

Fenomenologia del calcio

tra partecipazione e rappresentazione

di Pasquale Martucci

“Ad attrarre il pubblico più vasto, tra tutti gli eventi della storia dell’umanità non è stato un avvenimento politico particolare o la particolare celebrazione di qualche complessa conquista nel campo delle arti o delle scienze, ma una semplice partita di calcio”. (1)

Molti osservatori da tempo studiano il calcio come un fenomeno sociale, analizzato secondo un approccio interdisciplinare, mettendo in relazione molti aspetti: in primis gli attori/giocatori; in secondo luogo il pubblico; infine, media e televisioni, che hanno coinvolto un’infinità di soggetti in tutto il mondo. Questi tre elementi hanno conferito ad esso un riscontro in termini di complessità e di condizioni che travalicano le parti coinvolte.

In questo intervento, cerco di analizzare la globalità dei fattori, partendo dagli elementi più caratteristici del calcio moderno.

Nell’ultimo anno molto è cambiato per via della pandemia che ha svuotato gli stadi ed ha conferito ad esso una differente valenza, rispetto all’idea di un luogo in cui si celebra un rito sempre uguale e ripetuto che permette di trasgredire i comportamenti della vita quotidiana, spesso “stravaganti e irrazionali, dove vivono le fantasie, le pulsioni, i sogni ad occhi aperti”. (2)

Da quando Desmond Morris scrisse nel 1981: *The Soccer Tribe*, indagando dall’interno intensità emozionale, partecipazione, rappresentazione e condivisione dell’evento, per mettere in scena un teatro rituale, sono passati molti anni. Si è passati ad un professionismo esasperato, che tiene in conto gli introiti derivanti dai diritti televisivi, creando nei club calcistici organi istituzionali e manageriali che mettono al centro le questioni economico-finanziarie. (3)

Se alcuni parlano di degenerazione del football, si continua a studiare il calcio attraverso quegli elementi che ne delineano la fenomenologia e lo collocano entro le logiche della *società dello spettacolo*. (4)

Il problema più rilevante oggi è costituito dal pubblico che, soprattutto in tempo di pandemia, si sistema davanti ai media per assistere alla celebrazione del più popolare tra gli sport di massa, generalmente caratterizzato da *partecipazione e rappresentazione*.

La distanza tra individui modifica le relazioni collettive: infatti, l’isolamento produce la mancanza di socialità tra persone per natura portate a stare insieme, che compiono cerimonie, azioni, comportamenti, ma soprattutto rituali in cui avviene la rappresentazione corporea e scenica della stessa comunità. Ora accade che la ritualità è privata dell’elemento essenziale: la *partecipazione*, che viene negata per l’affermazione della “distanza sociale”. E ciò avviene attraverso una nuova ritualità con il ricorso a cerimonie messe in scena e trasmesse senza la partecipazione del pubblico. Diventa centrale la *rappresentazione sociale*: gesti e forme, in cui immagini, voci, collegamenti online segnano le giornate senza che ci sia presenza e scambi ravvicinati. In questo vuoto, emerge uno spettacolo, soprattutto televisivo, che ora si evolve riproponendo rituali che non sono creati dalle

relazioni ma sono costruiti e meditati da autori e giornalisti, in sostituzione del teatro improvvisato dal pubblico allo stadio durante le partite.

