). Come anche il baseball, altro sport americano che ha sempre riscosso molti consensi, seguito e pratica. La tradizione vale per la Virtus, la Fortitudo ha sempre raccolto seguito, in principio solo per motivi di passione. Tutto sommato un seguito come questo è riscontrabile solo in casi come Cantù, Pesaro, Varese, con la differenza che qui le squadre sono due e fanno un pubblico almeno doppio delle sopracitate”.

2.2 IL BASKET A BOLOGNA: UN FENOMENO SOCIALE?

Si tende spesso ad analizzare questa particolare situazione della città di Bologna come un qualcosa di extra-sportivo, che ha un suo radicamento nella società. Fuochi ci conferma questa tesi: “Il basket a Bologna può essere considerato un fenomeno sociale se lo si associa ai movimenti di pubblico, decisamente consistenti rispetto ad altre zone d'Italia. Tuttavia questo vale più per il passato che per il presente. In ogni caso, la Virtus che fa sette-ottomila persone a Casalecchio senza una squadra di vertice, la Fortitudo che ne fa quattromila in B sono flussi forti per la città, non solo sportiva. In passato, certi esodi per grandi trasferte (leggi finali europee) confermavano che il basket ha un suo peso sul tessuto sociale cittadino. Riguardo al motivo per cui Bologna abbia questo grande seguito, il motivo risiede nella tradizione "storica". Da molti anni va così, a prescindere dal valore della squadre. Il basket è diventato un'abitudine della gente. La rivalità tra i due club è stata il fattore dinamico più importante: dove c'è rivalità, quasi sempre c'è movimento giornalistico e di pubblico. Lo hanno capito molti anni fa anche Milano e Livorno, anche se lì poi il sistema non ha retto”. Differente invece l'opinione a questo proposito di Forni: “La pallacanestro a Bologna raccoglie parecchio interesse, come in altre città o zone non vicinissime ai grandi centri metropolitani. Come anche a Pesaro, Cantù, Caserta o Varese, centri non enormi che comunque sono state protagoniste internazionali di questo sport. Diventa fenomeno sociale

solo in caso di trionfi, altrimenti rimane motivo di grande passione. Diciamo che in momenti di normalità il Basket è sì lo sport principalmente seguito in Città, ma senza l'euforia dei tempi dorati”.

2.3 TRIONFI E DELUSIONI: COME INFLUISCONO?

Lo spazio che i giornali dedicano al basket è sicuramente influenzato dalle vittorie delle squadre di vertice. Ce lo conferma l'alto numero di copie vendute da quotidiani come “Il Domani di Bologna” negli anni d'oro della Virtus (1995-2003), fenomeno di cui ci testimoniano anche i giornalisti da noi intervistati.

Questa l'opinione di Walter Fuochi: “Le vittorie, oltre a creare interesse, fanno vendere copie. A “Repubblica Bologna” l'abbiamo potuto rilevare con una certa nitidezza, avendo potuto scrivere di molti scudetti e qualche coppa. I successi del calcio, viceversa, non ci davano troppe copie, che andavano semmai a premiare giornali più tradizionali del territorio facendoci supporre che più tradizionale e tradizionalista è pure il pubblico che segue il calcio”.

La delusione più grande, invece, per gli sportivi bolognesi, è storia recente: quest'anno infatti la Fortitudo (causa problemi finanziari) è stata costretta ad iscriversi alla A Dilettanti. C'era la preoccupazione che questo potesse causare la sparizione della squadra dai giornali, una paura subito scomparsa, come Fuochi ci spiega: “ Lo spazio dedicato alla Fortitudo sui giornali è un po' calato, ma non troppo. Del resto, nessuna testata sarebbe tanto stupida da buttare via (o, peggio, regalare alla concorrenza) quattromila potenziali lettori (più quelli che non vanno al palazzo, ma leggono, più i virtussini che leggono le disgrazie altrui...) solo perchè una squadra è in B. il Bologna calcio è stato già diverse stagioni in C, ma nessuno nei giornali ha smesso di occuparsene. lo stesso capitò anni fa quando la Virtus scese in Legadue. Della Virtus i giornali parlavano ogni giorno. Se l'interesse oggi è un po' calato, questo è dovuto pure al fatto che le squadre sono meno forti rispetto agli anni d'oro, meno competitive in Italia e in Europa. Sul minore spazio può pesare anche un semplice dato quantitativo: per almeno una decina d'anni filati sia Virtus che Fortitudo hanno disputato le coppe europee, ossia giocavano due volte a settimana: solo pensando che ogni partita ha un ciclo, sul giornale, di tre giorni (presentazione di vigilia-cronaca del match-commento e riflessioni postume), ecco sparita una bella fetta di titoli, diciamo così di routine. È ovvio che dare conto, a metà settimana, degli allenamenti e del bollettino dell'infermeria è meno arrapante, da scrivere e da leggere, che raccontare sfide col real madrid o il panathinaikos”. Riguardo a ciò, Forni ritiene invece che il crollo previsto non ci sia stato, ma comunque un

cospicuo calo di interesse da parte del cittadino medio: “Il crollo della Fortitudo ha ridotto lo spazio specialmente su “Repubblica” di Bologna, che dispone di meno spazio per lo sport rispetto agli altri quotidiani locali. L’interesse generale, complice anche la crisi economica è calato. Ma più ha pesato la decadenza nei risultati: la Fortitudo è due volte retrocessa (che comunque ha mantenuto in terza serie un pubblico di 4000 persone) e la Virtus in Italia non vince più dal 2002”.

