

Tra serve and volley: l'immaginario eroico di Stefan Edberg

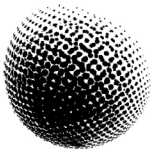
Vincenzo Del Gaudio

Università degli Studi di Salerno Paolo Diana

Paolo Diana

diana@unisa@gmail.com

Università degli Studi di Salerno



Abstract

Between serve and volley: the hero imaginary of Stefan Edberg.

This work intends to investigate the figure of Stefan Edberg from two perspectives: on the one hand the icon of Edberg within the sporting imagery in relation with the hero mythology, and on the other, starting from the particular development of the Serve and volley, as it can make us understand tennis in a mediological key. This analysis must therefore take into account the technical-tactical characteristics of Edberg's game and the relationships that the Swedish tennis player has had with the media who have built the character (Marchesini 2016). The purpose of the article is to trace the particular heroic substance of Edberg suspended between the shine of the classical hero and the duplicity of the modern hero. This heroic substance is investigated also starting from the figure that the media have built of the Swedish tennis player.

Keywords

Stefan Edberg | Serve and Volley | Medial Imaginary | Tennis Imaginary | Sport Hero

Judit: Non hai visto che ho lasciato la bicicletta appoggiata alla quercia?
Allan: sì, ho visto
Judit: e cosa significa?
Allan: Significa... che vuoi che venga a giocare a tennis.

Bergman (1958)

1. Prima di servizio: breve premessa¹

Lavorare intorno alla sostanza eroica di Stefan Edberg è quanto meno complesso. Il tennista svedese è stato tra i più particolari e vincenti attori del circuito ATP tra il 1983 e il 1996, 10 anni in cui Edberg ha vinto 6 titoli del grande slam oltre ad un enorme numero di finali, un bronzo olimpico e 4 coppe Davis con la nazionale svedese. Nonostante non sia possibile classificarlo come un perdente sicuramente non è tra i tennisti più vincenti di sempre. Allora perché il suo tennis è entrato tanto prepotentemente all'interno dell'immaginario sportivo del gioco e non solo? Il tema delle modalità e delle condizioni attraverso cui sia possibile pensare Edberg e il suo tennis in chiave eroica deve per forza di cose partire dall'analisi tecnica del suo gioco per capire perché esso è rimasto tanto a lungo e in maniera tanto persistente nell'immaginario tennistico. Tale analisi deve essere portata avanti con gli strumenti della nascente sociologia del tennis (Probert, Crespo 2015, Smith 2010, Lake 2015, Magnani, 2011) e della sociologia dello sport in generale, con un occhio particolare a quegli studiosi che hanno messo il tennis al centro del discorso sociologico-sportivo (Delaney, Madigan, 2015; Bourdieu, 1988; Martelli, Porro 2013; Porro, 2001; Lo Verde 2014; Sugden, Tommlison, 2002). D'altro canto il tema della figura dell'eroe oltre a toccare questioni relative alla sociologia dello sport tocca da vicino i temi legati alla sociologia dell'immaginario e in particolare quella branca della sociologia dell'immaginario che si è occupata principalmente di studiare le figure dell'immaginario all'interno dell'universo mediale contemporaneo (Abruzzese, 2001, 2008 e 2011; Ragone, 2015; Grassi, 2005). Insomma studiare i motivi che spingono la figura del tennista svedese all'interno di un universo eroico significa tenere presente una complessità strutturale. Tale complessità deve fare i conti innanzitutto con una posizione sicuramente minoritaria del tennis all'interno dell'immaginario sportivo rispetto alla dominanza di altri sport nonché con il fatto che Edberg rispetto ad altri tennisti ha determinato meno un'epoca; si pensi a questo proposito alla pervasività della figura di Roger Federer tanto bene narrata e studiata dallo scrittore americano David Foster Wallace (1996 e 2012). D'altro canto però il tennis di Edberg e il suo modello di tennista ha avuto un'importanza fondamentale sia tecnica: basti pensare a come nel 2013, quando in quello che sembra essere un momento di declino per Roger Federer, il tennista svizzero chiamò proprio come Edberg come allenatore per rinnovare il proprio tennis, che simbolico-iconica: basti pensare che il tennista svedese ha vinto per cinque anni di fila lo Sportsmanship award il premio come giocatore più



¹ L'articolo è stato concepito da entrambi gli autori i paragrafi 1-4-5 sono stati scritti da Vincenzo Del Gaudio i paragrafi 2 e 3 da Paolo Diana.

corretto del circuito, che dal 1996, anno del suo ritiro porta il suo nome e che il suo famigerato servizio è diventato il logo ufficiale dell'ATP.

2. Il tennis, i media e la rivoluzione della "scuola svedese"

Gli anni in cui Edberg comincia a giocare a tennis sono gli anni in cui il tennis sta diventando un fenomeno di massa. Legato da sempre a logiche di consumo aristocratiche tra la fine degli anni sessanta e la metà degli anni ottanta, anni in cui Edberg si sta formando come giocatore, il tennis diventa sempre più uno spettacolo popolare. In particolare, come ha notato Tignor, «nessuno sport è stato tanto rivoluzionato dalla televisione quanto il tennis» (Tignor, 2017: 30). Il tennis sembra essere perfetto per la televisione, la sua logica di gioco è basata sulla velocità degli scambi e sulla possibilità di produrre un punto decisivo in pratica ad ogni scambio. Ciò esalta i nuovi modelli spettacolari di fruizione legati alla logica televisiva. Tanto è vero che la prima trasmissione a colori della Bbc fu proprio la finale di Wimbledon del singolare maschile. In questi anni, in cui il tennista svedese si sta formando, un altro importante evento mediatico sarà decisivo per la formazione del suo immaginario: la diretta del tiebreak della finale di Wimbledon del 1980 tra Borg e McEnroe (Clerici, 2017). Fino a pochi anni prima, al ventennio precedente, era pressoché impossibile guardare una partita di tennis in diretta, «alla plebe era concesso di lanciare solo furtive occhiate dentro la torre d'avorio del tennis» (Tignor, 2017: 30).