Marc Augé sosteneva la ritualità del calcio come un fenomeno religioso, in cui gli individui provano gli stessi sentimenti e li esprimono attraverso il ritmo e il canto negli stadi, che diventano luoghi di senso, ma anche di controsenso, di non senso, di errore e orrore. La questione del significato del rituale e le circostanze della sua celebrazione mostra il fanatismo dei giovani, la loro perdita di speranza nella possibilità di realizzazione personale. Nella sua visione, le funzioni sociali del calcio possono essere assimilate all'analisi durkheimiana degli atteggiamenti e delle pratiche religiose, perché il riunirsi di diverse migliaia di individui, che provano gli stessi sentimenti e che li esprimono attraverso il ritmo e il canto, sembrano ricondurre ad una percezione sensibile del sacro. (5) Il senso di questo fenomeno sociale è ancora legato alla ritualità di cui parlava Morris, quando trovava similitudini tra il calcio e la caccia, ovvero la pratica tribale. Infatti, ogni partita è un evento complesso, in cui i giocatori non sono nemici, ma cercano solo di "compiere l'uccisione simbolica, calciando in porta". Si è passati dai *cacciatori per la sopravvivenza*, ai *cacciatori per divertimento* (le competizioni sportive), ai *giochi dell'arena* (matador/toro), ai *calcatori dell'arena* (gli attuali giochi con la palla). La partita di calcio racchiude alcuni elementi simbolici: è una *battaglia* (l'evento in sé); una *dimostrazione sociale* (legata all'affermazione del proprio campanile), una *cerimonia religiosa* (calcatori/idoli e tifosi legati da una fede comune); una *droga sociale* (per distrarre da altri problemi); una *impresa commerciale* (calcio come industria); una *rappresentazione teatrale* (la messa in scena dell'evento). Desmond Morris definisce il mondo del calcio mettendo in rilievo: a) *radici e origini tribali*; b) *rituali*, legati a territorio, leggi, tabù, punizioni, tattiche, strategie, celebrazioni; c) *eroi*, dotati di personalità, motivazioni, trucchi, abilità, superstizioni, manifestazioni e vita sociale pubblica; d) *equipaggiamento* (divise, colori, stemmi, trofei); e) *seguaci/tifosi* (ornamenti, culto, souvenir, esibizioni tribali, violenza); *linguaggi tribali*, che sconfinano in canti e cori, manifestazioni del tifo. (6)

Morris, che ha riproposto ed arricchito il suo famoso studio, sostiene che oggi le esultanze per i gol sono molto più elaborate: un tempo i calciatori correavano, saltavano e abbracciavano i compagni, oggi si continua a mettere in scena una vasta varietà di gesti un tempo impensabili, addirittura negli ultimi anni ha rilevato ben ventotto tipologie di esultanza dopo un gol. (7)

Il gioco del calcio resta uno sport diffusissimo in tutto il mondo, ed ancora rappresenta una delle più strane costanti del comportamento umano della società moderna, in quanto consente continuamente all'appassionato di vivere simbolicamente ciò che avviene sul campo. È uno sport che permette di creare degli idoli che in qualche modo fomentano le masse e richiamano maggior pubblico, che a sua volta dà luogo ad un imponente giro di affari attirando l'interesse di molti investitori. La pubblicità di cui gode il calcio, lo ha reso, da semplice passatempo qual era ad argomento di discussione privilegiato ovunque, non solo nei vari bar e circoli. Tutte queste ragioni lo hanno definito un *fenomeno sociale* che si esplicita sul modello della tribù di Morris: a) il calcio come religione; b) il calcio come "messa in scena" da parte di chiunque; c) il calcio come identificazione sociale attorno all'eroe-campione. Quest'ultimo è uno dei meccanismi di difesa più utilizzati, mediante il quale un individuo, per sfuggire al dolore della presunta mediocrità della propria esistenza, plasma il suo modo di essere mutuando comportamenti e atteggiamenti del suo idolo. (8)

In tal senso, il calcio può essere inteso come elemento identitario di una comunità, dando l'idea di come funziona un popolo. Se si osserva il Brasile, il fenomeno costituisce proprio lo specchio della realtà. La cultura brasiliana è *cannibale*, si nutre infatti di tendenze e mode estreme: è la parte sentimentale e romantica, nostalgica al tempo stesso, che si può riassumere nel termine *saudade* (sentimento oscuro, triste, ma anche gioioso). I brasiliani hanno il loro *futebol*, riconoscibile per la componente artistica e spettacolare: si tratta di arte contrapposta a forza, l'essenza stessa dell'essere che si estrinseca nel campo di calcio. È il calcio dionisiaco, è l'idea trasgressiva, è il caos che fa sognare rispetto all'ordine; è paragonabile alla danza e la stessa postura del corpo è dovuta a fattori culturali, lo stile di vita del *malandro*, come manipolatore, trasgressore dell'ordine costituito, come accade del resto nel Carnevale, altro evento caratterizzante l'identità. Il calcio è musicale e gioioso, un po' infantile e acrobatico (*capoeira*), furbo e malizioso: *ginga* (il passo base della *capoeira*, cioè: colpo di testa, palleggio, cambio di passo, pressing e dribbling veloce, tiro spettacolare); *danças* (danza); *jeitinho* (improvvisazione rispetto a situazioni che si presentano); infine, l'idea della *cinturão* (da cintura del vincitore, ovvero: chi vince continua, chi perde se ne va). Si tratta di termini che dalla cultura del Paese sono trasposti nel calcio. L'esempio è il Brasile del 1970, che esprimeva la *molecagem* (gioco e scherzo infantile), con corsa, agilità, potenza, felinità e aggressività. È il *jogo de cintura*, il *Brasil arte e futebol bailado*, contro il calcio europeo duro, razionale e speculativo. (9)