Questo è un chiaro segno di come non importa tanto la categoria, quanto piuttosto le vittorie che le squadre conseguono: di questo fenomeno abbiamo una rilevanza anche in ambito nazionale: basti pensare al grande rilievo mediatico che ebbe la vittoria della medaglia d'argento ad Atene2004, quando tutti i giornali sportivi italiani misero per una volta il basket davanti al calcio.

Una piccola prova di questo fatto l'abbiamo avuta a Bologna negli anni d'oro della Virtus, come ci racconta Walter Fuochi: “Le vittorie, oltre a creare interesse, fanno vendere copie. a “Repubblica” di Bologna l'abbiamo potuto rilevare con una certa nitidezza, avendo potuto scrivere di molti scudetti e qualche coppa. I successi del calcio, viceversa, non ci davano troppe copie, che andavano semmai a premiare giornali più tradizionali del territorio facendoci supporre che più tradizionale e tradizionalista è pure il pubblico che segue il calcio”. Questo fatto conferma come Bologna non abbia attecchito così tanto il calcio come nel resto d'Italia, e che, anche quando il calcio ottenga importanti risultati, essi siano riservati ad un pubblico di appassionati di lunga data.

Quello che si può sicuramente notare facendo un confronto con il passato, è che il lento ed inesorabile declino che ha accompagnato le due squadre bolognesi negli anni tra il 2002 e il 2009, culminato con la doppia retrocessione della Fortitudo è andato di pari passo con un calo generale dell'interesse del pubblico, che di fatto ha inciso sul minore spazio che negli ultimi tempi ricevono le due squadre sui giornali.

3. PERCHE' IL BASKET RICEVE POCO SPAZIO SUI QUOTIDIANI SPORTIVI?

3.1 LA SITUAZIONE ATTUALE E IL CONFRONTO CON IL PASSATO

È un dato di fatto che lo spazio che il basket riceve dai quotidiani sportivi sia nettamente calato rispetto al passato.

Ce lo conferma Walter Fuochi: *“Di basket si parla poco sui giornali nazionali perchè questi arrivano per ultimi, dopo la tv e dopo internet, e danno oggi meno notizie d'una volta, allargando invece certi temi. Dieci anni fa, le pagine sportive di Repubblica o del Corriere*

potavano trattare, in dieci pezzi, dieci sport diversi. Oggi aprono con una doppia pagina su un tema monografico e stivano il resto nella 2-3 pagine successive, scegliendo ancora di puntare su storie, personaggi, etc. Il basket, come sport di squadra con una routine abbastanza noiosa come un campionato a scadenze fisse, è penalizzato. I personaggi escono meglio dagli sport individuali. oppure sveltano, in certe squadre di basket. Non è il caso di questi tempi: Siena, la più forte, non ha un "personaggio", le altre men che meno. Mancano giocatori italiano forti, quelli che vanno sui giornali, allenatori istrionici o plurimedagliati, insomma gente che, sul giornale, deve essere riconosciuta non solo dai tifosi di quello sport”.

Sulla stessa linea d'onda anche Forni: “Il basket ha effettivamente poco spazio al giorno d'oggi, davvero troppo poco rispetto a quanto si meriterebbe per le emozioni che sa dare. Molto dipende dalla Nazionale e dalla mancanza (dopo Pozzecco) di giocatori italiani che permettano al pubblico di immedesimarsi. Oggi la nostra Nazionale (di pochi giorni fa la nomina di Pianigiani a nuovo coach) è un cantiere aperto, e di certo gli ultimi episodi non consentono certo un riavvicinamento tra il pubblico e il basket. Il “consumo” di basket è fine a sè stesso, non va oltre l’oggi. E le “star” come Bargnani, Belinelli e Gallinari non sono mai state molto “comunicative” con il pubblico o legate alla Nazionale come in passato: tutti hanno ancora nella mente le ovazioni tributate a Pozzecco il giorno del suo addio al basket. Io credo che oggi un qualcosa del genere non sarebbe possibile, poiché i giocatori non hanno un rapporto con i loro tifosi e sono sempre più spesso merce di scambio”.

Interessante l'analisi che ci propone **Stefano Rivoltella**, Caporedattore sportivo del giornale di Treviglio e grande appassionato di Basket: *“Le ragioni del calo di interesse mediatico, sia televisivo che della carta stampata, per la pallacanestro sono molteplici. Di fondo il dato di fatto che il calcio, con il giro di interessi economici che è stato capace di creare, ha surclassato tutti gli altri sport nella cultura di lettori e spettatori. Il basket di serie A e LegaDue ha mantenuto un seguito costante sulla Gazzetta dello Sport, di solito due pagine nell’edizione del lunedì e, negli altri giorni una o mezza pagina con articoli di approfondimento, di solito interviste a personaggi, giocatori o allenatori. Un altro motivo è la crisi dell’editoria che ha portato molti editori a rinunciare ai giornalisti specializzati, che costano, per affidare a collaboratori (peggio retribuiti) la pura cronaca dell’evento sportivo. E’ anche vero che la qualità generale dei quotidiani sportivi, negli ultimi anni, è scaduta molto privilegiando sport (calcio, ciclismo o Formula 1) che portano soldi anche in termini di inserzioni pubblicitarie legate a sponsor e aziende che legano il loro nome e il loro*

