



questa disavventura. La sua fuga fin dentro il villaggio di un altro capo che per proteggerlo lo nasconde in un pozzo. Lì dentro, al buio, il fuggitivo sente arrivare gli inseguitori e sussurra: «Ka Mate! Ka Mate!» (Io muoio! Io Muoio!) Per sua fortuna i nemici abbandonano il villaggio e Te Rauparaha, passo dopo passo, risale i gradini del pozzo e ritorna a vedere la luce. «Whiti te ra! Hi!» (Il Sole splende di nuovo!). È salvo e pronto ad affrontare nuove battaglie.

Questo tipo di danza fu mostrata per la prima volta dalla squadra neozelandese dei "Natives" in occasio-

Il testo

La fuga del capo Te Rauparaha: «Io muoio, il sole splende di nuovo»

ne della loro tournée in Gran Bretagna nel 1888-89. Dopo tanti anni la sua esecuzione, prima del fischio d'inizio del match, trasmette ancora una forte emozione ed evocazione. Per questo è rispettata e un po' temuta dalle squadre avversarie e seguita con interesse da tanti spettatori e tifosi collegati sulle reti televisive. Per i giocatori neozelandesi ha un valore speciale. È sentita e vissuta, con un grande impatto emotivo, come un gesto propiziatorio, una sfi-

da all'avversario, una manifestazione d'identità, una pagina della loro cultura. Gli atteggiamenti formali di forte aggressività e ostilità, le smorfie, gli occhi roteanti e le linguacce, sono così autentici e vissuti che possono creare negli avversari un surplus di tensione.

Negli ultimi anni gli All Blacks, in alcune occasioni, hanno anche proposto un altro tipo di Haka: la "Kapa O Pango" eseguita anche in occasione del match mondiale in corso contro la Francia e l'Australia. Sembra essere diventata l'Haka dei grandi giorni che, però, ha già portato a qualche malumore e critica per via del gesto, a fine danza, del taglio della gola: ancorché motivato storicamente come un'azione tesa a sprigionare energia vitale da parte del guerriero prima della battaglia.

AUSTRALIA SUL PODIO

Intanto ieri l'Australia ha battuto il Galles nel match che ha deciso la terza e quarta piazza iridata. I "Wallabies" escono dalla competizione con qualche delusione visto che puntavano a conquistare il terzo titolo. I "Dragons", comunque, hanno giocato un grande mondiale. Ci hanno fatto vedere un bel gioco condotto alla mano e con il dinamismo e l'esuberanza di una squadra molto giovane che sicuramente troveremo tra le protagoniste del prossimo "6 Nazioni". ♦

**Allarme doping fra i dilettanti
Positivo il 3,6% dei controllati**

Il doping non è un problema che riguarda soltanto gli atleti professionisti, quelli degli sport maggiori che fanno girare più soldi. Alla fine del mese di agosto, infatti, il 3,6% degli atleti sottoposti a controlli antidoping in centinaia di competizioni sportive amatoriali e giovanili è risultato positivo al doping. Un dato per certi versi allarmanti che è stato reso noto ieri dal ministero della Salute, che ha annunciato di aver quasi raddoppiato nel 2011 le risorse a disposizione dei controlli. Fra gli atleti è fra gli uomini che si registra la percentuale più alta di soggetti positivi (4,6%). Tra le discipline, invece, maggiore positività è stata riscontrata nella pesistica e nel culturismo (9,7%), nel ciclismo (4,5%) e negli sport invernali (4,1%). «L'intensificazione dell'azione - ha dichiarato il ministro Fazio - è stata possibile grazie a un aumento delle risorse messe a disposizione dal ministero per vigilare sul doping nello sport: da 1,2 milioni di euro

del 2010, infatti, si è passati a 2 milioni di euro di quest'anno. Questo sforzo, in un momento congiunturale negativo come quello attuale, costituisce un chiaro segnale di attenzione al problema. Lo scorso anno - spiega Fazio - la commissione di vigilanza è stata indirizzata prevalentemente su competizioni sportive dei

**Amatori e giovanili
Pesistica e culturismo
le discipline più a rischio
Battuto il ciclismo**

settori amatoriali e giovanili di alcune discipline, dove il fenomeno doping è particolarmente diffuso. I risultati dei controlli hanno confermato la necessità di intensificare l'attività di vigilanza sia per creare un effetto di deterrenza all'utilizzo di sostanze vietate per doping ma, soprattutto, per tutelare la salute degli atleti». ♦

**Il Mago non vale una scappatella
La Virtus rinuncia**

Dopo le proteste dell'Opus Day il presidente Toti fa saltare l'accordo col sito di infedeltà. E così Bargagni si allontana...

