

# «Servizio pubblico, ruolo d'esempio»

## MEDIA E SPORT

(p.sp.) Lo stadio come capitale strategico per il bilancio delle società e per l'instaurazione di un nuovo rapporto con tifosi e sponsor, e l'importanza dei diritti televisivi per le casse dei club. Ne hanno parlato i responsabili Enrico Candeloro (marketing) e Massimo Candotti (ufficio stampa) del Padova nel convegno di ieri al **Bo** sul tema "Media e sport tra unità, pluralismo e mercato". Evento che si è articolato in tre sessioni: i diritti audiovisivi tra concorrenza e regolazione, la funzione e il ruolo dei media, eventi sportivi tra unità e pluralismo culturale. Ad aprire i lavori il professore **Sandro De Nardi** dell'**Università di Padova** che ha citato un passaggio del discorso tenuto martedì dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella ai giocatori di Juve-

tus e Milan per sottolineare l'importanza della correttezza per chi pratica sport. Oltre a soffermarsi sulla materia dei diritti audiovisivi sportivi, e alla distinzione tra "Listed events" ai quali è assicurata la diffusione su palinsesti in chiaro ed "eventi premium" distribuiti attraverso le televisioni a pagamento, durante il convegno è stata rimarcata l'importanza del valore etico nello sport. «Il calcio e in più in generale lo sport - afferma la professoressa **Cristiana Benetazzo** dell'**Università di Padova** - non è

**ANCHE L'ESPERIENZA DELLA SOCIETÀ BIANCOSCUDATA NEL CONVEGNO AL BO IMPRONTATO SULLA CORRETTEZZA**

solo un prodotto in grado di generare abbonamenti, ma anche un luogo privilegiato di creazione di identità e riconoscibilità delle emittenti, per cui non stupisce che da un punto di vista concorrenziale i diritti audiovisivi sugli eventi sportivi siano ritenuti fondamentali per le dinamiche dell'emittenza televisiva».

Si è parlato anche di servizio pubblico radiotelevisivo e della necessità di una sua radicale riforma per conciliare la tradizionale missione pluralista della Rai con le regole della concor-

**IL VALORE ETICO MESSO IN PRIMO PIANO DA MOLTI RELATORI I DIRITTI DI TRASMISSIONE OBIETTIVO PRINCIPALE PER L'EMITTENZA**

renza del mercato, per garantire una maggiore qualità e una maggiore diversificazione della programmazione pubblica, e un'offerta più ampia di contenuti sportivi non solo relativi ai grandi avvenimenti.

Proprio il ruolo dei media di servizio pubblico nell'età della rete è stato al centro dell'intervento di **Giulio Enea Vigevani** dell'**Università di Milano-Bicocca**: «Il servizio pubblico che ha dominato per decenni l'informazione sportiva - ha detto il professore - negli ultimi vent'anni è diventato un po' marginale rispetto alle grandi piattaforme a pagamento. Ma ha ancora un ruolo peculiare: il linguaggio della rete nello sport è sempre più improntato allo stile dell'amico-nemico e il servizio pubblico che ha come fine quello di costruire canali di dialogo potrebbe recuperare questa funzione anche nei commenti».

