

Offerte miliardarie dalla Fininvest per strappare alla Rai il calcio in tv
Le mani sul campionato

Il presidente della Rai, Walter Pedullà, lancia l'allarme e così fa Vincenzo Vita, responsabile del Pds per l'informazione: lo sport, il calcio in particolare, rischia di essere posto sotto sequestro se Berlusconi dovesse mettere le mani anche sul campionato e dirottare le partite sulla tv a pagamento. Lentini, copped, campionato... tutto rientra in una strategia di ampio respiro del leader della Fininvest



Gianluigi Lentini con Adriano Galliani; a destra, Silvio Berlusconi

ANTONIO BERNARDI
Miliardi da favola per Lentini, tanti da stracciare il record appena stabilito dalla Juventus per l'acquisto di Vialli. L'evento ha suscitato clamore, è apparso come una metafora del rischio paventato dal presidente del Consiglio: che l'Italia possa diventare la Disneyland d'Europa, il suo parco divertimenti. È naturale interrogarsi, è sacrosanta anche la reazione morale. Più utile è cercare di capire i meccanismi che muovono il grande affare del calcio, indagare le ragioni che portano un imprenditore abile, attento anche agli umori della gente, direi al «consenso», a ritenere investimento redditizio pagare sei cifre miliardarie per un giocatore di pallone.
L'acquisto di Lentini è stato praticamente contemporaneo all'annuncio che la Fininvest aveva raggiunto l'accordo con l'Uefa per l'esclusiva dei diritti tv per le partite di Coppa dei campioni nella fase successiva ai due turni eliminatori, quando il torneo si sviluppa su due giorni all'italiana (manca dal cantiere Fininvest la finale della Coppa, perché per precedente contratto i diritti spettano alla Rai). Si tratta di 24 partite, di 6 turni, quindi di 6 serate, al mercoledì sera, alle 20.30. Il prezzo pagato è di circa 20 miliardi, più di 3 miliardi per ogni partita trasmessa in diretta, il doppio di quanto la Rai pagò per avere i diritti della precedente edizione. Allora era in gara la Sampdoria.

Quest'anno torna in Coppa il Milan. Se il Milan supera i primi due turni di qualificazione, sono garantite 6 serate con la squadra di Berlusconi protagonista nella Coppa più prestigiosa. Quanto sarà il pubblico, quanto renderà in pubblicità? È in questa logica che meglio si può cogliere la possibile redditività di investimenti così forti per acquistare un calciatore, per acquisire i diritti tv di una Coppa.
Naturalmente, lo sport in sé fatto di logica tende a cambiare natura e funzione; alla competizione, alla sfida agonistica si sostituisce la funzione commerciale, di veicolo pubblicitario. Insomma, lo sport, soprattutto il calcio, è un affare. A maggior ragione, è indispensabile porsi il problema delle regole. Con regole fragili si formano posizioni di teledominio, che rendono nulla la competizione, che quindi rischiano di dare per scontato il risultato. Allora, passione, gioia e sconforto non ci saranno più. Non ci sarà più neppure l'affare. Forse occorre ripensare in chiave moderna al ruolo dello sport, nel quadro della crisi della democrazia e della politica, di fronte a suggestioni plebiscitarie, che potrebbero anche da noi assumere le forme del videopotere.
Nel contratto con l'Uefa Berlusconi dà prova di essere manager nient'affatto avventato, attento anche a non provocare eccessivi squilibri. Secondo i dati circolati Berlusconi pagherebbe i 20 miliardi all'Uefa parte in contanti e parte in spazi tv a disposizione dell'Uefa, prima dall'inizio della partita e nell'intervallo tra i due tempi, da riempire con pubblicità. È su questa disponibilità di spazi pubblicitari che occorre soffermarsi, perché innovativa e disruptive sul mercato. Solo la Fininvest può farlo, non certo la Rai, non solo perché ha minori spazi disponibili per la pubblicità, ma perché l'attuale meccanismo legislativo glielo impedisce. Quindi, di fatto si crea un grande squilibrio a favore della Fininvest. Possono altri privati entrare in competizione usando gli stessi sistemi? Teoricamente sì, nella pratica dominante della Fininvest nel settore pubblicitario tenderebbe quindi, con questi ultimi eventi, ad accentuarsi, acquisendo dimensioni internazionali.
Raggiunto l'accordo con l'Uefa, la Fininvest ha proposto alla Rai di fare a metà: metà spese, metà delle partite del Milan. Una spartizione uguale a quella concordata per la Formula 1, quando la Rai pagò oltre un miliardo l'Ueno 8 gran premi, mentre l'anno precedente le era bastato un miliardino per averli tutti. Fu questo l'aspetto più clamoroso della cosiddetta pax televisiva, perseguita dopo l'arrivo di Gianni Pasquarè alla direzione generale della Rai. Ma questa volta la Rai non è stata al gioco e ha detto no. Ha ritenuto eccessiva la spesa, sbagliato incrociare il concorrente sul terreno da esso scelto.
Vuol dire che la Rai, persa gran parte delle partite di Coppa dei campioni, deve cercare di assicurare, egualmente e a prezzi non esagerati, informazione e spettacolo sportivo. Rimane, tuttavia, il problema dell'inadeguatezza delle norme che regolano il mercato pubblicitario, troppo incerte e labili, che consentono a chi è già forte di costruirsi posizioni dominanti irrisolvibili, con effetti devastanti sul mercato, che si estendono per onde concentriche ad altri campi e settori. Ad esempio, da alcune vicende sportive alla politica. Il passaggio non appare per niente forzato. Il decollo Fininvest coincide, agli inizi degli anni '80, con la clamorosa irruzione del gruppo ir alcuni eventi sportivi (ricordate il «Mondialito») ma anche grazie ai contemporanei e forti appoggi politici che poi accompagneranno sempre Berlusconi.
Tanto più che non è finita. Al turbinio di miliardi che in questi giorni avvolgono il calcio italiano, si accompagnano altri squilibri miliardari, quelli con i quali la Fininvest vuole portar via alla Rai i diritti tv del campionato di calcio e quel che alla tv pubblica resta della Coppa Italia. Il contratto triennale Rai-Lega calcio scade a fine campionato 1992-93, la Rai paga 110 miliardi all'anno. La Fininvest ha offerto il doppio, persino il triplo, si dice; pare certa l'offerta di 250 miliardi all'anno.
Ci si domanda: perché pagare il doppio, dov'è la convenienza? Si tratta di una azione «politica» per intimidire e indebolire la Rai anche al cospetto dell'opinione pubblica? Una Rai senza campionato di calcio farebbe molta più fatica a riscuotere il canone. Ma, a par-



