CALCIO

Terremoto nelle trasmissioni sportive: a picco l'audience
Rai e Fininvest perdono oltre quaranta milioni di spettatori
Crollano «90° minuto», «Domenica sportiva» e «L'Appello»
L'unico ad aumentare il pubblico «Il Processo del lunedì»

Calcio nel buio

1993, fuga dallo stadio in salotto

Una voragine. I telespettatori scappano, non guardano più il calcio in tv. E crollano gli ascolti: nei primi 5 mesi e mezzo, le trasmissioni sportive di Rai e Fininvest, rispetto allo scorso campionato, hanno perduto 38 milioni di ascolti e quasi il 10% di share. La colpa? Il coro di conduttori e giornalisti: «Un campionato senza equilibrio», «c'è il sole e la gente esce». Ma forse c'è dell'altro.

ADRIANA TERZO

ROMA. Dovevano essere notti magiche davanti alla Tv a palpitare per l'ultimo gol di Signori o per l'ennesima goleada di Balbo. Pomeriggi incantati a seguire le prodezze di Peruzzi o Pagliuca. E invece, di fronte agli occhi attoniti di conduttori e giornalisti sportivi, si è consumato il «tradimento». Telespettatori come desaparecidos, centinaia di migliaia di persone che, dall'inizio del campionato a oggi, hanno trovato di meglio da fare che guardare il calcio in tv.

Una voragine, un calo inesorabile e vertiginoso. I confronti con i dati dell'anno scorso non lasciano dubbi. E non si tratta di cifrette da poco: nei primi cinque mesi di programmazione le trasmissioni sportive della Rai e della Fininvest, rispetto allo scorso campionato, hanno perduto complessivamente oltre 40 milioni di ascolto e quasi il 10% di share. Crolla «Novantesimo minuto» (anche se «Bisteccone» Galeazzi non vuole ammetterlo), in picchiata «La domenica sportiva» (e più realisticamente Tito Stagno allarga le braccia e ammette di non sapere più cosa inventarsi), naufragano «L'appello del martedì» e «Domenica stadio» su Italia 1, entrambe condotte da Massimo De Luca: da sole, hanno perduto otto milioni di ascolto. Tenere la gente incollata al televisore come una volta? Non ci riesce più neanche la sgangherata banda dei «Gialappa's» in «Mai dire gol» con tanto di Gene Gnocchi e Teo Teocoli. I numeri lo confermano: questa specie di blob dedicato alle papere domenicali del pallone, nelle tre puntate del primo, dell'8 e del 15 febbraio ha perso complessivamente 242 mila ascolti.

Allora, il calcio non «tira» più come una volta? Profetiche furono le parole di Chiambretti durante lo scorso Mundial: «La televisione non scherza: se da una parte ha dato lustro e popolarità a questo sport, dall'altra lo ha anche massacrato». Sarà pure vero, ma certo questa non è una ragione che possono accampare anche conduttori e ideatori. E infatti, nonostante lo sfascio sia davanti agli occhi di tutti, per loro (e se ne capiscono le ragioni) c'è sempre una difesa d'ufficio del loro operato, delle scelte, del tipo di programma mandato in onda. La verità è che non sanno più che pesci prendere.

E così, c'è chi se la piglia col bel tempo che caccia fuori casa tifosi e relative famiglie e chi dà la colpa a questa apocalisse delle tangenti, chi spiega che comunque la gente non ne può più di un campionato ormai senza mordente e chi, invece, accusa addirittura i dati di ascolto giudicandoli «fuorvianti». «La crisi? Mah, credo si tratti più di un assestamento che non di una vera e propria emigrazione dei telespettatori - è l'opinione di Maurizo Vallone, vicecaporedattore della testata sportiva del Tg2 -Certo, ci sono troppi programmi sportivi e dunque una maggiore dispersione. Ma l'interesse per il calcio non è morto». Fuori dalla mischia, Gad Lerner (che si autodefinisce «interista sfegatato militante») punta invece l'indice proprio sulla qualità di questa Tv: «Di chi la colpa? A parte questo campionato ormai ammazzato dal Milan, per me c'è di mezzo la cattiva qualità dei conduttori televisivi e di molte trasmissioni». Cioè? Secondo l'ideatore e conduttore di «Milano, Italia» in onda tutti i giorni su Rai 3, «non c'è più *appeal*. Finché c'erano le notizie era più facile, anche per le mezze calzette, stare dietro in modo pregevole a tutto ciò che succedeva. Ora, con un campionato decapitato e con pochissime notizie davvero interessanti, la debolezza risulta maggiore».