È il periodo nel quale si rafforza e si impone la pattuglia di tennisti svedesi - Wilander, Nyström, Svensson, Järryd, Pernfors - che, seguendo il capostipite della scuola Björn Borg, impongono nel circuito ATP un tipo di gioco basato sulla regolarità, sulla resistenza e sulla grande solidità da fondo campo e sui colpi di rimbalzo. Questo tipo di gioco trova la sua origine nei primi anni degli anni settanta e trova la massima espressione proprio nel gioco di Björn Borg che, attraverso i suoi innumerevoli successi, manda in archivio il tennis elegante e di attacco che si era imposto a partire dal secondo dopo guerra. È anche il periodo in cui inizia una spasmodica ricerca sui materiali (racchette, palline, ecc.) che porterà ad un sostanziale aumento della velocità del gioco e ad una sua sempre crescente spettacolarizzazione. Borg e il suo tennis in quegli anni rappresentano per la Svezia un elemento di discussione e riflessione dal quale partire per affrontare questioni delicate come lo sport e la politica, l'etica delle tasse e la lealtà dell'individuo verso la collettività². Mentre Borg cominciava a vincere nel circuito professionistico imponendo il suo gioco la Svezia aveva scelto con Olof Palme la via della socialdemocrazia e del suo welfare state (Rampini, 2010), dei Folkhem e della crescita produttiva sostenibile:

² A questo proposito, per Borg, la decisione di trasferirsi a Monaco per motivi fiscali significò perdere il proprio status di idolo dello sport. Il tennista aveva dato inizio a un rapporto più complicato con il suo Paese: l'adorazione e la profonda ammirazione nei suoi confronti cambiarono proprio per la sua sfida ad un sistema sociale fondato su determinati e coesivi valori.



Björn aveva basato il proprio gioco sulla semplicità e sul controllo. Era questo che aveva imparato davanti al muro garage, i pensieri che avevano il suo modo di comportarsi: tenere la palla in gioco abbastanza a lungo, conquistare il punto. La sicurezza non era soltanto il motto di Björn, ma un prodotto svedese di successo che aveva trasformato costruttori di automobili e industrie di ferramenta in imprese miliardarie; era la scuola di pensiero sulla quale si reggeva l'intero sistema dello stato sociale (Holm, Roosvald, 2016: 116).

In questi anni, quindi l'immaginario degli svedesi si modella sul tennis e suoi eroi. In questo spazio Edberg trova la sua posizione cominciando a modellare il proprio tennis in maniera contrastiva rispetto ai cardini della scuola svedese: il giovane Edberg, convinto da Percy Rosberg, abbandona la presa a due mani convinto di favorire in questo modo le sue spiccate doti offensive; è lo stesso Edberg successivamente ad ironizzare su questo momento della sua crescita tecnica: «Non mi pare giusto che voi giornalisti parliate sempre di noi chiamandoci gli svedesi. Siamo tutti diversi, il nostro è un paese lungo come l'Italia. Non credo di avere molto in comune con un tipo come Mats Wilander: ho addirittura abbandonato il rovescio a due mani per non somigliargli» (Edberg, 2009).

È questo un momento decisivo nella crescita tecnica e tattica del tennista: da quel momento, il rovescio e la volée di rovescio divengono i suoi colpi migliori e nel 1983, all'età di 17 anni, per la prima volta nella storia del tennis vince il Grande Slam, i quattro principali tornei mondiali, nella categoria Juniores³.

Il cambiamento indotto da Rosberg può essere un momento definito rivoluzionario, specialmente in un paese come la Svezia che, come detto, aveva condensato la sua passione per il tennis attorno a un totem come Borg all'ombra del quale altri campioni stavano crescendo seguendo il suo modello tecnico-tattico fatto soprattutto di determinazione, regolarità da fondo campo e rovescio bimanuale.

Edberg irrompe con il suo tennis spettacolare, audace e spericolato sempre giocato in attacco, a dispetto della superficie e in qualsiasi situazione di punteggio. Per tanti il suo rovescio sia in *back* per il *chip and charge*, sia piatto che in top, e naturalmente il suo *serve and volley*, giocato anche sulla seconda palla di servizio, rimangono gesti di pura poesia. «I successi atletici, come quelli degli eroi e degli dèi greci, sono il raggiungimento momentaneo della perfetta forma – come se ci fosse, nascosto agli occhi mortali, un modo perfetto per eseguire un gioco, e improvvisamente un giocatore o una squadra lo scovano e ne forniscono furtivamente una dimostrazione terrena. Una grande giocata è una rivelazione. La tenda della vita ordinaria si apre, e la perfezione lampeggia per un istante davanti agli occhi» (Novak, 1976). In altri termini il tennis di Edberg si nutre essenzialmente della logica mediatica del tennis, si modella su di un tennis il cui immaginario è essenzialmente televisivo e questo farà del suo



³ Interessante a questo proposito è ciò che è accaduto durante la semifinale dello USA Open juniores. Dopo un servizio folgorante dell'allora giovane svedese la pallina colpì all'inguine Richard Wertheim che cadde, battette la testa e dopo un coma di cinque giorni morì. L'episodio segnò non solo la carriera ma anche l'approccio al campo del giovane Stefan che da allora acuì la già presente tendenza alla correttezza (Grasso 2011).

tennis un tennis perfetto per la televisione e per la produzione del corpo eroico di Edberg stesso, sospeso tra il tennista e l'icona culturale disseminata nei media.