Il pubblico è essenziale per la riuscita della messa in scena. In alcuni casi è il dodicesimo uomo in campo, quando tifa a favore in maniera forsennata, quando punta i giocatori avversari con offese e boati, quando esibisce cori e riti che sono da pungolo alla squadra del cuore. Oggi non c'è tutto questo e lo sport ne risente: molte squadre che avevano la loro forza nel fattore campo, sono in difficoltà per il mancato apporto del pubblico. Il problema è dunque quello degli stadi vuoti e dell'assenza di rituali che a volte condizionano l'ambiente. (10)

Oltre alla *partecipazione* del pubblico, il calcio è oggi la sua *rappresentazione*. Se la prima è una componente naturale delle polis, che serve da aggregante alle persone e costituisce un elemento di socializzazione, sulla *rappresentazione sociale*, intesa come attività che presenta alla coscienza ciò che ci circonda attraverso figure, segni e simboli, il discorso può essere ricondotto agli studi di Moscovici, che intese riferirsi alle forme comunicative per permettere ai membri di un gruppo di controllare e condividere gli elementi di una realtà sociale. La principale caratteristica della *rappresentazione sociale* è di assumere connotazioni dinamiche che consentano ai membri di una società di comunicare tra loro, in una situazione di condivisione. Le immagini e le informazioni possono permettere di acquisire e controllare le conoscenze con lo scopo di rendere reale il mentale: le rappresentazioni sono legate ad aspetti simbolici, psicologici, sociali, che passano attraverso i mass-media e permettono un'interazione con gli oggetti che li circondano. (11) Tutto ciò per asserire che le *rappresentazioni sociali* hanno un oggetto sociale (calcio) che si forma nell'ambito delle relazioni tra i diversi soggetti (attori/pubblico/messa in scena/rappresentazione). Ed allora, l'attuale evoluzione del calcio come fenomeno sociale, in un mondo che ha fatto dell'individualismo il suo credo, permette di creare una comunità, di sentirsi parte di qualcosa, anche se solo come tifosi, pensando al calcio come spettacolo. Del resto è un momento di grande convivialità e felicità quando ci si riunisce con amici e parenti davanti al televisore per vedere giocare la propria squadra.

Il calcio è costituito da comportamenti che porterebbero a mitizzarlo: durante le partite di calcio scompaiono le differenze di status e di ruolo in quanto tutti si percepiscono

esclusivamente come tifosi della squadra di calcio. Ed allora, si realizza una metafora della vita sociale: se nella condizione quotidiana per dare continuità ai risultati positivi bisogna attuare strategie tali per mettersi continuamente in gioco, lo stesso accade nel calcio quando una squadra può in qualsiasi circostanza capovolgere il risultato. Il giocatore deve possedere determinazione e autocontrollo; deve anche collaborare con gli altri e vivere la dimensione comunitaria perché l'unione permette di superare gli ostacoli. Il calcio è poi semplice: basta un pallone e si socializza con il vicino, il compagno, prima di passare alla fase di organizzazione, quella dei gruppi sportivi che dettano le regole con tutta una serie di soggetti che vi si conformano. Non è da trascurare perciò la dimensione educativa che comporta comportamenti competitivi adeguati, anche se nel rispetto dell'avversario attuando forme e pratiche di cooperazione. (12)

Questo però è accaduto fino ad un certo punto. Con lo sviluppo di alcuni elementi, quali: la ricchezza dei proprietari dei club, i diritti televisivi, gli stipendi dei calciatori, le transazioni milionarie per averli, tutto ciò porta questo fenomeno ad assumere differenti dimensioni. La progressiva trasformazione delle società calcistiche in aziende di intrattenimento globale ha determinato il tifoso/cliente, puntando ad attività commerciali e facendo in tal modo incrinare il rapporto con la tifoseria. Il calcio come business, tuttavia, non ha fatto abbandonare la passione e la fedeltà dei tifosi, che non cambiano la loro squadra del cuore. (13)