In tutto questo marasma, gongola il «bischero» Biscardi. Gongola per il suo «Processo del lunedì» che, in totale controtendenza, fa aumentare gli ascoltatori: dopo tredici anni di indefessa presenza e dopo un inizio di stagione stentato, oggi guadagna più di 2 milioni di telespettatori e lo 0,7% di share. Sarà perché al lunedì sera c'è poca concorrenza? O perché chi guarda il «Processo» lo fa solo per sbeffeggiare l'«indegna gazzarra»? Difficile dire. Gianfranco De Laurentis, caporedattore sportivo del Tgs 2, ha una sua opinione: «Perché è la codificazione di cose che già si davano, ma in forma molto più ridotta. Il «Processo» le amplia e le snocciola in un classico talk shaw trasferito nel mondo dello sport». Più sferzante Galeazzi: «Il «Processo»? Va bene solo se c'è il personaggio, quando parla di sport non «tira» più».

Per una trasmissione sportiva che va benino e trascina gli ascolti della terza rete Rai, però, ce ne sono altre dieci che quasi colano a picco.

La Cenerentola della Rai è «Scusate l'anticipo», nata solo quest'anno, in onda il sabato per un'oretta dalle 18.20 su Rai 3. Ha tutto meno degli altri: a cominciare dai soldi (occupandosi di anticipi sportivi, si avvale dei corrispondenti Rai già «in missione» per il giorno dopo) a finire agli spettatori, un milione di media a puntata. Anche qui imperversa la crisi dei «desaparecidos»? «Sì, ammette Michele Gianmarioli che conduce il rotocalco insieme a Irene Mandelli -. Ma dalla nostra abbiamo valide difese: siamo appena nati - solo sei mesi di programmazione -, i nostri trasmettitori non arrivano in tutta Italia e non ci dedichiamo solo al calcio ma anche a tutti quegli sport cosiddetti "minori". Detto questo, ritengo che abbiamo avuto un grosso successo». Una formula semplice, con i protagonisti dello sport alla ribalta, «Scusate l'anticipo» si configura come un programma di cronaca sportiva varia. «Cambiare? No - conclude il vicedirettore del Tgs 2 - il canovaccio, anche per la prossima stagione, rimarrà lo stesso. E, particolare non trascurabile, rimarremo un programma a costo zero».

Non si salva dalla crisi «Domenica gol», in onda su Rai 3 e condotta da Silvio Sarta. Allora, che fare? «Per il futuro, auspico un maggior equilibrio di forze nel campionato - aggiunge Lerner - e la soluzione non può che essere una sola: o si rafforzano le altre squadre oppure si indebolisce il Milan. Certo, mi fa paura il pensiero che magari l'anno prossimo anche altri grossi imprenditori decidano che sul calcio occorre fare strategia aziendale invece che mettere soldi per divertirsi. Questa non è più lotta fra squadre di calcio, è una battaglia fra aziende».

IN TV LA PAURA FA 90

TRASMISSIONI		TOTALE Ascolti '91-'92	TOTALE Ascolti '92-'93	DIFFERENZA
NOVANTESIMO MINUTO	Rai1	157.063 (share medio 45.01)	144.642 (share medio 41.98	-12.421 -3,03
DOMENICA SPRINT	Rai2	109.880 (share medio 20.95)	100.204 (share medio 18.4	-9.676 -2,55
DOMENICA SPORTIVA	Rai1	71.672 (share medio 19.15)	63.874 (share medio 19.52	-7.798 +0.37
PROCESSO DE LUNEDÌ	Rai3	53.270 (share medio 10.009)	55.529 (share medio 10.708	+2.259 +0,7
PRESSING	Italia 1	40.809 (share medio 12.18)	38.610 (share medio 12.76	-2.199 +0,58
APPELLO DEL MARTEDÌ	Italia 1	35.449 (share medio 16.32)	31.588 (share medio 12.81	-3.861 -3,51
GUIDA AL CAMPIONATO	Italia 1	29.595 (share medio 8.61)	28.795 (share medio 7.51	-800 -1,1
DOMENICA STADIO	Italia 1	26.239 (share medio 11.42)	22.122 (share medio 10.32	-4.117 -1,1

Il totale (cifre in migliaia) è stato ricavato dalle somme delle puntate delle due stagioni televisive. Rilevamenti da dati Auditel validi sino alla 20ª giornata di campionato di serie A (14 febbraio 1993). Share = percentuali d'ascolto rispetto a quello complessivo.