SIMONE DI STEFANO

sidistef@gmail.com

Quando Roma disse no allo sponsor "adultero". Alla fine è saltata l'operazione che doveva portare sulle maglie della Virtus il logo dell'agenzia canadese per incontri extraconiugali Ashley Madison. Dopo un incontro tra il presidente Claudio Toti e il sindaco di Roma, Gianni Alemanno, con molte probabilità («sono stati fatti importanti passi avanti», ha detto Toti), a sponsorizzare la prima squadra di basket della capitale sarà l'azienda municipalizzata Acea Spa. Notizia che arriva poche ore dopo il no alla Ashley Madison. Decisivo anche il "non possumus" dell'Opus Dei, che per voce del monsignor Flavio Capucci aveva bollato l'iniziativa come «una follia, un tradimento dei valori e dell'identità di questo sport». Difficile però che l'Acea riesca a garantire gli 1,5 milioni di euro all'anno per quattro stagioni promessi dai canadesi, soldi che sarebbero serviti a Toti per riportare nella capitale (complice il lock-out in Nba) il cestista dei Toronto Raptors Andrea Bargagni: «Vogliamo continuare la nostra attività sportiva e imprenditoriale - ha dichiarato ieri il patron della Virtus Roma - nel rispetto dei nostri principi. Non ho subito nessuna pressione, ma di fronte a offerte importanti occorre fare le giuste valutazioni. Spero che le altre aziende che si stanno rivolgendo a Ashley Madison ricevano anche loro la stessa cassa di risonanza dalla stampa».

Dunque niente "Ashley Madison Roma" (ma "Acea Roma"), poi nella logica del "bene o male purché se ne parli", il sito canadese della pubblicità se l'è fatta eccome, e gratis. Esultano i puristi, che fanno notare come Roma sia stata la prima squadra di basket ad aver promosso un codice etico in Italia. Per i quali non sta bene portare sulle maglie il logo di una ditta che vende "corni", anche perché poi siamo a un tiro dal Vaticano e certe cose meglio non dirle. A rilanciare ci pensano i tifosi sul web: «La potenza del vaticano è im-

Foto di Petr David Josek/Ap



Il Mago Andrea Bargagni in Nazionale

barazzante, hanno appena sussurrato e Toti ha chinato il capo per non finire sul rogo», uno dei commenti meno duri degli utenti.

«La vita è breve, concediti un'avventura», lo slogan dell'azienda canadese, la cui risposta alla "bolla capitolina" è affidata al presidente del sito, Noel Biderman: «Più di ogni altra cosa, sono dispiaciuto per i tifosi della Virtus Roma che hanno visto sfumare l'occasione di avere il Mago in squadra. Ma auguriamo ugualmente alla squadra e soprattutto ai tifosi il meglio per la nuova stagione. Ci tengo a ribadire che con il nostro sito non facciamo niente di male. Il tradimento esisteva anche prima, offriamo solo una piattaforma di comunicazione. A questo punto, spero che Toti non associ il nome della Virtus Roma a marchi di alcolici, sigarette o scommesse». Per non parlare dei giornali di gossip, pieni di scappatelle tra giocatori, ma in quel caso l'etica lascia il campo all'ipocrisia. Biderman la butta sull'ironia: «Mi auguro che la Virtus Roma vinca per i suoi tifosi. In caso contrario, potrebbe causare loro molta frustrazione e, si sa, la frustrazione aumenta le avventure extra coniugali. Chissà che per compensare, alla fine, non saranno i tifosi stessi a fare un salto sul nostro sito. Sarebbe uno smacco per la Virtus». Alla fine a pagare il Mago saranno, in parte, le tasche dei contribuenti. Sperando che lo smacco non arrivi in forma di bolletta. ♦