Nel calcio moderno, il professionismo è intrattenimento ludico in cui si assiste ad una competizione/rappresentazione, in cui il pubblico diventa parte integrante dello spettacolo ed assiste all'evento attraverso comportamenti fortemente emotivi. Una condizione importante è quella della trasferta della propria squadra, in cui si affrontano viaggi in autobus, aerei, dando vita ad un turismo sportivo che permette soprattutto di saldare legami e relazioni. I gruppi organizzati, ultras, avvertono il bisogno di essere un *noi*, di essere coinvolti anche appartenendo ad aree geografiche differenti. Sono poi dotati degli stessi colori, degli stessi segni distintivi, scenografie, cori, bandiere, che segnano il senso di appartenenza, con alcuni leader che organizzano il gruppo. Se lo stadio è una dimensione rituale, in cui si manifestano motivazioni molto differenti: politiche, campanilistiche, etniche, è anche vero che, se vi è un'organizzazione controllata, si riesce a incanalare anche le forme più aggressive di comportamento. Il confine però di violenza ritualizzata e violenza reale è veramente labile: ormai si è diffusa l'idea che lo sport in sé non costituisce la radicalizzazione dei comportamenti aggressivi, come risulta da atti compiuti ben lontano dai campi di calcio. (14)

Se il calcio è stato paragonato ad una forma ritualizzata, il ricorso alle forme estreme di violenza è stata una degenerazione collocabile entro la logica dell'eccitamento del livello emozionale primordiale e ancestrale della folla. Il calcio nella sua complessità fu considerato tribù, con l'aggressione del nemico, partendo dall'assunto proprio della violenza che si perpetrava nei campi di gioco ed in particolare tra i tifosi di calcio rispetto a quelli di altri sport. La folla che assiste al rito è partecipe dello stesso evento che permette ai membri di riconoscersi attraverso la comunicazione simbolica di divise (colori tipici), bandiere, cori, liturgie, per affermare appartenenza e identità. Anche coloro che sono meno violenti in qualche modo si identificano, magari senza ricorrere ad estremi e violenti comportamenti. Del resto, paragonati a quelli degli anni settanta e ottanta, oggi i comportamenti violenti sono diminuiti, almeno negli stadi, dove continuano a resistere cori ed insulti soprattutto razzisti. (15)

Anche la televisione diventa un rituale, con uno spettacolo lontano dal campo, che permette di coinvolgere masse enormi: è il calcio teletrasmesso, il calcio rappresentato, che tuttavia anch'esso ha dei rituali legati ai commenti degli esperti, alle polemiche sulle azioni di gioco, alle interviste ai protagonisti. È questo il calcio parlato, lo spettacolo dello spettacolo, uno spettacolo di seconda mano che va creato per sostituire la partecipazione del pubblico allo stadio. Tutto ciò determina ciò che può essere inquadrato entro i confini dell'economico: ingaggi dei calciatori, diritti televisivi, compensi dei partecipanti, società quotate in borsa, soprattutto perché vi è la presenza di folle enormi che seguono il rito calcistico senza partecipare in prima persona.

Partendo dall'assunto che molto è cambiato oggi con la pandemia e le forme di distanziamento, è da tempo evidente una modifica nella percezione di quella ritualità che ha caratterizzato il mondo del calcio, con il mondo globalizzato e lo sviluppo della programmazione televisiva, e soprattutto degli investimenti in termini economici che hanno di molto modificato la stessa capacità di vivere il fenomeno. A partire dal 1993-1994 ci fu l'avvento inesorabile della Pay Tv (pagamento del canone) e della Pay per View (distribuzione dei programmi televisivi); nel 1995 la famosa sentenza "Bosman" permise la circolazione dei giocatori comunitari; infine, nello stesso anno, ci fu la personalizzazione dei nomi dei calciatori e la liberalizzazione dei numeri sulle maglie. Era l'avvento della dimensione mediatica: a) commercializzazione delle partite; b) calendari calcistici della durata dell'intero anno; c) nuova condizione dello spettatore/cliente; d) voyeurismo calcistico, con telecamere che raggiungevano gli spogliatoi, senza curarsi minimamente della privacy; e) interazione continua calciatore/fan; f) consequenziali introiti economici in costante aumento. (16)