Mariella Scirea da quest'anno compagna di viaggio di Aldo Biscardi (in alto in studio)

BISCARDI

Non siamo schiavi del campionato

Il calcio è campanilismo, vive sulla possibilità di rivaleggiare ad armi pari: e in questo campionato non ci sono duelli. Insomma, è un campionato senza equilibrio. E questa, secondo me, la prima vera ragione del crollo dei telespettatori. Di calcio in tv, poi, ce n'è davvero troppo: la gente va in gita, torna, e trova tutto quello che vuole, dappertutto. Insomma, i programmi sono cresciuti a dismisura. Il crollo c'è e si vede, ma non riguarda il Processo che invece aumenta. Come mai? Perché non andiamo dietro al rigore, a vedere se c'era o non c'era. A meno che non si tratti di un penalty che può decidere una retrocessione. Insomma, non siamo schiavi del campionato. Ci sono tante di quelle cose di cui parlare, che so le donne nel calcio, l'austerity, i debiti del paese. Per esempio, se la gente non va allo stadio, noi lo diciamo. Ma il calcio non ha stancato, assolutamente. Soluzioni per il futuro? Ci vuole un calmiere, secondo me, nell'acquisto dei giocatori. Sia chiaro, secondo me il Milan non ha rubato niente a nessuno. C'è stata grande managerialità nealla scelta dei calciatori, grande professionismo. Ma non si possono tenere sei stranieri in panchina se magari ne bastano tre.

GALEAZZI

Non c'è più l'agonismo solo noia

Giampiero Galeazzi, conduttore di «90° minuto» su Rai 1. «Il mio programma è calato? Non poteva essere diversamente, siamo sempre stati al di sopra delle nostre aspettative, cioè sopra i 6 milioni di telespettatori. Mi aspettavo il crollo, e invece non è stato così. Del resto, che colpa abbiamo noi se sono cinque domeniche che c'è sole dappertutto da Trapani al Passo dello Spluga? Sfido chiunque a tenere in casa la gente con queste belle giornate! E poi c'è da dire una cosa: di questo campionato, ormai, non interessa più niente a nessuno. È in assoluto uno dei più brutti della storia del calcio. Non c'è agonismo, le grandi società vanno male ma non malissimo. Siamo nella situazione peggiore. Non capisco come facciano i nostri giornalisti della carta stampata a trovare tutti i giorni uno spunto, un'idea per scrivere. Sono bravissimi, molto più di noi. Il futuro? Il calcio deve trovare le sue ragioni nella classifica, con un equilibrio fra tre, quattro squadre. Per quanto mi riguarda, se penso che siamo partiti pane e acqua, fin troppo bene va. Certo, io mi sento un po' stretto e non solo metaforicamente nello studio che ho a disposizione. C'è troppa staticità e io ho bisogno di dialogare.

DE LUCA

L'interesse si è spostato sulla politica

Massimo De Luca, conduttore dell'«Appello del martedì» e di «Domenica stadio» su Italia 1. «Sì, il calo è evidente. Però i raffronti sono sempre un'operazione relativa perché nessun anno è uguale all'altro, e questo vale anche per il campionato. In questa stagione di sicuro c'è minore tensione emotiva e meno passione. Secondo me, a parte le analisi sullo specifico, la gente è più interessata ai grandi eventi sociali e politici che al calcio. Trovo giusto e civile che in questo scenario la gente si appassioni a trasmissioni che trattano questi temi trascurando il resto. No, non darei le colpe al calcio che non tira più, anzi. Credo sia vero esattamente il contrario. Soluzioni? Nel mio libro dei sogni, e credo sia un problema che riguardi anche i miei colleghi, c'è quello di cambiare formula al mio programma. Ma già so che non sarà un'impresa facile. Anche perché, diciamolo: di grandi pensatori, nel mondo del calcio, non ce ne sono troppi. Il Milan? Mah, a pensarci bene, ha solo un punto in più in classifica rispetto all'anno scorso. E comunque, se la prima coltellata al campionato l'ha data lui, c'è chi ne ha date tante altre...

