

A FIL DI RETE

di ALDO GRASSO


 LA VELA DIVENTA
 SPORT MULTIMEDIALE

Per la 32° edizione dell'America's Cup 2007 La7 ha fatto le cose in grande. Di più. Come se in ogni spettatore albergasse ancora il ricordo di Azzurra o del Moro di Venezia, come se dal video soffiasse una brezza leggera e, con essa, l'incanto del mare, della vela, della regata. Forse La7 ha voluto fare un omaggio al velista Marco Tronchetti Provera, forse ha soltanto cercato di battere la concorrenza di «Sailing Channel», chissà forse ha sperato davvero in un salto di qualità per gettare in mare il complesso di inferiorità nei confronti di Rai e Mediaset.

Sta di fatto che l'investimento comincia a dare i risultati sperati (siamo intorno al 4,5%, uno share superiore alla media di rete). Qualche perplessità invece sul piano linguistico.

La ragione è semplice: il grande investimento andava tentato perché La7 è solo un anello di una piattaforma molto ampia, che comprende Internet (con il sito la7.it/vela, il portale Adsl Rosso Alice, la tv via internet di Alice Home tv e il portale Alice), i telefonini (Tim) e il digitale terrestre (La7 Cartapiù). Per questo, per segmentare il prodotto, La7 ha schierato una squadra imponente capitanata da Paolo Cecinelli con i commenti di Paul Cayard e Luca Bontempelli (di vela ne sa ma è troppo invadente, troppo primo della classe) e con le interviste delle veliste Chiara Cetorelli e Cristiana Monina e di Rachele Vitello e Sara Sarni. Poi ci sono i «vecchi» Enzo Barlocco, Ugo Francica Nava e altri ancora.

L'impressione è che La7, specie al pomeriggio, si sia trasformata in un club velico, molto esclusivo, quasi ad inviti. Se non hai certe scarpe, guardi da fuori ma non entri. Tanto che qualcuno ha sentito il bisogno

di mettere delle note a piè di pagina (tipo: «Cazzare: tendere la scotta di una vela, il contrario di lascare») per non escludere troppo gli spettatori. Gli appassionati di vela, gli interpreti dei refoli di vento, i propagandisti dei giri di boa ne saranno felici, gli altri un po' meno. Per ora, in attesa delle finali, il popolo dei velisti per caso non si è ancora mobilitato.

Però, lo ripeto, l'operazione va giudicata nel suo complesso, non con criteri da tv generalista ma nella sua nuova forma di distribuzione multimediale.

www.corriere.it/grasso