Nella nuova dimensione del calcio, Lupi delinea le figure del tifoso e del calciatore moderno. Il primo è ora un consumatore/abbonato, che divora le cose, come faceva Kronos con i suoi figli, sostituendo in fretta i suoi idoli. È l'*homo consumens* di Bauman, tipico delle "società liquide", dove nulla è permanente e non ci sono saldi valori di riferimento ma solo il consumismo, la tendenza del momento. Infine, questa nuova dimensione permette la crescita secondo dinamiche acritiche, che non consentono al telespettatore di farsi un'opinione riguardante la propria società di appartenenza. (17)

L'altro elemento importante è costituito dal calciatore moderno, molto differente rispetto al personaggio/bandiera del vecchio football. Egli ha oggi un suo brand e ne è pienamente consapevole, cura la sua immagine sui social mettendo in evidenza la sua storia personale. I soldi facili e la celebrità fanno sviluppare un divismo che pone in secondo piano le prestazioni sportive: è la capacità di far parlare di sé, che avviene attraverso il paziente lavoro dei procuratori che permettono la realizzazione di grandi profitti all'intero universo calcistico. Il calciatore è uno status symbol pronto alla pubblicità, ad influenzare i comportamenti delle persone, a dettare le mode, perché maschera e personaggio hanno preso il sopravvento sulle persone. È la costruzione ideologica del corpo, in cui si realizza il passaggio *corpo-immagine-pubblicità*, che fa sopravvivere il mito del calcio moderno. Se prima era tutto demandato alla carta stampata e alla fotografia, oggi la figura del calciatore è figlia dell'interazione con i mezzi mass-mediologici. (18)

Il calcio è inteso come l'ultima rappresentazione sacra del nostro tempo, uno spettacolo che ha sostituito il teatro, come affermava Pasolini quando sosteneva che il calcio è un mondo reale di carne che si misura con personaggi reali, che si muovono secondo un rituale preciso. Lupi è però convinto che il calcio moderno ha sostituito la rappresentazione

reale e si affida a quella artificiale televisiva; cioè da rito collettivo ha fatto emergere la dimensione spettacolare e individuale. (19)

Il dubbio è se in tal modo si possa intaccare il radicamento primordiale che ha caratterizzato lo studio sulle tribù, spiegato molto bene da Desmond Morris, quando ha posto il dilemma di definire il calcio come un rituale sacro o come un divertimento sociale. L'unica certezza è che quella calcistica è una comunità che, pur evolvendosi e superando le tradizioni, si affida alle forme del professionismo moderno per continuare a sopravvivere a lungo.

Note:

1. D. Morris, "La tribù del calcio" (*The Soccer Tribe*), Arnoldo Mondadori, 1982, or.1981.
2. M. Lupo, A. Emina (a cura di), "Visioni di gioco. Calcio e società da una prospettiva interdisciplinare", Il Mulino, 2020, 16.
3. M. Valeri, "Il bilancio di esercizio delle società di calcio professionistiche in Italia a seguito dei recenti cambiamenti normativi e di contesto", Il Campano, 2020.
4. R. Lupi, "Fenomenologia del calcio moderno", Bepress, 2017.
5. M. Augé, "Football. Il calcio come fenomeno religioso", Ed. EDB, 2016.
6. D. Morris, cit., 1981.
7. D. Morris, cit., Edizione Rizzoli, 2016.
8. P. Lanfranchi, "Il calcio e il suo pubblico", Edizioni Scientifiche Italiane, 1992.
9. Barba, "Il gioco delle identità. Futebol, cultura e stereotipi in Brasile", in: M. Lupo, A. Emina, cit., 129-138.
10. A. Roversi, G. Triani (a cura di), "Sociologia dello sport", Edizioni Scientifiche Italiane, 1995.
11. S. Moscovici, "Le rappresentazioni sociali", Il Mulino, 2005, or. 1989.
12. P. Lanfranchi, cit.; A. Roversi, G. Triani, cit.
13. M. Lupo, A. Emina, cit.
14. A. Dal Lago, "Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio", Il Mulino, 1990.
15. N. Elias, E. Dunning, "Sport e aggressività", Il Mulino, 1989; S.M. Giudice, "Morti di tifo. L'epidemia calcistica", Edizioni Eraclea, 2021.
16. R. Lupi, cit.
17. Ivi, 37-41.
18. Ivi, 61-68.
19. Ivi, 95-97.