marchio, appunto, a questi sport. Certamente nel passato, merito anche di una maggiore professionalità dei giornalisti, la qualità più che la quantità di scritti riguardanti la pallacanestro era superiore. Infine, è innegabile che gli insuccessi della Nazionale di pallacanestro siano stati una “cattiva pubblicità” per la disciplina tra la massa (esclusi tifosi e appassionati) di italiani, che ha perso interesse per questo sport. La conseguenza è stata il calo di “appeal” della pallacanestro, escluso quando si giocano manifestazioni, come Europei o Mondiali o Olimpiadi, sui media (televisioni nazionali e quotidiani sportivi)”.

Un dettagliato commento sulla situazione attuale del basket sui giornali ci viene fornita da **Rossella Prandina** (Addetto stampa Blubasket Treviglio): *“Nel mese di giugno sono stata ad un interessantissimo convegno a Biella proprio dal titolo “Il mezzo migliore per comunicare basket” dove relatori erano illustri giornalisti sportivi: Piero Guerrini (Tuttosport), Paola Ellisse (SKY), Luca Chiabotti (Gazzetta dello sport) e Franco Montorro (ora Basketville, ex Superbasket). Da tutti è scattato un allarme verso la ristrettezza degli spazi dedicati al basket sulla carta stampata. Da alcuni interventi si è parlato di un calo d'interesse dovuto sia agli scarsi risultati della Nazionale, sia al poco utilizzo dei giocatori italiani. L'unico aumento sia di spazio sia di qualità lo si è visto in Tv grazie all'avvento del satellite e del digitale terrestre (SKY e SportItalia). Sky ha sicuramente portato un salto di qualità nei contenuti e nelle immagini con l'inserimento di nuove tecnologie, dall'istant replay (poi usato anche dalla Lega A), alle lavagnette per spiegare ai telespettatori uno sport così difficile, ai microfoni a bordo campo, avvicinando il tifoso al basket. Un altro canale di sviluppo è ormai rappresentato da Internet e dai moltissimi siti, blog e forum sul basket, che oltre ad offrire una panoramica più ampia ”.*

Dall'analisi di quanto affermato dai giornalisti intervistati, emerge chiaro il fatto che la netta diminuzione dello spazio dedicato al basket sia stata causata in primo luogo dalla mancanza di personaggi carismatici che “trascinino” il pubblico all'interesse e all'auto-identificazione con il giocatore: finché non si avranno nuovi giocatori di questo tipo, difficilmente il pubblico tornerà ad affezionarsi (al di là della stretta cerchia di appassionati e tifosi) al basket. In secondo luogo, le figuracce rimediate negli ultimi anni dalla nostra Nazionale hanno ancora di più contribuito a questo processo di allontanamento del grande pubblico dai giocatori: non è un caso che la nazionale veda poche e impalbabili presenze dei nostri giocatori dell'NBA, che sembrano tenere più alle loro squadre americane e ai propri contratti milionari che a difendere la maglia del proprio paese.

3.2 SCENARI FUTURI

Proporre personaggi: questo ciò che il basket di oggi e del futuro dovrebbe fare, secondo molti dei giornalisti intervistati. Sui quotidiani sportivi invece, di questi tempi, dilaga la NBA, perché ha facce famose: chi non conosce Kobe Bryant, LeBron James o, per restare tra i nostri, Andrea Bargnani? La gente si appassiona ai personaggi, alle loro storie, a quello che fanno dentro e fuori dal campo: un processo che, se ci prestiamo attenzione, avviene sempre più spesso anche nel calcio e negli altri sport, ma soprattutto nei quotidiani in generale. La possibilità di ridare al basket un suo spazio è ancora viva, ma gli stessi addetti ai lavori non sembrano essere ottimisti: una voce fuori dal coro ce la offre Rivoltella, che propone una possibile soluzione: *“Tra gli scenari futuri, a fronte di nuove vittorie degli azzurri o l’esplosione di qualche talento nazionale nel panorama cestistico americano della NBA, ci potrebbe essere un ritorno di attenzione dei giornali per la pallacanestro. Una soluzione possibile, ma ardua da far capire alle società professionistiche italiane, sarebbe quella di legare la propria immagine a giocatori italiani cresciuti nei vivai o nelle “minors” (A o B d’Eccellenza), utilizzandoli di più nei campionati di Serie A e LegaDue: se i tifosi e gli appassionati (che poi sono potenziali lettori dei quotidiani e settimanali sportivi) riusciranno a tornare a identificarsi con atleti nostrani nella propria squadra del cuore anche la richiesta di basket scritto potrebbe trovare nuova linfa”*.

