

Il calcio italiano rischia di avvitarsi su se stesso. La serie A, incapace di trovare fonti di ricavo alternative, si azzanna per spartirsi i diritti televisivi graziosamente elargiti dalle pay tv. Alle assemblee di Lega, di fatto, non si parla di altro.

L'accordo sui 200 milioni correlati ai bacini di utenza, concetto introdotto dalla Legge Melandri-Gentiloni che regola la vendita collettiva, è ancora di là da venire. Sky e Mediaset, veri padroni del vapore, condizionano i calendari in nome dei palinsesti e alla faccia dei tifosi da stadio.

C'è stato un tempo in cui il termine tifoso era sinonimo di passione. Essere tifosi significava portarsi nel cuore le maglie per tutto il corso della vita, saperle sostenere nella buona e nella cattiva sorte, recarsi in massa a riempire gli stadi tra cori festanti e tripudio di bandiere.

Oggi i tifosi, con la complicità dei club, sono di fatto emarginati dal sistema. Al punto da essere tenuti artatamente lontano dagli stadi. Contano solo per contabilizzare un pugno di euro in più portato a casa per i bacini di utenza.

I sondaggi ufficiali per definire quelli relativi a ciascun club, utili ai fini della spartizione, non sono ancora partiti. Ognuno si arrangia come può.

Nel maggio 2011 Ipr Marketing, in materia, ha registrato il clamoroso sorpasso dell'Inter ai danni della Juventus. Secondo questa indagine demoscopica, la Vecchia Signora non sarebbe al momento la "più amata tra le italiane". Il club bianconero si dovrebbe accontentare di 7 milioni di tifosi, contro i 7,5 dei nerazzurri.

La replica della Juventus non si è fatta attendere più di tanto. La società di Andrea Agnelli ha commissionato una ricerca analoga a Eurisko e Cra, secondo la quale i supporters bianconeri sarebbero il 28 % del totale degli appassionati di calcio in Italia. Una cifra che varrebbe 4 milioni

di tifosi in più rispetto a quelli di fede nerazzurra.

Conteggi astrusi e anche un po' penosi. Qui la passione c'entra come i cavoli a merenda. Quando il calcio inizia a perdersi dietro a certi pantomime, scimmiettando la peggiore politica italiota, è l'inizio della fine. Poi ci si interroga sulle ragioni che hanno trascinato il sistema pallonaro italiano verso una deriva irreversibile.

La contaminazione del business sta infettando il calcio moderno oltre ogni tollerabile misura. Fa scricchiolare qualsiasi tipo di certezza. Opacizza ogni prospettiva futura. Quando si darà spazio, in Italia, a un po' di sana fantasia?

I tifosi, architrave del sistema, servono ormai solo per pompare più soldi dalle televisioni a pagamento. Proprio quelle pay tv che, grazie a presidenti immemori di un passato che seppe essere glorioso, hanno contribuito a mercificare e svilire questo sport (una volta?) bellissimo.

Sergio Mutolo

[**FONTE:** [Calcio Press](#)]