3. Volée: l'immaginario eroico di Stefan Edberg

La questione della sostanza eroica di Edberg non può, a nostro avviso, trascendere dalle condizioni storico culturali nella quale essa si manifesta e, come abbiamo visto nel primo paragrafo, in particolare essa va messa in relazione con la "scuola svedese" da un lato e dall'altro con le modalità attraverso cui si determina l'immaginario di uno degli avversari di Edberg e cioè John McEnroe. Il primo passo da compiere per determinare la sostanza eroica di Edberg è quello di analizzare il suo tennis. Edberg è un esteta della racchetta e amante del gioco, ed è proprio intorno a tale questione che si determina una prima differenza con McEnroe; in un celebre saggio il sociologo e filosofo francese Roger Callois distingue quattro modalità di darsi del gioco: Agon, Alea, Mimicry, Ilinx (Callois, 2000). Il tennis è Agon cioè competizione, agone, come in generale vale per tutto lo sport moderno, e tale principio viene incarnato perfettamente da McEnroe che intende il tennis come un evento legato principalmente alla vittoria e non tanto alle forme per ottenerla. Per Edberg il tennis non può essere solo Agon quanto piuttosto esso ha anche una componente di Mimicry cioè una componente legata alla simulazione, al travestimento, a qualcosa di quasi teatrale, fatto di rituali che determinano la produzione di senso. Per Edberg non basta vincere ma bisogna vincere rispettando tali rituali. McEnroe intende il tennis come una sorta di guerra simulata attraverso cui sopraffare l'avversario⁴, il tennis è *polemos*, relazione polemica (Cacciari, 1994), per Edberg invece il contendere è strettamente legato alla bellezza estetica del gesto, alla ricerca della sua perfezione. Seguendo il mitologo ungherese Károly Kerényi l'eroe greco ha una doppiezza di significato intrinseca che lo lega da un lato agli déi e dall'altro nella forma omerica dell'heros che significa principalmente: «uomo nobile» (Kerényi, 1963: 19). La figura dell'eroe inoltre ha come funzione quella di portare «un insegnamento filosofico al genere umano» (Kerényi 1963:18). Kerényi mostra come il mitologema dell'eroe implica una sorta di splendore che è legato alla sua natura mortale sempre radicata nello splendore delle luce divina che ne illumina il cammino: «la luce del divino che cade sulla figura dell'eroe è stranamente mescolata all'ombra della mortalità. Ne deriva un carattere mitologico, il carattere di un essere speciale, al quale appartiene almeno una storia: il racconto che riguarda quello e nessun altro Eroe» (Kerényi, 1963: 19). A questo proposito decisiva è la lettura di Edgar Morin il quale, dalla metà degli anni sessanta del Novecento, intraprende un lavoro decisivo per comprendere la natura eroica al tempo dei media. Infatti Morin chiarisce che il cinema è lo spazio dell'immaginario diventato lo spazio entro cui si riscrive la sostanza eroica. Tale sostanza è inevitabilmente una sostanza "di massa":



⁴ Fondamentale è la formulazione che del gioco da Andre Agassi per il quale il tennis lungi dall'essere uno sport senza contatto è principalmente contatto mediato dalla pallina (Agassi, 2011)

Eroicizzati e divinizzati, i divi sono qualcosa di più che oggetti di ammirazione: sono anche oggetto di culto. Intorno a loro si sviluppa una religione embrionale. Questa religione diffonde in tutto il mondo i suoi fermenti: nessuno che frequenti le sale buie può dirsi veramente ateo, ma tra le folle cinematografiche si può isolare la tribù dei fedeli, portatori di reliquie e dediti al culto, i fanatici o fans (Morin, 1963: 71).

Se i divi in quanto eroi di massa sono al centro di una "religione embrionale", una sorta di religione civile, tanto da essere eroicizzati, allo stesso modo quando lo sport diventa spettacolo di massa produce nuovi modelli eroico-divistici. In più, in un saggio coevo a quello sui *divi* Morin mostra come la sostanza mitologica del divo non si produce solo all'interno del cinema: "I divi sono presenti in tutti i settori della cultura di massa... Mettono in comunicazione i tre universi - quello dell'immaginario, quello dell'informazione, e quello dei consigli, delle esortazioni e delle norme. Concentrano in sé i poteri mitologici e i poteri pratici della cultura di massa" (Morin, 2005: 148). Quindi la produzione eroica sportiva passa attraverso il modello di produzione mitologica che Roland Barthes ha mostrato nella suo *Mythologies* cioè attraverso una struttura comunicativa che produce una sorta di mitologia mediale, una mediologia popolare che si su in sistema di segni; per Barthes la questione mitologica non è tanto rintracciabile all'interno del contenuto quanto una questione formale, cioè la produzione mitopoietica ha a che fare con le forme che una società produce e nel quale si rispecchia (Barthes, 1994). Questo significa che, seguendo i ragionamenti di Morin e Barthes, la fondazione della sostanza eroica passa attraverso la mediatizzazione dello sport che rende lo sport spettacolo di massa e questo punto è evidentemente decisivo per la produzione della sostanza eroica sia di Edberg che di McEnroe. Inoltre è importante, per capire il modello eroico di Edberg, tenere presente un'altra importante questione: l'Edberg tennista, a differenza di McEnroe, vive una sorta di conciliazione tra il personaggio pubblico e la luminescenza del suo tennis. Eberg non urla, non sbraita e non dice parolacce o sfascia racchette, rimane schivo educato e il sguardo è imperturbabile, come l'eroe greco è mosso da un ideale. Se per McEnroe e per Borg il loro spazio di costruzione si concilia con lo spirito dominate di un tennis sempre più fisico e muscolare legato all'immaginario di un corpo sempre più performante, il tennis di Edberg sembra un ritorno quasi anacronistico al tennis classico. Per McEnroe e Borg il tennis è una battaglia che si traduce non soltanto in una battaglia contro gli avversari ma soprattutto con se stessi: «Non credo di aver mai provato un sentimento simile nei confronti del tennis. Non vedevo l'ora di giocare, ma la partita in sé era una costante battaglia contro due avversari: l'altro giocatore e me stesso» (McEnroe, 2013: 36). Per Edberg il tennis, e in particolare il suo tennis, è un modo per aderire il più possibile ai propri ideali e a se stesso. Edberg è un eroe solare, non tellurico, il cui unico scopo è quello di aderire sempre al proprio tennis che è un tennis ideale. Seguendo le determinazioni di Kerényi il tennis di Edberg fa di lui, l'heros, l'eroe, in quanto capace di gesta straordinarie, il suo tennis è un tennis dispendioso e tecnicamente complesso da giocare e si oppone all'idea ordinaria del gioco per la quale l'importante è vincere. Quindi potremmo definire la figura di Edberg