Rossella Prandina punta invece sulla maggiore “umanità” dei giocatori e sul rapporto che essi hanno con i tifosi come strumento per riavvicinare il grande pubblico al basket e di conseguenza ridare spazio alla pallacanestro sui giornali: *“In futuro, almeno sui giornali locali, lo spazio si può conquistare solo grazie alla serietà della società e ai buoni risultati della squadra. Per conquistare invece il pubblico, io vedo molto di più il contatto con la gente che i nostri giocatori ancora hanno, a differenza delle star del calcio. I giocatori della Blubasket prima e dopo le gare e gli allenamenti salutano e si fermano a parlare coi tifosi, frequentano i luoghi pubblici della città, sono spesso ospiti a cena degli stessi supporter, sono “umani”. Peraltro da alcuni anni la nostra società, grazie alla collaborazione con l’ECB Company, un’azienda trevigliese, ha creato il progetto “Imparobasket”, portando nelle scuole di ogni ordine e grado questo bellissimo sport e i giocatori sono sempre testimonial dell’ultima lezione. Un fattore a favore dello sviluppo del pubblico nei palazzetti è invece favorito dalla non pericolosità delle strutture. Soprattutto nella nostra categoria i bambini, anche piccolissimi, frequentano senza alcuna preoccupazione le partite, allietando le gare con la loro spensieratezza”*.

È probabilmente in quest’ultima direzione che dovranno andare gli sforzi dell’intero pianeta

basket per risollevare il secondo sport nazionale dal torpore e dal disinteresse in cui sembra caduto. Tutto ciò dovrà partire dalle società stesse, con la consapevolezza che un maggiore spazio conquistato sulla carta stampata equivale spesso ad un maggiore afflusso di sponsor e di interesse da parte di grandi investitori.

Quello che emerge maggiormente dalle opinioni dei giornalisti è la possibilità per il basket di rilanciarsi solo attraverso un processo di “popolarizzazione” del basket stesso. Oggi il basket è visto come uno sport elitario e in cui i giocatori sono cambiati come figurine ogni anno. È necessario invece puntare su personaggi che piacciono alla gente e possano dare al basket la chiave per riconquistare popolarità e interesse da parte dei media.

4. UNA PICCOLA BASKET CITY: TREVIGLIO E LA BLUBASKET

4.1 CENNI DI STORIA

La Treviglio Basket nasce nel 1971, ma, nonostante la giovane età, si è già conquistata una posizione di rilievo in campo nazionale. Nata all'interno dell'Oratorio Salesiano con il nome di Or.Sa Treviglio, brucia le tappe conquistando nel 1982 la serie B. nel 1986, dall'unione di forze con l'Osio Sotto, nasce una nuova realtà, la Bergamasca Country Basket Treviglio. Dopo la disputa di quattro play off consecutivi con esito negativo, nella stagione 1993/4 conquista la B d'Eccellenza a Modena, contro il Campi Bisenzio. Da sempre il settore giovanile rappresenta il fiore all'occhiello della società, un settore giovanile da cui sono usciti, raggiungendo anche la serie A: Alberto Rossini (play-maker della Nazionale), Marco Sambugaro (campione d'Italia con Siena), Andrea Conti (campione europeo Cadetti), Luca Gamba (campione Mondiale Militare), passando per Codevilla, Degli Agosti, Brioschi, Guerci, Colonnello solo per citare alcuni nomi e che continua a dare grandi soddisfazioni. Il risultato più prestigioso lo conquista nel 1995 con il 2° posto assoluto alle spalle della Virtus Bologna alle finali Allievi Nazionali. Cadetti, Juniores e Under 20 hanno spesso raggiunto le fasi finali dei rispettivi campionati. Nella stagione 1999/2000 cambia nuovamente denominazione e torna a chiamarsi semplicemente Treviglio Basket, a seguito della volontà espressa da più parti per sottolineare che la pallacanestro è di casa nel capoluogo della bassa bergamasca. Per due volte ha sfiorato la promozione in Legadue raggiungendo la semifinale play off, uscendo di scena prima contro Cento poi, l'anno scorso contro Trapani. Nella stagione 2005/6 è arrivata alla Finalissima per la Legadue, cedendo solo alla forte

SparScavolini Pesaro, dopo aver sconfitto le quotate Brindisi e Patti. Nell'estate 2006 cambia ragione sociale, trasformandosi in Società Dilettantistica a Responsabilità Limitata, dopo l'allargamento della compagine societaria ad altri imprenditori ed il cambio di denominazione (da Treviglio Basket a Blu Basket) per partire con un nuovo ambizioso progetto. Dopo la sponsorizzazione triennale dell'Intertrasport, ora la squadra ha dato vita ad un nuovo ciclo targato "Co.Mark".

