

la domenica  
dello *ciagurato*

## Il nuovo calcio della Russia un fenomeno da romanzo

GIORGIO PORRÀ

IN RUSSIA, garantisce un recente studio, i tifosi di calcio sono più di 57 milioni. Lo Zenit di San Pietroburgo, il club con il quale si balocca Putin nel tempo libero, può contare su 24 milioni di fedelissimi. È addirittura al quinto posto nella classifica delle squadre più amate d'Europa, alle spalle solo di Barcellona, Real Madrid, Manchester United e Chelsea. Uno straordinario incremento, 9 milioni di supporter in più solo nell'ultimo anno, figlio di successi importanti, Coppa Uefa e Supercoppa Europea, dell'affermazione di talenti da esportazione come Arshavin fresco di passaggio all'Arsenal e del terzo posto della Nazionale di Hiddink all'ultimo Europeo imbottita, appunto, di elementi dello Zenit. La Russia investe massicciamente sul fenomeno, comincia a curarne l'immagine, e, cosa che non guasta, gioca anche bene a pallone. Normale che in un simile contesto anche la letteratura calcistica potesse trarne beneficio. È ar-

rivato in Italia, grazie al fiuto della «**ISBN**», originale e scapigliata casa editrice milanese, il romanzo d'esordio di Sergej Samsonov, scrittore 29enne capace di investigare con intelligenza negli intrecci sempre più stretti tra pallone, pubblicità, politica economica. Il libro s'intitola «Un fuoriclasse vero», il suo eroe, Semen Suvalov, figlio della degradata periferia moscovita, usa l'abbagliante talento come grimaldello per scardinare i meccanismi di un destino apparentemente già tracciato. Parte dal Cska per conquistare il Barcellona, il suo sogno di bambino, dopo aver addirittura eluso il controllo della mafia russa, decisa a lucrare sulla qualità superiore dei piedi del predestinato. Ma arrivato al top, fianco a fianco all'ex-

traterrestre Ronaldinho, immerso nella sacralità del Camp Nou, padrone di una

finta da infarto, il buon Suvalov precipita in crisi, si ritrova prigioniero del business, trasformato in un brand, in un sorriso da spot, dominato da diabolici meccanismi commerciali.

È l'inizio della fine, del suo volo angelico, della sua consapevolezza di campione. Da quel momento i suoi movimenti in campo non profumeranno più di libertà, anzi, nasconderanno qualcosa di opposto ad ogni concetto di bellezza». Travolto dall'adorazione feticistica, l'attaccante deraglia sino a sprofondare nella depressione. («Tre milioni di maglie di Suvalov erano state vendute nell'Estremo Oriente, un milione e novecentotrentamila in Europa. Il Diavolo Russo, lo Zar Semen il Grande, aveva nettamente superato Ronaldo, Henry e persino Beckham e Zidane»). È il cortocircuito di chi si scopre uomo-sandwich buono per vendere qualsiasi prodotto. Un disegno la cui finalità per Suvalov appare sin troppo chiara: annientare la magia stessa del calcio, sostituirla con un pallido e sacrilego simulacro, minarla col cancro della manipolazione, dell'immagine fittizia. Un meccanismo perfetto, una congiura cosmica, con le grandi stelle, quelle sempre in cartellone, a fabbricare gioia artificiale. Stelle come Suvalov, il fuoriclasse vero strangolato dai dubbi: «Che fare? Continuare a stare al loro sporco gioco? Continuare a rendersi complice di quella reiterazione meccanica e implacabile degli stessi schemi?». Interrogativi ai quali troverà risposta, prima della definitiva, spiazzante, uscita di scena.