come quella di un eroe classico, lucente, il cui tennis splendente non è rivolto alla mera utilità quanto alla perfezione del gesto tecnico e alla produzione di bellezza. D'altro canto il suo tennis è essenzialmente il tennis delle origini, un tennis tecnico piuttosto che fisico. Edberg è un eroe classico anche nella misura in cui il mitologema dell'eroe in Grecia è radicalmente connesso allo sport e in particolare alle prestazioni sportive e come ha notato Richard Crepeau esso si sostanzializza in alcune importanti figure dello sport moderno (Crepeau, 1981). Proprio in quanto legata al mitologema dell'eroe classico la sostanza eroica di Edberg si oppone alla sostanza eroica di McEnroe e dello stesso Borg che a differenza del tennista di Västervik sono eroi problematici, divisi e lacerati da contrasti interiori, posti in situazioni di irrisolta tensione e conflittualità: Potremmo definire Borg e McEnroe i tipici eroi moderni, lacerati dal dubbio come Amleto, ed è il dubbio il motore del loro agire-non agire. Se l'eroe classico ha in sé la lucentezza della fede, e Edberg ha fede nel proprio tennis, ha fede nel fatto che vincere significa non soltanto prevalere sull'avversario ma più profondamente imporre il proprio immaginario tennistico, per l'eroe moderno, per Amleto, vincere implica una mancanza di fede in qualcosa di esterno al proprio io. Amleto come ha notato Turgeniev: «vive interamente per se stesso» (Turgeniev, 2004: 41), come Borg e McEnroe che sono pieni di dubbi e non credono che in loro stessi. Infine per comprendere a pieno la sostanza eroica di Edberg è utile la differenziazione che fa Joshua Shuart tra eroe e eroe sportivo mettendo in relazione questi termini con il concetto di celebrità:

HERO: distinguished person, admired for their ability, bravery or noble qualities and worthy of emulation.

CELEBRITY famous person

SPORTS HERO status given to one who succeeds in sport and reaffirms the American value structure

SPORTS ANTI-HERO athlete who does not affirm the predominant value system in American society

CELEBRITY ENDORSER well-known person used in advertisements, whose function it is to sell products (Shuart, 2007: 13)

Per Shuart laddove l'eroe viene definito dalle proprie abilità e dal proprio coraggio o nobiltà, l'eroe sportivo viene definito dalle proprie vittorie. Shuart⁵ inoltre definisce due modelli di eroi sportivi, quelli che affermano i valori dominanti della società e quelli che se ne discostano (gli antieroi). Edberg prima di essere un eroe sportivo è un eroe *tout court* nel senso che al centro della propria figura troviamo valori come la nobiltà e la correttezza, in aggiunta è un eroe sportivo in quanto è sicuramente simbolo di valori condivisi che rappresentano valori positivi per la società. Le figure Borg e McEnroe invece sono più ambigue: se da un lato essi rappresentano la perfetta incarnazione dell'eroe moderno legato alla crescente preformatività del corpo come strumento di perfezione e dunque incarnano i valori corporei della società moderna, dall'altro entrambi vivono sempre un rapporto conflittuale con tali valori che li porta

⁵ Il discorso di Shuart si concentra sulla società americana ma a nostro avviso può essere agilmente esteso.

spesso sia in campo che fuori a trasgredire alle regole di quella stessa società. Per motivi diversi sia Borg che McEnroe sono sia degli eroi che degli anti-eroi, d'altronde l'eroe moderno è l'eroe del conflitto e della contraddizione.

4. Dritto: Edberg come supereroe

La carriera di Stefan Edberg ci ha mostrato come il modello eroico da cui partire è legato ad una doppia valenza: da un lato il suo avvicinarsi, almeno dal punto di vista della costruzione dell'immaginario, all'eroe classico che si trova a dover fare i conti con l'epoca moderna e i suoi eroi e dall'altro esso si trova a dover fare i conti con la sostanziale inattualità di questo stesso modello eroico. Tale modello in prima istanza viene a configurarsi non soltanto dal modo attraverso cui la figura di Edberg va definendosi nell'immaginario, bensì esso viene veicolato principalmente dal suo tennis. Il tennis di Edberg è un tennis senza compromessi, un tennis senza dubbi, la cui principale caratteristica è quella di andare alla spasmodica ricerca del gesto ideale, del gesto perfetto, che si configura a partire dalla tensione tra utile e bello, tra dimensione estetica e dimensione pratica del gioco. Edberg vuole vincere, ed ha vinto abbastanza in carriera, ma vincere non è l'unico scopo del suo gioco, vincere per Edberg significa farlo attraverso il proprio gioco, la propria idea di gioco che è legata ad un gioco tanto bello e spettacolare quanto dispendioso. Partendo dagli studi sul fumetto e in particolare gli studi di sociologia del fumetto (Frezza, 1978, 1995, 1999, 2017; Brancato, 1994, 2008; Pellitteri, 1998) è possibile pensare ad un'altra dimensione dell'essere eroico da mettere in relazione con la figura che il tennista svedese incarna all'interno dell'immaginario: la figura del supereroe (Baio, 2006; Zehr 2008; Nevins 2017; Greene, Roddy, 2015). È chiaro che la figura del supereroe, a partire dall'inizio del secolo scorso, pur avendo una tradizione molto lunga nella storia del pensiero occidentale (Nevins, 2017), assume una grande centralità che non può essere chiusa solo all'interno dello spazio del medium del fumetto bensì essa apre ad una vera e propria colonizzazione intermediale e transmediale che abbraccia cinema, televisione, fumetto e videogiochi (Tirino, 2018; Jenkins, 2006). Seguendo il ragionamento di Gino Frezza sono tre le fasi di produzione dal punto di vista dell'immaginario del supereroe dello «sdoppiamento, della doppia identità e della mutazione» (Frezza, 1995: 11). In questo orizzonte il primo momento, che viene fatto coincidere dall'autore con il momento legato al fumetto delle origini, ci troviamo di fronte al mito dell'eroe che apre ad una sorta di percorso circolare a partire dal quale ci troviamo di fronte ad «un individualità eppure scissa dell'eroe» (Frezza, 1995: 11) per cui l'eroe non vive un vero e proprio sdoppiamento. Lo sdoppiamento si concretizza in una seconda fase che si aprirebbe 1938 con la nascita di Superman, in particolare tale sdoppiamento determina una sorta di potenziamento del corpo in chiave tecnologica. Questo implica una nuova configurazione del corpo eroico che si gioca a partire dall'immortalità del corpo del supereroe e il suo alterego che si prende carico di tutto il residuo mortale che viene espulso dal mitologema eroico. In questa seconda fase lo sdoppiamento è anche uno sdoppiamento simbolico determinato dalla differenziazione del corpo





