

L'INTERVISTA. Parla il pubblicitario Gavino Sanna

# La «rivoluzione industriale» applicata al calcio

Un pallone si staglia all'orizzonte. Gigantesco, pervasivo. Lancia i suoi raggi in tutte le direzioni. Dalla seconda metà di giugno celebre i suoi fasti in un rito collettivo che coinvolgerà, grazie alla diffusione televisiva via satellite, l'intero pianeta. Il villaggio globale ha la sua piazza principale negli Stati Uniti, tra New York, Chicago e Los Angeles, sede designata della finale. È la quindicesima volta, nella storia, che le nazioni si sfidano per affermare una supremazia calcistica, destinata a durare un quadriennio. C'è qualcosa di nuovo sotto il sole, sotto quello italico almeno, così sensibile alle lizze pallonare? Che, sembra di poter dire, tutto si fa pallone. Sotto il segno di una, in apparenza, stringente necessità di semplificare. Tutto parla, nella penisola, il linguaggio semplice, dunque di facile, immediata comunicazione, ergo universale, del pallone. Il parlamento, già apostrofato in tempi bui come «aula sorda e grigia», è oggi designato come un campo su cui si misurano delle squadre, dove magari primeggia la «formazione degli Azzurri». Le bocche sono aperte nell'attesa di esplodere nel grido fatidico: gol!; che sia

poi un decreto-legge o un emendamento costituzionale, è un dettaglio marginale. Conta il clima, la passione, la tensione sportiva. E, va da sé, il risultato: la vittoria. C'è una squadra che, in termini di calcio giocato, vince tutto quello che è possibile vincere. E la massima dal sapore benthamiano «L'importante è vincere», epitome dell'utilitarismo agonistico, assurge ad assioma sociale. La squadra di calcio perde le sue caratteristiche, smette di essere un aggregato di undici signori che gareggiano a mezzo di pedate, più o meno sapienti, ad una sfera di cuoio, che osservano delle regole valide soltanto nel ristretto rettangolo in cui si muovono. Quella squadra si trasforma in un imperativo etico, il modello cui uniformarsi in ogni occasione, in ogni momento della propria vita quotidiana, su cui progettare la propria esistenza. Il pallone non è più pallone, strumento di una piacevole e proficua parentesi ludica. È un fantasma che si aggira per tutti i meandri della società, che aggredisce tutti gli spazi della vita. Senza lasciarle un attimo di respiro, la possibilità di sottrargli.



Michele Porro/Ap

**GIULIANO CAPECELATRO**

«Credo che oggi non si possa più parlare di calcio partendo dal pallone. Un tempo il calcio aveva delle radici straordinariamente avventurose. Era la grande conquista. E perciò era uno sport con la maiuscola. Poi questi elementi, dello sport, e del calcio in particolare, si sono opacizzati».

Un fenomeno strano e complesso che, almeno in Italia, attraversa e condiziona l'esistenza quotidiana, non solo, ma anche la struttura stessa del vivere sociale, come è apparso clamorosamente al tempo delle ultime elezioni. Che è ancora gioco, spettacolo, nella forma, ma è qualcosa d'altro, e di molto di più, nell'immagine con cui si presenta e si impone a un pubblico che non è più circoscritto alle schiere dei tifosi, ma abbraccia tutte le fasce sociali. Questo sembra essere il calcio oggi. La cui immagine si staglia trionfante sulla penisola, dettando le proprie regole, che si rivelano al momento vincenti. L'immagine è il campo di immagine, lo strumento del mestiere di Gavino Sanna, pubblicitario quarantottenne, sardo di Porto Torres, una lunghissima esperienza negli Stati Uniti prima di tornare in Italia, dove oggi è presidente della D.m.b.&b. e titolare della Sanna e Biasi.

Lo sport avrebbe perso la maiuscola. Però lo sport trionfa, ben al di là dei propri confini. Per quale ragione?

La maiuscola l'ha persa perché attorno al pallone si sono formati interessi grandi, dettagliati. Interessi di tipo monetario fantastici, un grande minestrone di interessi che ci propina uno sport che non è più solo sport, ma è rimasto l'ultima patina, diciamo la biancheria intima del gioco.

Sotto la biancheria, nulla? Lo sport è finito, non ha più autenticità?

Qualcosa di autentico c'è sempre, c'è ancora. E credo che si possa riconoscere nella felicità di un attimo, quando si vince una partita, una gara. Ma poi, al fondo, bisogna far quadrare i conti. E i conti si fanno quadrare con regole molto precise. E qualcosa di un po' giapponese.

In che senso?

Nel senso che molte società sono organizzate come un'industria. L'esempio tipico viene dal Milan, un tempo squadra come le altre, oggi azienda vera e propria. Con i suoi: presidenti, vicepresidenti, amministratore delegato, capi e sottocapi. Gerarchia che si ritrova anche all'interno dello spogliatoio: c'è di sicuro una forza che guida come un ufficio l'armata calcistica.