4.2 SPAZIO DEDICATO ALLA BLUBASKET DAI GIORNALI LOCALI: INTERVISTA A STEFANO RIVOLTELLA (GIORNALE DI TREVIGLIO)

Abbiamo chiesto innanzitutto a Rivoltella quale spazio riceve la società trevigliese di basket sul settimanale per cui lavora: *"Il nostro è un settimanale locale di cronaca (nera, amministrativa, bianca), politica, attualità, spettacolo e sport che ha una diffusione locale. La sua diffusione ricopre un territorio, la Bassa bergamasca o Gera d'Adda, di 60 comuni ed ha una tiratura di circa 12.000 copie. Questa premessa per far capire che le tematiche affrontate sul Giornale di Treviglio, città di riferimento della testata in cui ha sede, sono varie e toccano realtà sociali e sportive molto diverse. Nella pallacanestro, però, a fronte di un'abbondante attività di livello dilettantistico puro (campionati regionali e provinciali Fip), la squadra di riferimento per i nostri lettori è sicuramente la Blu Basket Treviglio che milita nella terza serie nazionale. In considerazione dell'effetto catalizzatore per appassionati di basket, atleti e tifosi, lo spazio dedicato alla squadra trevigliese è sempre prioritario nell'impaginazione della sezione sportiva del Giornale. D'altronde, avendo un'uscita settimanale il venerdì, la nostra attenzione non è rivolta alla cronaca dell'evento sportivo, la gara giocata la domenica precedente, ma mira ad analizzare l'andamento della stessa in chiave analitico e a presentare il successivo impegno della squadra attraverso le parole di uno o più giocatori, l'allenatore o un dirigente. Lo facciamo solitamente con un articolo principale, in apertura di pagina, ed un corsivo di commento redatto dal nostro opinionista sportivo. Quando capita un incontro infrasettimanale, al mercoledì ad esempio, viene dedicata all'incontro una intera pagina con tabellino, cronaca, interviste e pagelle il tutto corredato da un servizio fotografico con tre/quattro immagini della gara".*

Rispetto ad altre realtà dello stesso livello, sicuramente Treviglio rappresenta una città che, sportivamente parlando, vive per il basket, dato che il calcio milita in serie minori e gli altri sport non hanno grande seguito. Ma questo, in rapporto ad altre città, cosa comporta?

"Rispetto alle altre formazioni di serie A Dilettanti e al seguito che ricevono dai media

locali, va differenziato se questi sono quotidiani piuttosto che settimanali. Squadre e città più grandi rispetto a Treviglio possono contare su testate a tiratura nazionale (esempio Bologna, Verona e Trento) che hanno la “forza” editoriale e le risorse giornalistiche ed economiche per seguire con costanza il campionato delle rispettive squadre. L'interesse giornalistico, naturalmente, va commisurato al seguito di spettatori, che equivalgono a potenziali lettori del giornale, e all'indotto (tradizione e risultati sportivi) che la squadra ottiene o ha ottenuto in passato. Diciamo che comunque il basket trevigliese, rispetto ad altre realtà di pari livello, può contare sul fatto di non avere grandi rivali in provincia e di avere così un effetto catalizzatore su tutta l'area bergamasca. Questo è avvenuto anche attraverso un'ottima copertura mediatica che la società ha contribuito ad offrire alla squadra e agli eventi ad essa correlati”.

Abbiamo poi chiesto a Stefano Rivoltella di analizzare l'opposta situazione che oggi vive la Blubasket Treviglio rispetto al resto del movimento cestistico nazionale, ovvero un sempre maggiore aumento di visibilità e di appassionati che seguono le sorti della squadra: *“Su quotidiani, settimanali, siti internet e anche sui canali televisivi locali la visibilità della Blu Basket, negli ultimi cinque anni, è cresciuta esponenzialmente. Questo è un dato di fatto dovuto a più ragioni: prima la sinergia societaria tra lo storico blocco dirigente trevigliese e il gruppo di imprenditori di Bergamo ha ampliato il bacino di interesse intorno alla squadra, divenuta nel frattempo la più importante realtà cestistica della provincia per risultati, ambizioni e programmazione, il tutto grazie anche alla solida base economica garantita, anche in questa stagione di crisi delle imprese, dai sedici soci dirigenti. Seconda: proprio il fatto che dopo i fallimenti della maggiore società di riferimento per Bergamo (il Celana), Treviglio è rimasta la società storica della bergamasca con i suoi 38 anni di storia. Terza: il cresciuto interesse per il campionato di serie A Dilettanti, merito del lavoro di “marketing” iniziato dall'ex presidente di Lega Nazionale Dilettanti, Franco Curioni, portato avanti in questa stagione anche dal suo successore Drocchi. Infine, i risultati delle ultime due stagioni trevigliesi (finale playoff con Trapani e semifinale con Vigevano) hanno moltiplicato la presenza al palazzetto di spettatori, toccando anche le 2300/2500 persone. Le stesse persone poi che, in internet, in televisione, ma soprattutto sui giornali vogliono leggere interviste, cronache, pagelle e impressioni sulla loro squadra del cuore. Se i prossimi anni, superato il periodo di incertezza economica, porteranno alla tanto sospirata promozione tra i professionisti, la risonanza della Blu Basket è destinata a crescere ancora; difficile, invece, allo stato attuale delle cose, pensare ad un ritorno alla situazione di cinque o sei anni fa quando a interessarsi delle sorti della società trevigliese erano solamente le testate*

locali e poco spazio veniva dedicato alla società e alla squadra del maggiore quotidiano della provincia (Eco di Bergamo). Infatti, 10 anni fa (il Giornale di Treviglio non esisteva ancora) solo il Popolo Cattolico e, con meno frequenza rispetto a oggi, l'Eco di Bergamo, dedicavano spazio alla società di Treviglio. Una situazione assolutamente imparagonabile all'attenzione mediatica di oggi".