mediate il costume che apre a due diverse costruzioni dell'identità distinte e divergenti tra loro, quella eroica e quella quotidiana. Il terzo momento è legato alla mutazione del corpo, non ci troviamo più di fronte ad una scissione ma ad una vera e propria mutazione. È chiaro che il ragionamento di Frezza è inserito all'interno del universo dei comics e che quindi il suo nucleo fondante non può essere spostato all'interno di un'altra serie di ragionamenti, inoltre l'autore mette in relazione il supereroe con l'eroe tecnologico (Frezza, 2013: 87-114) figura che nel caso di Edberg deve essere messa in campo con cautela considerato il fatto che in linea di principio il tennis nasce all'alba del secolo scorso e che proprio in quanto legato allo sviluppo tecnologico dei materiali, oltre ad essere in sé uno sport tecnico legato a protesi meccaniche del corpo, lega i propri eroi in generale alla figura di un eroe tecnologico. È chiaro quindi che non è possibile pensare Edberg come un vero e proprio supereroe ma allo stesso, a nostro avviso, a partire dal mitologema del supereroe è possibile fare luce su di un altro aspetto simbolico molto importante dell'essenza eroica di Edberg. Il tennista svedese vive un vero e proprio sdoppiamento determinato anch'esso da un costume, la tenuta da gioco. Il freddo svedese riservato e poco avvezzo alla comunicazione pubblica in campo incarna un modello di tennis estremo e dispendioso. Infatti il suo tennis, come un novello supereroe, è legato ad una sorta di superpotere, un unico colpo sul quale fondare il proprio successo: il serve and volley. Tale colpo è legato ad una modalità di intendere lo spazio del gioco: l'avversario diventa ininfluenza come sono ininfluenti le diverse condizioni esterne (atmosferiche, di superficie ecc. ecc.). Il tennis di Edberg è sempre alla ricerca di una riduzione dello spazio e soprattutto una riduzione del tempo, il serve and volley ha come caratteristica principale quella di chiudere il punto nel più breve tempo possibile, con un massimo di tre colpi. Per l'Edberg eroe tennistico tutto il vissuto e il quotidiano non conta, il serve and volley rappresenta una sorta di *epochè* che sospende il modello del tennis vigente, ne sovverte le regole, è l'unico colpo, il superpotere, a partire dal quale cercare la vittoria. In questi termini possiamo parlare di un Edberg antiquotidiano che indossando il costume, la tenuta da gioco, diventa l'eroe del serve and volley. Il "potere" del serve and volley però non è infallibile e la sua efficacia, seguendo il tennis dello svedese, non è determinata dall'avversario contro cui si gioca, ma da se stesso, dalla precisione del gesto e dalla coordinazione tra il corpo e la mente che spingono la precisione del gesto ai limiti estremi. Inoltre il serve and volley è legato profondamente alla sostanza mediale dell'evento tennistico. La spettacolarità del serve and volley ha a che fare con la sostanza mediale del tennis di Edberg. Il tennis di Edberg è fortemente legato alla costruzione mediatica dell'evento sportivo. Tale costruzione si basa sulla spettacolarità dell'attimo che, come ha notato, Gumbrecht, l'evento sportivo è legato indissolubilmente ad alcune categorie estetiche (Gumbrecht, 2015). In particolare il tennis di Edberg è essenzialmente legato alla riproducibilità dell'immagine tecnica. La spettacolarità e la velocità del serve and volley si sposa perfettamente con le esigenze del mezzo televisivo. Se l'evento è legato alla sua natura non ripetibile e caduca, lo schema del tennis di Edberg è per definizione paradossale, ripeter il gesto all'infinito, renderlo perfetto e spettacolare: il tennis di Edberg produce l'Edberg personaggio.