Prima era davvero tanto diverso? Be', io parlo sulla base della mia esperienza. E ricordo che, quando il Cagliari vinse lo scudetto, l'intera isola partecipò a quella vittoria. Perché il Cagliari era un manipolo

di eroi, rappresentava un po' l'avventura; era una squadra scalagnata con un allenatore straordinario, Manlio Scopigno, che portava i ragazzi in giro invece di rinchiodarli in ritiro. Per i tifosi, per i sardi, quelli erano semplicemente i ragazzi del Cagliari, che si erano mostrati capaci di compiere una grande impresa.

Poi è arrivata la «rivoluzione industriale», che ha il suo capofila nel Milan di Silvio Berlusconi. E sembra che anche il rapporto tra calcio e società abbia cominciato a cambiare. Come mai?

Non so se sia voglia di far chiarezza, pulizia. Ma è chiaro che se c'è l'organizzazione come quella di un'industria, tutto deve ruotare attorno a regole ferree e precise. L'interesse detta la sua legge. E guai a far sì che il calcio ritorni quello che era una volta, sport per lo sport. Ritengo che, arrivati a questo punto, sia l'insieme che va rivisto. È il tutto che ha assunto interessi particolari, una fisicità particolare. Ripeto, è come se lo sport per lo sport non interessasse più.

Cosa interessa, allora? Quali sono i valori che trasmette il sistema calcio?

Torniamo al Cagliari. Ho detto che cosa lo scudetto rappresentò per me, sardo, e per tutta la Sardegna. Se oggi vincono i ragazzi del Milan, c'è dietro qualcosa di più complesso, di più organizzato. È quasi l'azienda Italia che si muove

meglio. E, del resto, la vittoria dell'Italia ai mondiali, nell'82, non era soltanto la vittoria di una squadra, ma era un brandello di un'Italia diversa che si presentava al mondo, non più caratterizzata dal classico spirito garibaldino.

Uno spirito di efficienza al passo con le esigenze di una società industriale avanzata?

I giornali italiani, nell'82, insistevano sull'Italia che faceva sognare. Siamo sempre alla ricerca dei sogni, mai con i piedi per terra. Ecco, forse oggi si entra in una fase nuova, dove c'è meno sogno e più concretezza. Ma l'impressione è che la concretezza cancelli il sogno, che è l'aspetto più bello dello sport.

Il calcio come un'industria, con le sue regole. E il paese che lo segue a ruota, che ne assume a modello l'immagine e la travasa pari pari nell'agone politico. Così la politica diventa sport, e la società tutta sembra ispirarsi a parametri agonistici. È così?

È vero che una certa voglia di fare le cose alla maniera sportiva c'è stato di recente in Italia. Gran parte della personalità di Berlusconi ha questo: lui rappresenta il vincitore o il personaggio vincente di una squadra che ha vinto tutto, ben organizzata, con tutti i suoi valori sotto controllo. E che queste capacità possa portarle in politica, di sicuro la gente lo ha pensato.

Hanno ragione, dunque, quanti vedono nel calcio solo un'ideologia, che azzeri tutte le chiacchiere sui valori dello sport?

Una dose di ideologia, nel calcio, credo che ci sia sempre stata. La differenza è che oggi il calcio, invece del diploma, ha la laurea. Quanto ai valori, non è vero che stiano a zero. Da comunicare, tutte le volte che ho trovato la possibilità di usare uno sportivo, ho constatato un risultato al 90% positivo. Forse perché in una dimensione privata lo sport riesce ancora a trasmettere una sensazione di pulizia, giovinezza, conquista, forza. E certo lo sportivo, in sé, possiede questi valori.

Una parola desueta, «valori», anacronistica.

Per niente. E non c'è da vergognarsi ad usare questa parola: i valori. Esistono, o dovrebbero esistere, altrimenti dovremmo metterci a lavorare per recuperare tutto quello che abbiamo perduto.

Se le venisse offerto di curare l'immagine del sistema calcio, oggi, su cosa punterebbe?

Proporrei, per l'appunto, di ritornare ai valori antichi, veri. Facciamo mille rivoluzioni per tornare sempre indietro. E tornare indietro credo significhi riacquistare valori persi strada facendo. L'ingenuità da parte di chi sogna di riconquistare un brandello di felicità. Una maniera romantica, la mia, di vedere lo sport, come una sorta di Babbo Natale che dispensa premi e regali a tutti.