te questa motivazione «politica», perché far suonare già oggi tamburi di guerra per diritti che scadono tra un anno? Ancora una volta bisogna guardare alla complessità delle strategie berlusconiane. In questo caso, sotto la montagna di miliardi fatti balenare per il campionato di calcio c'è la tv a pagamento. È probabile che non soltanto Telepiù 2, ma anche Telepiù 3 - le tre reti hanno in Berlusconi l'azionista ma soprattutto lo stratega di riferimento - venga dedicata allo sport, coppa Uefa e campionato di calcio: almeno, per quel che riguarda il campionato, una partita in diretta che Berlusconi, se riuscirà a strappare i diritti alla Rai, sogna di trasmettere in diretta al sabato. Ma in una tale ipotesi al leader della Fininvest non solo sarebbero concesse tre reti di proprietà, il controllo di fatto delle tre Telepiù e tutto quanto il resto, ma anche il controllo degli sport più popolari e, per di più, coinvolgati in canali televisivi per accedere ai quali lo spettatore deve pagare. Tutto ciò pare una assurdità, una roba da paese sudamericano. La scadenza per le concessioni alle tv private è vicina. Il 26 agosto, ma forse, alla luce di quanto sta accadendo e di quel che si prepara, una pausa di riflessione sarebbe più che opportuna. Paperoni dei Peperoni è già in azione; Amato non vorrà mica esser l'Archimede Piatigorsky della nuova Disneyland?

24 ORE GUIDA RADIO & TV

THE CULT IN CONCERTO (Videomusic, 12.30). Registrato a Firenze durante il Ceremony Tour '91, il concerto ripropone il meglio delle ultime composizioni del gruppo fondato da Jan Astbury. Alle 21, sempre su Videomusic, ancora un concerto, questa volta con Peter Gabriel.
CACCIA AL TESORO NEI CASTELLI VALDOSTANI (Raiuno, 16.10). È un gioco spettacolo, che vede opposte una squadra di ragazze e di ragazzi rispettivamente in rappresentanza delle località di Cervina e Courmayeur. Obiettivo: scoprire il tesoro nascosto nel Centro Congressivo di St. Vincent. La trasmissione, in onda ogni settimana, vede Jo Squillo in veste di conduttrice. Ospiti, fra gli altri, il gruppo ragamuffin dei Pitura Freska.
IL NUOVO CANTAGIRO 92 (Raidue, 21.25). Sesta tappa del tour canoro d'Italia che si ferma oggi all'Acquafan di Riccione. Big ed esordienti si affrontano nelle eliminatorie del secondo girone. Come di consueto, appuntamento doppio in diretta: nel pomeriggio, con la conduzione di Gianfranco Agus e Laura Fontana, in serata con Mara Venier, Gino Riviccio e le «incursioni» di Fiorello.
DRIVE IN STORY (Italia 1, 20.30). Replay, parte due, per la fortunata trasmissione comica ideata da Antonio Ricci. Seconda scelta, dopo quella realizzata lo scorso anno, dei brani più divertenti trasmessi nelle diverse edizioni del programma. Qua è là, oltre agli spezzoni demenziali, i protagonisti ricordano episodi curiosi accaduti dietro le quinte.
MATLOCK (Telemontecarlo, 20.35). Un'estate all'insegna del «giallo» con uno dei telefilm più seguiti d'America. Protagonista l'avvocato Ben Matlock, eccentrico ma mite principe del foro di Atlanta. La serie andrà in onda tutti i giorni, a partire da oggi, fino al 5 settembre.
QUELLA MEMORABILE SERATA... (Raiuno, 22.20). Replica della indimenticabile serata d'onore di due anni fa in occasione dei Mondiali '90 dedicata a questi tre giganti della musica lirica. È il sottotitolo la dice lunga: «Cronaca di un sogno che sembrava impossibile...»
NONSOLOMODA (Canale 5, 23.00). Una speciale sulla Defender Cup 4X4, che si è disputata all'isola d'Elba, tema centrale della puntata. In gara non piloti professionisti, ma cittadini qualunque semplicemente in possesso di Land Rover che saranno impegnati in prove di guida, orientamento, fisiche e di meccanica.
SORGENTE DI VITA: IL BUNKER DI HITLER (Raidue, 23.50). Le prime, esclusive immagini del bunker di Hitler, recentemente riscoperto a Berlino, saranno proposte nella rubrica di vita e cultura ebraica. In primo piano, una riflessione sulle destinazioni future del bunker: distruzione perché non diventi un simbolo per i nostalgici del nazismo, oppure restauro per farne un monumento nazionale? (Adriana Terzo)

Table with 6 columns and multiple rows of TV program listings. Columns include Raiuno, Raidue, Raitre, TMC, Odeon, Tele+, and Radio. Each cell contains program titles, times, and brief descriptions.