STAGNO

La domenica ormai è una sofferenza

Tito Stagno, caporedattore della redazione sportiva del Tg1. «Perché calano i telespettatori dei programmi sportivi? Secondo me perché non gliene importa più niente a nessuno. Ogni domenica è una sofferenza: 'Pensavo che quel rigore sbagliato da Rambaudi la scorsa domenica generasse un soffio, qualcosa, e invece niente. Ho l'impressione che ci sia una congiura contro lo sport. Basta vedere quel che è successo a Morioka. Ormai possiamo sperare solo nel biathlon...È vero, abbiamo perso 300 mila telespettatori a numero. Ma che cosa possiamo fare di più? Abbiamo il meglio che c'è sulla piazza. Con tutto il rispetto per Minà (per due anni consecutivi ha condotto «La domenica sportiva» ndr) non c'è paragone con la nostra super coppia Pizzul-Ciotti. Invertire la tendenza? E come? La verità è che deve cambiare campionato: ormai è solo un monologo. Forse, è anche colpa degli orari, che noi ovviamente non possiamo ritoccare in nessun modo. Perché qui in Rai è come in un ministero, non c'è flessibilità. Tutto il contrario di quel che succede nelle tivù private. Ecco, anche un piccolo passo in questo senso, sono sicuro che ci aiuterebbe».

Sollevato dall'incarico dalla Fininvest, Marino Bartoletti a riposo forzato prepara il futuro e si dedica all'hobby dei cavalli. Critica l'emittente pubblica, ritiene urgente l'accordo tra colossi

«Mi sono dato all'ippica...»

Un po' di amarezza se la porta addosso Marino Bartoletti. Anche perché, a distanza di mesi, non gli sono ancora ben chiare le ragioni del suo avvicendamento nel ruolo di responsabile dei servizi sportivi della Fininvest. Però si gusta il suo anno sabbatico. Non si sente sull'Aventino né seduto sulla riva del fiume ad aspettare il cadavere del nemico. A differenza di Cincinnato ha scelto di darsi all'ippica.

GIORGIO TRIANI

Trotta, Bartoletti, trotta: col sulky ha vinto il campionato nazionale giornalisti. «Anche se poi il titolo mi è stato revocato a tavolino; si vede che il '92 non era il mio anno». Medita e progetta. Reduce da un decennio professionale molto intenso: dall'82 all'84 presentatore del «Processo del Lunedì», l'anno successivo conduttore di una «Domenica Sportiva» da 6-7 milioni di spettatori, dall'87 al '90 direttore del «Guerin Sportivo», dal '90 al '92 alla Fininvest. Dove giunse «ammaliato dalla sirena Berlusconi». Un amore a prima vista, «un'esperienza straordinariamente importante» che naturalmente induce subito a chiedere a Bartoletti perché, allora, sia finita così precocemente. «Sono l'ultimo a cui chiederlo. Non riesco a trovare risposte, visto che oltre al lancio di nuovi programmi tutti i dati d'ascolto erano favorevoli e in aumento. Al contrario di quest'anno».

Alcuni giornali hanno scritto che la sentenza è dello stesso Berlusconi: «Bartoletti è cupo».

Non ho idea se abbia detto così: di certo non a me. Un amico, per consolarmi, mi ha detto «meglio cupi che pupi». A me resta l'orgoglio di sapere che gli spazi, le idee e gli uomini su cui si regge quest'anno la programmazione sportiva della Fininvest sono esattamente gli stessi su cui e con cui ho lavorato io. Come dire? La mia opera continua.

Una bella soddisfazione. Mai però come quella, stando a quanto ha scritto «Repubblica», di aver preso per lasciare il posto anzitempo 2 miliardi e 300 milioni.

Sono sciocchezze che ho già smentito. Ho preso e continuo a prendere come da contratto. Formalmente sono ora un consulente della Fininvest, con l'impegno da essa richiestomi di non condurre trasmissioni su reti concorrenti per almeno un anno.