IL FATTO. A Bologna aperta la sede operativa

## Scimmesse sui Mondiali Ecco i bookmakers d'Italia

DALLA NOSTRA REDAZIONE  
**VANNI MASALA**

BOLOGNA. Se stasera la Bolivia batte la Germania, chi ha scommesso sui sudamericani si porta a casa un bel gruzzoletto. I bookmakers inglesi danno infatti in questo caso otto volte e mezzo i soldi della puntata. Chi ha scelto di scommettere sulla Germania, invece, con la vittoria tedesca guadagna appena 350 lire ogni mille puntate. La vittoria dell'Italia contro l'Irlanda è data quasi per scontata (1,55 la quota elaborata dagli odds-makers), ma anche contro la Norvegia (1,60) e il Messico (1,55) gli azzurri, secondo Londra, non dovrebbero faticare più di tanto. Per la vittoria finale, la squadra più accreditata è il Brasile (3,75); seguono la Germania (4,00), l'Italia (5,50) e l'Olanda (8,00). Vengono poi, in base ai pronostici, Colombia, Argentina, Spagna e Belgio. Se invece si vuol tentare la stangata, basta puntare i propri soldi sulla vittoria dell'Arabia Saudita: con 100 mila lire si

possono portare a casa 5 milioni. Il capocannoniere che paga meno è il brasiliano Romano (5,50), poi viene Baggio (6,00) con gli «italiani» Bergkamp e Asprilla. Dopo i gol delle amichevoli Signori è risalito in classifica fino al nono posto, mentre scarsa fiducia si ha negli exploit di Maradona, venticinquenne quotato a 40. Tali quote si modificheranno naturalmente durante il corso del torneo e sarà possibile scommettere anche durante la partita, per esempio sul risultato finale e sui marcatori nell'ordine.

Non a caso si parla di lire, poiché da quest'anno in Italia, e per la precisione in via Porta Nova a Bologna, esiste «Camelia», succursale del colosso britannico delle scommesse «Ssp International Sports Betting». Si punta su tutto quanto riguarda le manifestazioni sportive internazionali, ma non solo. In occasione delle ultime politiche, ad esempio, era possibile scommettere sui progressisti (leggermente fa-

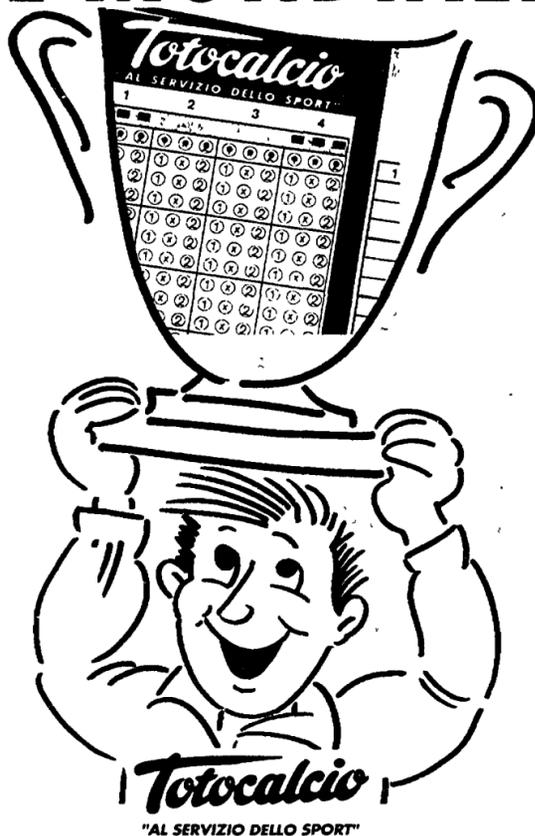
vanti) o su Berlusconi. Ciò che nei paesi anglosassoni è usanza quanto passione, da noi prende piede dopo una battaglia legale che ha visto prima la chiusura e poi la riapertura della prima sede italiana di bookmakers collegati via cavo con le centraline d'oltremare. Poco meno di un mese di attività e oltre seicento scommesse raccolte, un centinaio delle quali vincenti, a dimostrazione che l'Italia è un mercato più che promettente.

I mondiali statunitensi rappresentano la grande occasione per la quantità di eventi e l'interesse richiamato. I telefoni dei bookmakers, nei 14 paesi dove esistono succursali, ma soprattutto a Londra e Bruxelles, scottano per le continue richieste provenienti da ogni parte del mondo. E le casse di Sua Maestà esultano, poiché dal megafatturato delle scommesse legali (20 miliardi di sterline l'anno) il 10 per cento cade tuttora nelle casse del fisco, non escluse le puntate effettuate dagli italiani.

# CON TOTOCALCIO VINCI IL MONDIALE

ULTIMORA  
FINO A VENERDI  
17 GIUGNO  
GIOCA AL TOTOCALCIO

LE PARTITE DEL  
MONDIALE  
DI CALCIO.  
TI ASPETTANO  
VINCITE  
MONDIALI



"AL SERVIZIO DELLO SPORT"