Infine, il paragone tanto azzardato quanto, in scala, azzeccato, con il contesto bolognese: una piccola Città del basket anche Treviglio. Questo il pensiero di Rivoltella a proposito di ciò: *" Stante il fatto che, storicamente, a Treviglio è il Circolo Sportivo Trevigliese (oggi si dedica solo al calcio) la società che vanta una storia centenaria (è stata fondata nel 1907), lo sport che da 15 anni ormai ha raggiunto un livello agonistico nazionale è sicuramente la pallacanestro. Che la pallacanestro sia la disciplina che attira il maggior numero di spettatori (una media di 1200/1300 ad incontro), rispetto agli altri sport, è un altro dato di fatto inconfutabile. In città, poi, il più recente ed efficiente impianto sportivo è proprio il PalaFacchetti di via Del Bosco che con i suoi 3300 posti circa di capienza (potrebbero diventare 4500 nei prossimi anni) è tra i migliori palasport della serie A Dilettanti, ma anche di categorie superiori. Purtroppo, per alcuni anni, il movimento cestistico a livello giovanile ha conosciuto un drastico calo. Con l'avvento della Bluorobica (progetto che unisce alcuni dei migliori vivaisti della bergamasca per allestire formazioni che competono nei campionati Open con Milano, Cantù, Varese, Bologna e altri settori giovanili di società professionistiche) e con il lavoro di "recruiting" svolto dalla Scuola Basket Treviglio e dalla stessa Blu Basket con il progetto "ImparoBasket" nelle scuole il movimento ha conosciuto una crescita esponenziale, confermata dagli innesti di giocatori del vivaio in Prima squadra. Nel suo piccolo, quindi, Treviglio è una piccola "basket city", ma per diventarlo a tutti gli effetti essenziali saranno i risultati sportivi che la Blu Basket saprà conquistare, approdando magari tra i professionisti, e gli investimenti che verranno programmati per sviluppare ancora di più il settore giovanile che, viste le prospettive economiche incerte per il futuro, si potrebbe trasformare in una vera e propria miniera d'oro. In città, ma anche in provincia, è difatti sempre stato difficile, se non impossibile, reperire lo sponsor che abbia le possibilità economiche di sostenere da solo le ambizioni della società. E' stato così che, per il proprio sostentamento, i soci dirigenti oltre alla propria quota in società hanno costruito negli anni uno "sponsor team" composto da piccole e medie imprese del territorio che hanno sempre permesso una gestione economica sana e senza debiti.*

Con risultati e investimenti il ritorno di immagine della società e di conseguenza la crescita

di appeal (aumento del numero di appassionati, praticanti e spettatori) potrebbe in futuro portare la piccola Treviglio ancora più vicina ai “mostri sacri” del basket italiano”.

4.3 IL MOVIMENTO MEDIATICO INTORNO ALLA BLUBASKET TREVIGLIO: INTERVISTA A ROSSELLA PRANDINA

Per meglio comprendere quello che è il contesto della Blubasket e ciò che la circonda, abbiamo deciso di sentire una voce da parte di chi all'interno della società si trova ad operare quotidianamente. Abbiamo quindi intervistato il suo addetto stampa, Rossella Prandina.

Riguardo al movimento mediatico che segue la società, abbiamo chiesto alla Sig.ra Prandina di illustrarci quali sono i giornali e le tv che si occupano periodicamente della squadra: *“I giornali locali hanno grande attenzione per il Basket in quanto, a parte Atalanta, Albinoleffe e Foppapedretti (tutti team, comunque, con sede sociale e campo di gioco a Bergamo o in Val Seriana), la Blubasket è la squadra che milita nel campionato nazionale più importante. Il giornale più importante e conosciuto è “L'eco di Bergamo” che ci dedica almeno tre articoli ogni settimana: il pre partita (il giorno della gara), il post partita (il giorno successivo la gara) e il commento/intervista durante la settimana. A volte, ma non in modo continuativo, vengono pubblicati anche dei “fondi” da parte dei redattori sportivi.*

Altro quotidiano è il “Nuovo Giornale di Bergamo” (ora Bergamo & Sport) che dedica due articoli, il pre e post gara.

Abbiamo poi il supporto storico del settimanale cattolico locale “Il Popolo Cattolico” che, grazie alla pubblicità dei nostri sponsor, ci dedica tutti i giovedì un'intera pagina. Almeno mezza pagina è anche riservata alla Blubasket sul “Giornale di Treviglio”.

Certo, questo ampio seguito non è un qualcosa che si genera dal nulla, non si può pensare che si arrivi ad essere “notiziabili” senza tutto un lavoro di promozione e di marketing alle spalle.

Il lavoro è cominciato nel 2001 quando l'allora presidente Enea Mamoli decise di creare la figura dell'Addetto Stampa, che mi pregio di occupare continuamente da otto anni.

Tramite un iniziale contatto diretto con i giornalisti sportivi che già ci seguivano e quelli che man mano si avvicinavano al basket abbiamo tessuto le trame per un contatto amichevole ma al tempo stesso molto professionale e creato, nel contempo, una mailing list preziosissima dei corrispondenti e delle testate giornalistiche sia della carta stampata, della Radio, della TV e dei siti Internet, oggi vero motore della comunicazione.