Nelle sue *Mythologies* Roland Barthes mostra come l'evento sportivo sia derivato direttamente da quello teatrale e come la sua spettacolarità produca nuovi modelli mitici. In cosa secondo Barthes lo sport si avvicina al teatro? Secondo il semiologo francese lo sport produce la stessa funzione di sospensione del quotidiana tipica dell'evento scenico (Barthes, 1994). Barthes comprende, come Morin, che a produrre queste nuove mitologie sono i media con la loro pervasività, d'altronde i nuovi eroi sono anche i supereroi dei fumetti. Il tennis di Edberg è profondamente mediale e la sua figura è essenzialmente prodotta dai media e dalla televisione in particolare, tanto è vero che il tennista svedese verrà ingaggiato per una serie importante di pubblicità, tutte giocate sul personaggio mediatico. Nei termini teatrali il tennis di Edberg si pone sul crinale tra evento dal vivo ed evento mediato mostrando come la televisione possa produrre particolari forme di *Liveness* (Auaslander, 1999). Il tennis di Edberg è un tennis utopico, è legato all'idea che solo compiendo il gesto alla perfezione esso possa generare bellezza, l'utopia sta nell'idea che tale bellezza, se essa è vera bellezza, generi anche le vittorie. D'altronde, sulla scorta di quanto detto da Barthes sulla sostanziale assonanza tra l'evento sportivo e quello scenico, Carmelo Bene aveva intuito che il tennis di Edberg fosse accostabile al grande teatro proprio per la sua natura extramondana (Ortega y Gasset 2006; Amendola, Del Gaudio, 2018): «Edberg essendo il tennis non può giocare a tennis e gioca addormentato, e infatti si addormenta come i cavalli, Stefan Edberg. È straordinario» (Ponzetta, 2005: 20). Nel suo gioco quasi addormentato, che si dimentica di avversari e di superfici alla ricerca del gesto ideale, del gesto perfetto che deve essere anche, per forza di cose, vincente, Bene vede l'esatta essenza del tennis di Edberg, la ricerca di una posizione nello spazio del gioco che ne sovverta le regole, che ne determini una sorta di buco nero in cui il gioco stesso viene risucchiato. Dunque il corpo di Edberg non può essere considerato come quello di un supereroe in quanto esso rimane ancorato irrimediabilmente alla sua caducità ma allo stesso tempo è il suo tennis a determinarne la doppiezza, il doppio registro: «Se dal punto di vista tecnico-tattico rappresentava un'eccezione rispetto alla scuola svedese [...] il suo comportamento in campo era degno della migliore tradizione scandinava: non protestava con gli arbitri, non insultava gli avversari, non si produceva in scenate e non drammatizzava le sconfitte» (Farro, 2005: 49), che apre al mitologema supereroico che è aperto allo sdoppiamento dell'identità e che al centro ha lo sviluppo di poteri extraquotidiani mediante i quali aprire verso una dimensione extramondana rispetto alle regole stesse del gioco del tennis.

5. Rovescio: Edberg e l'immaginario mediale

Ho seguito regole semplici: rimanere fedeli a se stessi, accogliere solo persone prudenti nel tuo ambiente e pensarci bene prima di dire qualcosa (Edberg, 2010)

In questa intervista del 2010 che il tennista svedese rilascia al giornalista Tim Böseler di *Tennismagazin* Edberg torna a ragionare a distanza di anni dal suo ritiro intorno alla sua carriera e al suo modo di intendere il tennis. Tale carriera è legata



indissolubilmente alla figura dell'eroe classico che si ritaglia il proprio spazio a partire dalla propria idea alla quale rimane fedele. Nel ripercorrere le tappe del suo gioco il tennista segnala tre principi a partire dai quali tale carriera si è sviluppata: rimanere fedeli a se stessi, accogliere poche persone nel proprio ambiente e pensarci bene prima di parlare. Queste tre regole riassumono tre caratteristiche fondamentali non dell'Edberg giocatore, dell'eroe appunto, quanto dell'Edberg personaggio (Marchesini, 2016). La prima e la seconda regola sono legata alla presa di coscienza della doppiatezza del proprio statuto corporeo che apre ad una doppia funzione identitaria, l'eroe e il personaggio appunto, la terza regola determina il rapporto che lo svedese ha sempre tenuto con i media, un rapporto fatto di rare interviste, spesso schivo e poco appariscente. D'altro canto i media, come ha notato Hugh O'Donnell, nel raccontare il personaggio di Edberg hanno contribuito a creare una sorta di stereotipo dello svedese freddo e senza emozioni, legato a una «collness and clinical rationality» (O'Donnell, 1994: 347), stereotipo che secondo O'Donnell nasce con un altro tennista svedese, Bjorn Borg e che vede nella narrazione delle gesta di Edberg il suo compimento. Proprio a partire da tale stereotipo nascono le espressioni spesso usate dai media europei di "the Swedish ice block" coniato dal giornale tedesco *Bild* il 6 luglio del 1991, o "Swedish iceberg" usato da *Sovetsky sport*. Insomma se nel racconto delle gesta di Edberg da un lato i media, soprattutto quelli europei, aprivano allo stereotipo dell'eroe freddo e calcolatore, del taciturno eroe nordico, dall'altro è il rapporto spesso scostante di Edberg stesso a favorire tale stereotipo. Stereotipo che è al centro della pubblicità prodotta da Adidas negli anni in cui l'azienda tedesca fa del tennista (Duffy, Hoover, 2004) una vera e propria *Celebrity Endorsers* (Shanklin, Miciak, 1996), trasformando l'atleta in una vera e propria icona culturale (Holt, 2004; Heyer, 2012). La pubblicità del 1989 diretta Mehdi Norowzian mostra Edberg in quello che sembra essere un campo sa squash dato il parquet e che però è diviso da una rete da tennis. Dall'altra parte nessun avversario solo un muro contro il quale il tennista scaglia le sue palline. In questo primo momento la pubblicità mette in scena il tennis di Edberg, quel tennis eroico, senza dubbi né domande; un modello di gioco in cui l'avversario non conta, può essere inanimato, un muro per l'appunto, in cui la superficie è inessenziale, un parquet, superficie assolutamente inusuale per il tennis. Insomma Adidas racconta l'eroico Swedish iceberg chiuso tra le quattro mura del suo tennis celebrato. I movimenti del tennista sono sincopati, velocissimi, sembrano quasi macchinici e innaturali. C'è uno stacco con Edberg seduto su di una panchina che prova a spiegare il motivo per cui ha scelto il tennis pur avendo molte «eccitanti opzioni di carriera»; la scena successiva mostra il tennista prima in un futuristico studio da optometrista e poi impegnato a testare lampadine alla catena di montaggio in una fabbrica dal vago sentore distopico, i capelli elettrizzati e i movimenti ripetitivi sembrano indicare l'alienazione che il tennista vive nel compiere tale operazione. Successivamente Edberg è catapultato in su di un palco di una sorta di cabaret di inizio secolo intento a suonare il trombone con atmosfere che sembrano avvicinare il tutto ad un film di Méliès, infine il tennista che salta su di una serie di letti in una fabbrica che ricorda Tempi moderni di Charlie Chaplin. La scena torna al campo, nello spazio iniziale, con Edberg che continua imperterrito a giocare il muro, la pubblicità si conclude con il



