

# Milan e Galliani, fuorigioco di credibilità. Come il fu stile Juve.

di Lorenzo Vendemiale, pubblicato il giorno 9 febbraio 2015 su "www.ilfattoquotidiano.it"



*Le polemiche dopo la sconfitta dei rossoneri allo Juventus Stadium sono lo specchio del calcio italiano. Che non solo è poco spettacolare e povero, ma anche schizofrenico e rissoso perché popolato da interessi e personaggi da retrobottega*

**Juventus-Milan** l'hanno vinta i bianconeri. Fuori dal campo hanno perso entrambi. Perché il giorno dopo è un susseguirsi di veleni, accuse, repliche che sfiorano l'insulto. Senza stile, da una parte e dall'altra, a prescindere da dove sieda la ragione. Un tempo le polemiche del pallone venivano combattute a colpi di fioretto, con le battute e le ironie dei grandi presidenti, in primis l'avvocato **Agnelli**, di cui il numero uno bianconero porta lo stesso cognome ma ben altro "aplomb". Oggi si usa la scimitarra, aggettivi offensivi come "ignorante" o "arrogante".

E argomenti a volte francamente insostenibili: nel corso del weekend il **Milan** è arrivato a mettere in dubbio la veridicità del "replay" del primo gol dei bianconeri (segnato da **Tevez** in posizione regolare per pochi centimetri), sostenendo che le immagini erano state prodotta dalla società di casa. Lo ha fatto più volte, su **Twitter**, per bocca di **Adriano Galliani**, anche sul sito ufficiale, con un'insistenza abbastanza sospetta su quali fossero i reali intenti della polemica. Ma di fronte all'assurdità di certe tesi sarebbe bastato il silenzio. Del resto, ci aveva già pensato **Sky** (chiamata in causa nella vicenda) a spiegare chiaramente le cose, per difendere la propria credibilità. Al massimo si sarebbe potuto pubblicare in "homepage" un bel quadro di **Piero Della Francesca**, per un ripassino di quella prospettiva che un altro "geometra" ("il miglior che fusse dei tempi suoi", come lo definiva **Giorgio Vasari**) aveva spiegato al mondo dell'arte.

Invece la Juventus ha scelto la via del comunicato ufficiale. Lungo e durissimo. Che dice tante cose, fra le righe. Non è casuale, ad esempio, la sottolineatura del ruolo istituzionale del “geometra” Galliani, vicepresidente di **Lega** (oltre che amministratore delegato rossonero). E neppure il riferimento polemico all’ “advisor/procacciatore/produttore”, la compagnia **Infront** (mai nominata esplicitamente) che cura la commercializzazione dei diritti tv della **Serie A** e che è tanto vicina alla galassia **Mediaset**. Da qualche anno in Lega calcio e in **FIGC** è in corso una guerra fra bande, che ha toccato praticamente tutti i passaggi chiave del nostro mondo del pallone (dalla rielezione di **Beretta** alla guida della Lega ai diritti TV, per arrivare allo scontro frontale della scorsa estate per la presidenza della **Federcalcio**). Quelle che un tempo venivano considerate (e si consideravano) società amiche, oggi sono in conflitto permanente. E le ruggini di certe battaglie si fanno sentire. Tanto più per il fatto che, almeno sul piano politico, la **Juventus** e Agnelli ne sono usciti quasi sempre sconfitti. Così si spiega il comunicato bianconero, ineccepibile nella sostanza, meno nella forma volutamente acrimoniosa, con il verbo “ignorare” ripetuto per ben dieci volte. Dal tono – su questo almeno pare aver ragione il **Milan** – arrogante, come scrive l’ultimo comunicato rossonero, che ha chiuso in serata una “querelle” di cui il calcio italiano avrebbe fatto volentieri almeno.

Certo, se il senso delle dichiarazioni di Galliani era deviare l’attenzione dalla crisi tecnica senza fine della sua squadra (appena 29 punti in 22 partite disputate), forse l’AD rossonero ha centrato il suo obiettivo: oggi si parla dell’ennesimo, futile polverone mediatico del calcio italiano, non degli scarsi risultati dei ragazzi di **Inzaghi**. E chissà che in futuro, anche grazie a questa diatriba, gli amici di “Infront” non possano espandere il raggio delle proprie prerogative. In quest’ottica l’operazione potrebbe anche dirsi riuscita. Ma al prezzo della credibilità di una società e del suo uomo immagine, che un tempo facevano notizia per i trofei vinti e i colpi sul mercato, oggi (quasi) solo per le polemiche. Mentre dall’altra parte della barricata lo “stile **Juve**” è morto e sepolto: ogni occasione è buona per attaccare gli avversari e continuare a combattere battaglie il cui reale interesse è lontano dai campi da gioco e interessa poco ai tifosi. Tradotto: i due giorni di **Juventus-Milan** sono lo specchio del nostro calcio. Che non solo è poco spettacolare e povero, ma anche schizofrenico e rissoso perché popolato da interessi e personaggi da retrobottega.