Il fatto che a Treviglio non ci sia concorrenza ci ha sicuramente avvantaggiato. La locale squadra di calcio, dopo un lampo in Nazionale Dilettanti (la serie D) è retrocessa in Eccellenza dove naviga sempre in posizione non di vertice. La pallavolo è in serie C. Maggiore appeal è anche dato dal PalaFacchetti, splendida e funzionale "casa del basket". Forse potremmo avere maggior spazio se creassimo noi le notizie pronte da essere pubblicate (ad esempio scrivendo un articolo dopo ogni gara e pubblicandolo sul nostro sito) ma come linea "politica" ci siamo dati quella di non commentare mai una gara ma fornire agli addetti ai lavori il materiale. A nostro avviso non è professionale che sia una persona all'interno della società commenti la prestazione dei suoi giocatori. Ti faccio un esempio. Non è raro trovare addetti stampa che hanno screzi coi propri giocatori perché nell'articolo e nelle pagelle pubblicate criticava la prestazione di un singolo. A Treviglio non potrà accadere perché non uscirà mai un comunicato dove l'organo societario commenta o valuta i propri giocatori".

Risulta quindi evidente come il processo di allargamento del proprio bacino d'utenza, ampliato tre anni fa con l'ingresso dei nuovi soci di Bergamo, ha portato ad una sempre maggiore vicinanza dei media locali alla squadra e alle sue sorti.

Come già fatto con Rivoltella, anche a Rossella Prandina abbiamo chiesto un parere sulla possibile definizione di "basket city" per Treviglio: *"Parlare di "basket city" e chiedere il paragone con Bologna mi sembra un po' eccessivo ma, in dimensioni molto più ristrette un tentativo di fidelizzare l'intera provincia di Bergamo alla squadra è già stato fatto con l'incorporazione nella vecchia società, Basket Treviglio, di un pool di soci provenienti da Bergamo e dintorni, creando l'attuale società dilettantistica a responsabilità limitata. La nostra tifoseria non comprende solo Treviglio ma arriva fino ad Albino, Clusone, Bergamo (dato rilevato dalle residenze degli abbonati o dalle mail ricevute)".*

Per chiudere, abbiamo cercato di fare un quadro del movimento mediatico che segue la squadra: *"Oltre a diverse testate giornalistiche, come detto prima, molti sono anche i siti internet che si occupano della nostra squadra: penso ad esempio a "Basketnet", oppure a*

“Pianetabasket”, fino a “BergamoSportNews” per restare in ambito provinciale. Riguardo alle tv, abbiamo la fortuna di avere una tv locale che settimanalmente produce un programma in cui viene trasmessa la sintesi della partita e le interviste di fine gara.

Grazie alla Legapallacanestro, due anni fa l'allora presidente mi nominò Responsabile del Gruppo Comunicazione di tutta la lega, 212 società che dovevano cominciare a sviluppare una politica mediatica comune. Insieme abbiamo introdotto il Netcasting, strumento ormai indispensabile di comunicazione. Praticamente durante la gara il PC dei rilevatori statistici è collegato ad Internet e trasmette sul sito ufficiale LNP il play by play della gara, dando così la possibilità anche a chi non è al palazzetto di seguire in diretta l'incontro. Questo sistema ha permesso l'aumento a tutti i livelli di articoli sul basket perché anche i giornalisti che non potevano seguire sul campo una squadra, collegandosi dal proprio pc di casa avevano il quadro di cosa stesse accadendo. Tutti i video delle gare di A, B, C Dilettanti sono scaricabili gratuitamente su internet già dal giorno successivo la gara. Sport Italia, ora sponsor del nostro campionato, da due stagioni segue la A Dilettanti con 3 collegamenti contemporanei sui campi di maggior interesse (sia digitale che pacchetto sky). Treviglio ha poi la fortuna, nonostante la crisi economica, di avvalersi di TV locali per la ritrasmissione della gara: Video Bergamo, Bergamo Tv, Video Star sono TV locali, alcune anche visibile sul Digitale o su SKY che ritrasmettono spezzoni di partita, interviste o, come Videostar, una trasmissione, Ora Basket, autoprodotta. A Treviglio l'unico mezzo d'informazione che manca è la radio”.

4.3 L'AVVENTO DELLA FORTITUDO BOLOGNA IN A DILETTANTI

La vera novità sembra essere arrivata quest'anno con la retrocessione in A Dilettanti della Fortitudo Bologna, che ha sicuramente portato una maggiore attenzione alla Blubasket Treviglio non solo da parte dei quotidiani locali, ma anche da qualcuno più grande.

Rivoltella analizza così il “fenomeno Fortitudo”: “Parlando di media televisivi non c'è stata nessuna sostanziale differenza nel “passaggio” in video del campionato rispetto alle ultime stagioni. L'unica rete nazionale che ha previsto un format legato alla serie A Dilettanti è SportItalia che, domenicamente, propone con “Diretta Basket” in onda su SI24, sul digitale terrestre o sul satellite, tre gare (nel 2008/2009 erano quattro) della giornata in presa diretta.

A livello di carta stampata succede che quando la squadra di riferimento si trova ad affrontare la Fortitudo Bologna la partita, il pre e il post gara, possa essere trattato giornalmisticamente con maggior spazio sia sui quotidiani che sui settimanali.