tennista che pronuncia la frase "It's a job" spiegando come il tennis per lui apparentemente sia un lavoro come un altro. È chiaro che all'interno dell'immaginario dei media la pubblicità di Adidas sembra, pur in modo scherzoso, confermare lo stereotipo dell'atleta razionale e freddo, quasi una macchina che gioca a tennis perché è il suo lavoro. Ancora più interessante per le nostre analisi è la pubblicità che Panasonic produce nel 1990 per il mercato giapponese, mercato in cui il tennista in quegli anni diventa una vera e propria star (Feinstein, 1992). Nella pubblicità di Panasonic si vede Edberg provare il suo proverbiale servizio prima facendo volare via il cappello dell'arbitro di sedia per poi al secondo servizio provocare un cratere nel campo da gioco blu elettrico e al terzo servizio distrugge una telecamera, al quarto buca la rete e distrugge il muro dietro il quale gli spettatori stanno guardando, al quinto buca le corde della racchetta, la pallina gli finisce in testa e ride. La macchina da presa di avvicina in un mezzo piano Edberg mostra sorridente il bicipite del braccio destro la macchina fa un primo piano sul bicipite che d'improvviso si apre mostrando una serie di ingranaggi e leve meccaniche azionati dalle pile Panasonic tolte le quali il tennista rimane paralizzato nella stessa posizione sorridente. Tale pubblicità ci mostra come l'immaginario dell'uomo freddo e calcolatore, del distaccato eroe svedese, sia messo in relazione con la produzione meccanica (immaginario già presente in forma minore nella pubblicità di Adidas). Il corpo dell'eroe viene mostrato come un vero e proprio corpo tecnologico, che nella sua doppiezza vive lo spaesamento che ogni eroe tecnologico vive. Insomma nell'immaginario mediale la scarsa apertura di Edberg nei confronti dei media e la sua riservatezza da stereotipo legato al popolo svedese diventa un marchio che lega l'eroe all'universo tecnologico e delle macchine. La riservatezza diventa sinonimo di calcolo e tale calcolo viene messo in relazione con l'universo delle macchine. Edberg da pezzo di ghiaccio, da Swedish Iceberg, diventa un robot alimentato a batterie che alla fine della pubblicità viene spostato a braccia da due inservienti in quanto senza batterie rimane immobile, paralizzato e senza vita. Infine in una brevissima pubblicità di appena ventisette secondi diretta da Kristoffer Davidsson nel 2017 dove è ancora Adidas a raccontare il tennista svedese. Il campo da squash delle prima pubblicità è diventato un campo da tennis che è in un magazzino industriale, una sorta di capannone, il tennista si avvicina al campo, apre la sacca con le racchette, e comincia a giocare, non viene mai inquadrato l'altro lato del campo tanto che sembra che Edberg stia ancora una volta giocando da solo, i movimenti sono fluidi e molto meno sincopati della prima pubblicità, il tennista sembra più rilassato, meno nevrotico rispetto alla pubblicità del 1989, fino a giocare un dritto incrociato che presumibilmente va a segno. La pubblicità si chiude su di un primo piano di Edberg che guarda in macchina rilassato e sorridente, la tensione della prima pubblicità lascia posto ad una sorta di serenità interiore probabilmente perché finita l'epopea dell'eroe sportivo, con il suo ritiro, resta il personaggio che ha riscritto la propria figura non più legata indissolubilmente al suo tennis sfrontato e senza dubbi.

Bibliography

- Abruzzese A. (2001), *L'Intelligenza del mondo, fondamenti di storia e teoria dell'immaginario*, Roma, Meltemi
- Abruzzese A. (2008), *La grande scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti. L'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema e all'informazione*, Roma, Sossella.
- Abruzzese A. (2011), *Il crepuscolo dei barbari*, Roma, Sossella.
- Amendola A., Del Gaudio V. (2018), *Teatri e immaginari digitali*, Salerno, I gechi.
- Auslander P. (1999), *Liveness Performance in a Mediatized Culture*, London and New York, Routledge.
- Baio I. (2006), *Supereroi TM: araldica e simbologia dai miti classici a Superman e The Authority*, Latina, Tunué.
- Barthes R. (1994), *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi.
- Brancato S. (1994), *Fumetti: guida ai comics nel sistema dei media*, Roma, Datanews.
- Brancato S. (a cura di) (2008), *Il secolo del fumetto: lo spettacolo a strisce nella società italiana*, Latina, Tunué.
- Bourdieu P. (1988), "Program for a Sociology of Sport", *Human Kinetics Journal*, 5:2, 153-161.
- Cacciari M. (1994), *Geo-filosofia dell'Europa*, Milano, Adelphi.
- Callois R. (2000), *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*, Milano, Bompiani.
- Clerici G. (2017), *Il lungo poema di Wimbledon*, «la Repubblica» 11/07/2017 from : http://www.repubblica.it/sport/tennis/2017/10/11/news/il_lungo_poema_di_wimbledon_quel_tie-break_di_borg_e_mcenroe-177958631/ (ultima consultazione 12/05/2018).
- Crepeau R. (1981), "Sport, Heroes and Myth", *Journal of Sport and Social Issues*, 5:1, 23-31.
- Delaney T., Madigan T., (2015), *Sociology of sport: an introduction*, Jefferson, McFarland.
- Duffy N., Hooper J. (2003), *Passion Branding: Harnessing the Power of Emotion to Build Strong Brands*, West Sussex, Wiley.