Considerato anche che gli ascolti di questa stagione sono calati enormemente per tutti penalizzando in proporzione più la Fininvest della Rai. Perché Bartoletti era meglio di De Luca?

Non lo chieda a me. E comunque non è questo il problema. Stiamo ai dati, anche perché il discorso da fare è più generale. E riguarda l'appiattimento e la mancanza di creatività. Si continuano a fare le stesse cose e proprio quando la crisi imporrebbe scelte nuove. Non è un caso che l'unica trasmissione che non ha perso ma addirittura guadagnato pubblico sia il «Processo del Lunedì». Perché, fra tante critiche, Biscardi è l'unico che si sforza di offrire sempre un prodotto giornalistico rinnovato.

Parlando però di «Processo» si deve obbligatoriamente fare riferimento a Maurizio Mosca. Cacciato dall'«Appello del Martedì» e da «Guida al Campionato», queste due trasmissioni hanno perso 5 milioni di spettatori (e soprattutto l'Appello il 3,51% di share). Biscardi invece che l'ha «acquistato» ne ha guadagnati più di 2 milioni. Che ci tocca fare ora: l'elogio di Mosca?

Piaccia o meno, Mosca ha un pubblico che lo segue. E che si diverte anche quando esagera. A parer mio, da opinionista riesce ancora meglio che da conduttore. Perché dice quello che pensa, magari urlando ma con onestà. Non parla come altri per ingraziarsi quel presidente o perché mosso da interessi personali. Si sente una sorta di Pubblico Ministero dei telespettatori. Dice le stesse cose che questi vorrebbero dire. E che dicono al bar. Per questo piace.

Ma anche lei adesso essendo fuori dalla mischia può parlare liberamente. Ad esempio della partita dei diritti calcistici televisivi. Come giudica l'operato Rai?

La Rai ha gestito la sua esclusiva con grande superficialità. Se la Fininvest avesse pagato lo stesso canone, probabilmente – fatti salvi i diritti di cronaca – avrebbe presidiato gli stadi... coi carrarmati contro ogni tipo di infiltrazione abusiva. Anche perché il futuro del calcio è veramente nella televisione.

Magari pure nella pay-tv che ogni società vorrebbe in piedi convinta che lo spettacolo calcistico sia un pozzo di quattrini senza fine?

Può darsi... Sono però convinto che la pay-tv, gestita assieme, potrebbe essere per la Rai e per la Fininvest una felice occasione di compromesso. E anche di sperimentazione intelligente.

Un'ultima domanda: come cucinerà la Fininvest il Giro d'Italia? E come giudica la richiesta rivolta alla Rai di avere De Zan?

Sono convinto che la Fininvest farà benissimo e che il telespettatore avrà un servizio molto migliore rispetto agli ultimi anni. De Zan è un fuoriclasse, ma io credo molto alla fedeltà di squadra: non trovo giusto, in altre parole, che la Fininvest, dopo aver fatto uno sforzo tecnico ed economico di questa portata, non riesca ad esprimere un proprio commentatore all'altezza dell'avvenimento.

DE LAURENTIS

Lo zoccolo duro del tifo non è scalfito

Gianfranco De Laurentis, caposervizio testata giornalistica sportiva del Tg2. «In fondo, con questa crisi generale che c'è nel paese, noi siamo toccati dal calo solo marginalmente. Insomma, mi pare che ci sia sempre uno zoccolo duro che ci segue con assiduità. Certo, il Milan che ha ormai vinto da un pezzo, ha influito nel calo dei telespettatori. Però bisogna anche rammentare che il fenomeno dei mondiali di calcio era un fenomeno artificioso, l'impennata dell'audience sui programmi sportivi c'è stata solo su questa spinta. Ricette per migliorare la situazione non credo ci siano, almeno a breve scadenza. Non è facile trovare soluzioni alternative e la bacchetta magica non ce l'ha nessuno. L'importante è cercare di fare bene le cose che si fanno. Cambiare il palinsesto? Ma no, a noi va bene così. Non ci sono grandi spazi da aggiungere. Io credo che oggi il telespettatore sia attratto più da cose concrete e non abbia voglia di troppe invenzioni. Un giudizio sul nostro programma? Ritengo che «Dribbling» esca fuori dai canoni classici e che sia l'unico rotocalco capace di creare spunti di interesse. Per questo è una trasmissione premiata dai telespettatori».