Personalmente credo che un ritorno di immagine superiore per la Blu Basket sui media non ci sia stato in conseguenza dell'innesto della Fortitudo nel campionato di A Dilettanti. I casi di Virtus Bologna e Pesaro furono diversi perché entrambe le società, ai tempi, non erano le società che militavano in serie A. La Virtus 1934 nacque dopo il fallimento della storica Virtus con tutt'altra dirigenza; infatti, per salvare il diritto sportivo professionistico ci fu una seconda società, la "FuturVirtus" che, acquistati i diritti da un'altra società, portò avanti la tradizione della Virtus Bologna. Pesaro subì la stessa sorte della Virtus, fallimento e retrocessione tra i dilettanti, ma a differenza dei felsinei, la società acquisì i diritti della Falco Pesaro e, mantenuto lo sponsor principale "Scavolini", fu in grado di poter allestire una squadra di giocatori di serie A (Myers, Podestà, Li Vecchi, etc) capace di veicolare un maggiore interesse mediatico per quotidiani o settimanali delle squadre che la incontrarono in campionato e nei playoff. Non per nulla la Virtus sparì al termine della stagione che disputò in B d'Eccellenza (come si chiamava il campionato di B1 allora), mentre Pesaro in due stagioni tornò in serie A. Quindi è da ritenere più simile l'"affaire" Pesaro a quello della Fortitudo Bologna".

Anche Rossella Prandina paragona la discesa della Fortitudo in A Dilettanti con quella di alcuni anni fa di Pesaro: "Così come quando Pesaro scese in B d'Eccellenza, i media hanno un occhio più attento a questo campionato, ma esclusivamente rivolto a quella squadra, a quanti abbonati fa, a quanti tifosi riesce a portare a Forlì. L'unico fattore positivo di cui godranno le squadre avversarie, a mio parere, sarà l'incasso quando la Fortitudo giocherà nel proprio palazzetto, nulla più secondo me.

Noi addetti ai lavori di società medio-piccole stiamo attenti ad ogni spesa e sapere che la Fortitudo, o chi per lei, ha avuto dei privilegi ci rattrista. Infatti la storica società bolognese ha un debito non sanato di 6 milioni di euro con il Comune di Bologna per l'affitto del Palazzetto. Ha inoltre alcuni lodi con ex giocatori/procuratori per inadempienze economiche; non ha ottenuto l'iscrizione in Legadue per mancanza di requisiti economici ma, senza appigli legali, viene iscritta alla A Dilettanti, falsando di fatto l'esito del campionato prima ancora di giocarlo. Dal punto di vista mediatico invece, l'interesse dei quotidiani nazionali non riguarderà probabilmente le avversarie della Fortitudo, bensì la squadra stessa: credo quindi che nessun vantaggio riguardo a ciò possa venire alle società come la nostra".

5. CONCLUSIONI GENERALI

Il punto di partenza di questo lavoro è stata la volontà di dimostrare come, a dispetto della crisi di interesse in cui si trova il basket, a Bologna la situazione sia molto diversa dal resto d'Italia, quasi una sorta di isola felice, dove l'interesse dei media è maggiore, anche per soddisfare la fame di informazioni del cittadino medio bolognese. Abbiamo verificato come il basket rappresenti nel contesto bolognese quasi una sorta di fenomeno sociale, in cui tutti o quasi si sentono partecipi e coinvolti.

A supporto delle interviste ai giornalisti bolognesi, abbiamo controllato in due diversi giorni le pagine di sport dei principali giornali venduti in città, e i risultati ci hanno confermato che lo spazio dedicato alle due squadre di basket è molto maggiore a quanto accade a livello nazionale.

Sempre con l'ausilio di interviste, abbiamo cercato di chiarire per quale motivo il basket abbia in questi anni poco interesse e di conseguenza poco spazio sui quotidiani sportivi nazionali.

Siamo arrivati a trarre diverse conclusioni dalla nostra analisi: inanzitutto si è verificato che il basket italiano al giorno d'oggi sia abbastanza snobbato dai media, in particolare dalla carta stampata che era l'oggetto della nostra analisi. I motivi di questo fatto sono da ricercare nella eccessiva preponderanza del basket americano con i suoi personaggi, i quali sembrano essere più notiziabili rispetto al basket nostrano.

Le opinioni dei giornalisti intervistati divergono sulle motivazioni, ma sembrano essere d'accordo nel trovare nella crisi della Nazionale Italiana una delle cause principali della crisi: infatti la mancanza di una Nazionale forte rende sicuramente meno appetibile il basket italiano agli occhi dei lettori fuori dalla cerchia degli appassionati. Durante e nei periodi successivi alle vittorie della Nazionale, si è avuto un forte incremento dell'interesse nei confronti della pallacanestro.

Siamo poi passati ad osservare un contesto particolare come è quello di una piccola cittadina che ha una grande passione per il basket: di questo contesto abbiamo mostrato quella che è la maggiore attenzione dei media locali nei confronti della squadra di basket del paese e provato, con l'ausilio dei giornalisti intervistati, ad azzardare un paragone con la situazione che si può riscontrare, in misura esponenziale, a Bologna.

Abbiamo dimostrato quelli che sono i principali motivi di questo maggior interesse della carta stampata: da un lato un grande lavoro di progettazione della società stessa, dall'altro il

fatto che non vi siano altre grandi alternative in città e soprattutto la maggiore vicinanza della squadra ai tifosi, uno dei possibili modi per riavvicinare il pubblico al basket italiano (secondo quanto suggerito dagli intervistati).

Si ringrazia per la collaborazione: Francesco Forni, Walter Fuochi, Rossella Prandina, Stefano Rivoltella.