Edberg S. (2009), *Intervista*, riportata in Clerici, G., *Edberg-Wilander, "rivali" svedesi Quei due gentiluomini al Masters*, from: <http://www.repubblica.it/2009/05/rubriche/racconti-di-sport/clerici-svedesi/clerici-svedesi.html> (ultima consultazione 12/05/2018)

Farro P. (2005), *Il tennis è un grattacielo. Storie in punta di racchetta*, Roma, Effepi.

Feinstein J. (1992), *Hard Courts Real Life on the Professional Tennis Tours*, New York, Villard.

Foster Wallace D. (2012), *Infinite jest*, Torino Einaudi.

Foster Wallace D. (2012), *Il tennis come esperienza religiosa*, Torino, Einaudi.

Frezza G. (1978), *L'immagine innocente: cinema e fumetto americano delle origini: da Swinnerton a Feininger*, Roma, Napoleone.

Frezza G. (1995), *La macchina del mito: tra film e fumetto*, Firenze, La Nuova Italia.

Frezza G. (1999), *Fumetti, anime del visibile*, Roma, Meltemi.

Frezza, G. (2013), *Dissolvenze: mutazioni del cinema*, Latina, Tunué.

Frezza G. (2017), *Nuvole mutanti: scritture visive e immaginario dei fumetti*, Milano, Meltemi.

Grassi V. (2006), *Introduzione alla sociologia dell'immaginario. Per una comprensione della vita quotidiana*, Roma, Guerini e Associati.

Grasso J. (2011), *Historical Dictionary of Tennis*, Toronto, The Scarecrow press.

Greene D. Roddy, K. (2015), *Grant Morrison and the Superhero Renaissance*, Jefferson, McFarland & Company.

Gumbrecht H. U. (2015), *In lode della bellezza atletica*, Roma, Sossella.

Heyer P. (2012), *Titanic Century: Media, Myth, and the Making of a Cultural Icon*, Santa Barbara, Praeger.

Holm M., Roosvald U. (2016), *Björn Borg and the Super-Swedes: Stefan Edberg, Mats Wilander, and the Golden Era of Tennis*, New York, Skyhorse Publishing.



Holt D. (2004), *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*, Boston, Harvard University press.

Kerényi K. (1967), *Gli eroi della Grecia*, Milano, Il saggiatore.

Lake R., J. (2015), *A Social History of tennis in Britain*, New York, Routledge.

Lo Verde M. (2014), *Sociologia dello sport e del tempo libero*, Bologna, Il Mulino.

Magnani C. (2011), *Filosofia del tennis: profilo ideologico del tennis moderno*, Milano, Mimesis.

Martelli S., Porro N. (2013), *Manuale di sociologia dello sport e dell'attività fisica*, Milano, Franco Angeli.

McEnroe J. (2013), *Non puoi dire sul serio*, Roma, Piemme.

Morin E. (1963), *I divi*, Milano, Mondadori

Morin E. (2005), *Lo spirito del tempo*, Roma, Meltemi.

Nevins J. (2017), *The Evolution of the Costumed Avenger The 4,000-Year History of the Superhero*, Santa Barbara, Praeger.

Marchesini D. (2016), *Eroi dello sport. Storie di atleti, vittorie, sconfitte*, Bologna, Il Mulino.

O' Donnell H. (1994), "Mapping the Mythical: A Geopolitics of National Sporting Stereotypes", *Discourse & Society*, 5:3, pp. 345-380.

Ortega y Gasset J. (2006), *Idea del teatro Medusa*, Milano.

Pellitteri M. (1998), *Sense of comics: la grafica dei cinque sensi del fumetto*, Roma, Castelveccchi.

Ponzetta F. (2006), *Carmelo Bene al Costanzo Show: «Occhio zombie che stasera vi spacco il cervello»*, Roma, Jubal.

Porro N. (2001), *Lineamenti di sociologia dello sport*, Milano, Carocci.

Probert A., Crespo M. (2015), "Sociology of tennis: research on socialisation, participation and retirement of tennis players", *ITF Coaching and Sport Science Review*, 65 (23), 19 – 20



Ragone G. (2015), "Radici delle sociologie dell'immaginario", *Mediascape journal*, n.4: 63-75

Rampini A. (2010) *Lo stato sociale*, Bologna, archetipo libri.

Shanklin W., Miciak A. (1997), "Selecting Sports Personalities as Celebrity Endorsers", *Journal of Promotion Management*, 4:1, 1-11.

Smith E., *Sociology of sport and social theory*, New York, Human Kinetics.

Sugden J., Tommlison A. (2002), *Power Games: A Critical Sociology of Sport*, London and New York, Routledge.

Tignor S. (2017), *Borg and McEnroe. Due rivali che hanno fatto la storia del tennis*, Milano, HarperCollins.

Tirino M. (2018), "Nuvole e pixel. Per una lettura sociologica del fumetto sperimentale contemporaneo", in Bifulco, L., Santoro, A., *Sguardi dalle scienze sociali*, Santa Maria Capuavetere, Funes/Ipermedium.

Turginiev I. (2002), *Amleto e Don Chisciotte*, Genova, Il melangolo.

Shuart J. (2007), "Heroes in sport: assessing celebrity endorser effectiveness", *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 8:2, 11-25.

Zehr P. (2008), *Becoming Batman: The Possibility of a Superhero*, Baltimora, The Johns Hopkins University Press.

