



ITALIA '90

SPORT

L'Unità

Germania
In affanno
pareggia
a Milano

A PAGINA 27

Argentina
Maradona ko
Salterà
una partita

A PAGINA 28



Vince la strana coppia

L'inedito duo d'attacco
Schillaci-Baggio va in rete
e trascina una bella Italia
Agli azzurri negato un rigore
ai ceki un gol regolarissimo
La squadra resterà a Roma



Con la gente verso l'Olimpico

ANNA MARIA GUADAGNI

ROMA. Alle sei del pomeriggio un sassofono griffa il tempo nelle gallerie della metropolitana, e la tanto Parigi. Ma è Roma, Roma che va allo stadio Olimpico a veder giocare l'Italia. Sì, proprio la capitale cinica e un po' levantina, quella che ha fatto scappare il cinema e i grandi sarti, vive nel pallone il suo momento di sospirata grandeur. E, sorpresa, tutto funziona: le indicazioni sono chiare, il metrò leggero, l'Flaminio rapido e efficiente. Tutto è calmo, tranquillo, e persino disteso perché in fondo si replica, l'emozione del debutto è già superata: abbiamo vinto la prova dell'efficienza, siamo in Europa.

Sul tram le bandiere sono ancora arrotolate, le scarpe tricolori spuntano dagli zaini dei ragazzi, dalle tasche delle

giacche, dalle borse delle signore. Ma ognuno viaggia solo, ancora non ci si mescola. Prima di scendere però qualcuno improvvisa una vestizione: srotola il tricolore e lo indossa a mantello. Sembrava Porta Pia, invece era Piazza Mancini, dove si sbarca in piena fiera di gadget.

C'è di tutto: strisce, bretelle, cuscini, magliette, giù, cappelli di fogge diverse: cloche, bustine, zuccheti, berretti da baseball, panama con la fascia tricolore, baschi dispettosi alla Gavroche... L'idea dell'anno non è di un napoletano, ma di un polacco: travestito da arlecchino di Italia '90 propone e vende autoscatti polaroid. Il maggior successo di pubblico, visto che la polaroid costituisce una vera attrazione, è per i tifosi scozzesi, club del Celtic,

che si sono presentati in tartan, scalenando molta curiosità... Ma gli affari non vanno un granché senza vittoria, sostiene Oreste, che regala volentieri un po' d'anima del commercio: «I napoletani comprano sempre e comprano prima - spiega - è di buon augurio: se la squadra non vince, pazienza, la festa si farà un'altra volta. Ma questo funziona solo a Napoli: se l'Italia non vince siamo rovinati: se ce la fa è garantito l'exploit...»

Fa caldo e la gente scivola via. Molti, la maggioranza forse, sono ragazzi: difficile oggi vederne tanti tutti in una volta. E così diversi: gli studenti di Pisa con le lunghe tube bianche, rosse e verdi, e la tifoseria di borgata con il tatuaggio. Molto fotografati Pigo e Sonia, vestiti da garibaldini e col tricolore spalmato il faccia. Sotto l'obelisco, un gruppo molto diver-

tente provvede ai maquillage di quelli che arrivano. E poi, in mezzo ai bagarini e alla Tv giapponese che filma il Papa, un tifoso felicista carico di corni e di rosari, ci sono tanti papà con figli: qualche famiglia: un bambino grasso grasso che fa tenerezza col suo striscione personale, «Messina grida forza Totò», le nonne coi nipotini: una signora con due piccole coccarde al posto degli orecchini; e infine quel genere di «corte dei miracoli» da Fellini ultima maniera: molto televisiva e mostrificata... Insomma, un'Italia distesa e domenicale, un'altra un po' folle e disperata, e un'altra ancora, facoltosa e elegante, che va prendendo posto negli spazi nobili. La mondanità si è trasferita sulle gradinate degli stadi. Peccato che all'establishment degli anni '90 manchi l'autoironia un po' somnola

dei tempi della Dolce vita, nota acutamente il quotidiano sportivo francese «L'équipe». Vero, è impetita e si prende sul serio, maledettamente, fino alla Oia così interclassista, e così di moda.

Non so se i disfattisti, e l'odiato culturale, ieri siano rimasti a Capalbio, capitale del malanimo nell'Italia unita del pallone. Se se così, peccato: hanno perso un'efficace cartolina del paese reale, oramai fortunatamente benestante e discretamente efficiente, in cerca di perduti spazi comunitari e finalmente unificato. Dal calcio come ideologia e dalla televisione. Il primo come si sa non può fornire chiarezze e risposte ai conflitti che ci agitano, ma fornisce un'eccellente copertura: restano leghisti, ma tutti italiani grazie a Baggio e a Schillaci. La tv, l'immagine riflessa, ha invece davvero pro-

dotto una lingua e un patrimonio di simboli omogenei: ora l'Italia è davvero tricolore. Ma vista dal o stadio è anche molto povera di parole. Il tifo: nel villaggio globale non conosce più altre sonorità che il cackson, le trombe d'auto, il fischietto, la sirena. E cioè suoni ripetitivi, ossessivi, inarticolabili (l'unico strumento tradizionale sopravvissuto è il vecchio tric-trac). La festa è una colonna d'auto. E nelle curve non si parlano le fantasiose metafore della Torcida brasiliana. Non si dica, è lo stadio. Non basta. E' il paese, semmai, che si va facendo stadio. Nel bene, visto che riusciamo a togliere le buche dalle strade solo se si deve fare un Mondiale, e nel male: altro che Torcida, con la sua ricchezza di suoni, di simboli, di epos e di fantasia, questa è la marmellata di Berlusconi e di Funari.