

La (ri)scoperta dell'identità attraverso il calcio: l'onda azzurra, il caso dei tifosi del Napoli che vivono in Europa

Marco Rossano
Istituto Raffles – Milano

Abstract

Football is one of the most important social phenomena of the 20th and 21st centuries. It can be regarded as a kaleidoscope of human emotions, a stage from which to observe and study social reality. In the development of identity, sports are a means through which to create “Us” and “Them”. Football goes beyond the mere sporting field and through identification with a team, people can express their own identification with something that goes beyond sports: city, region, specific subgroup, social class or ethnic group. In this paper I use qualitative research methods and audio-visual techniques to analyse the case of football fans of Naples Football team living in Barcelona. Within the migratory experience, many Neapolitans consider football as an additional component to maintain a close link with their own origins. Football allows them to feed the sense of belonging and (re)discover old and new identity elements.

Keywords: football, identity, migration, visual sociology, ritual

1. Introduzione

Il presente articolo nasce da un più ampio progetto di ricerca che ho svolto tra il 2010 e il 2015, presso l'Università di Barcellona all'interno del quale ho osservato e analizzato la vita di alcuni napoletani che vivono a Barcellona, nella prospettiva relativa alla circolazione di persone in Europa. Si tratta di un fenomeno in costante crescita, alimentato dallo sviluppo delle tecnologie comunicative e di trasporto che permettono di spostarsi in poco tempo, viaggiare a prezzi molto contenuti e di rimanere più rapidamente e quasi in modo immediato, e attivo, in contatto informativo e comunicativo con la propria famiglia con gli amici e con gli accadimenti del paese di origine. Nel lavoro di ricerca, partendo dalle storie di vita e dalla narrazione che queste persone fanno della propria esperienza, ho analizzato il rapporto che esse mantengono con la propria origine e con la riscoperta e la trasformazione dell'identità cui inevitabilmente si va incontro quando si decide di vivere in un altro paese.

La nozione di identità è stata ampiamente trattata dalle scienze sociali, secondo diverse discipline e prospettive teoriche. Nella ricostruzione teorica del concetto di identità faccio riferimento a quei contributi che considerano l'identità come un fenomeno multidimensionale che si costruisce in un processo dinamico in costante trasformazione (Hobsbawn, 2000). Da un lato, l'identità si forma in una dimensione relazionale con l'altro in diverse situazioni intersoggettive. Dall'altro, il processo di configurazione identitaria si sviluppa in una dimensione associata alla narrazione (Pecchinenda, 2008) e alla rappresentazione di se stessi (Ricoeur, 1996). Un altro elemento che contribuisce alla formazione di questa identità è relativo alle esperienze preve rilevanti, individuali e sociali, che si basano sugli aspetti costruiti storicamente (Marcús, 2011) che formano parte del patrimonio culturale delle persone. Alla luce di queste premesse, ho ipotizzato che la distanza, non solo geografica, permetta di riscoprire il territorio di origine non solo come un elemento fisico, ma nella sua complessiva articolazione di segni e simboli, di miti e di riti, che rendono significativi momenti della

quotidianità e conferiscono significato a gesti ordinari, convertendoli in simboli di identità. Il calcio è uno di questi.

Ho osservato infatti, che per la maggior parte dei napoletani intervistati, senza differenze di genere, un momento importante di socializzazione e legame con la propria origine è il gioco del calcio. Di fatto, è caratteristico nella narrazione calcistica, individuale e collettiva, l'identificazione con l'immagine del club, con i giocatori, con lo stile di gioco della squadra che diventano gli elementi con cui una comunità di tifosi può raffigurare se stessa e si delineano come i perni della propria autodefinizione (Bifulco e Pirone, 2014). Nel mio campione, specie nelle fasi iniziali dell'esperienza migratoria, la ricerca di elementi di "napoletanità" e di napoletani si configura nel calcio come mezzo immediato per ritrovare punti di riferimento noti che aiutano, in prima istanza, ad adattarsi al nuovo contesto di vita. Da lì in poi, ogni persona svilupperà la propria traiettoria vivendo in modo più o meno flessibile gli aspetti positivi della propria origine, senza tuttavia sentirsi forzatamente vincolata da ciò che si è lasciato. Da questa prospettiva, ho assunto come parte fondamentale della ricerca il gioco del calcio che si configura come un'arena simbolica privilegiata (Alabarces, 1999) di osservazione e punto di partenza per descrivere e analizzare come si sviluppano le vite di alcuni napoletani a Barcellona, la qualità del legame mantenuto con la propria origine e come, attraverso il tifo per la propria squadra del cuore, venga riaffermata la propria identità personale e culturale.

2. Metodologia

Nel corso del mio lavoro, ho utilizzato metodologia e tecniche proprie dell'area della ricerca qualitativa, ispirandomi agli indirizzi teorici secondo cui i metodi qualitativi permettono di essere vicini al mondo empirico (Blumer, 1969). La ricerca qualitativa mira infatti a fornire una "descrizione intima" della vita sociale (Geertz, 1983) che dettaglia il contesto e gli avvenimenti più importanti per le persone coinvolte in esso (Emerson, 1983). Attraverso l'osservazione della vita quotidiana, della visione dei documenti che le persone producono, delle loro opinioni, di ciò che dicono e scrivono, si può pervenire a una conoscenza e a una interpretazione della vita sociale, senza i filtri di scale classificadorie o di preconcetti (Taylor e Bogdan, 2009).

Il disegno della mia ricerca si è mantenuto flessibile e aperto e si è andato sviluppando durante il processo di studio. Nella raccolta dei dati ho incluso tecniche audiovisive, l'osservazione partecipante e le interviste in profondità. I contenuti della ricerca sono il prodotto degli appunti del ricercatore, delle trascrizioni del materiale audiovisivo, di fonti documentarie, fotografie e ogni altro elemento utile per contestualizzare le storie di vita dei soggetti intervistati. Ho realizzato video-interviste, approfondendo gli argomenti emersi durante le riprese o da conversazioni informali, partecipando a diversi eventi organizzati da gruppi di napoletani, in differenti contesti culturali, politici e sociali. Attraverso l'osservazione partecipante, ho raccolto dati in modo sistematico e non intrusivo consentendomi di creare un legame attraverso l'interazione sociale diretta con le persone nei loro contesti di vita (Camas, 2008; Taylor, Bogdan, 2009; Stake, 2010; Angrosino, 2012). Rifacendomi all'impostazione di Melville Dalton (1964), secondo il quale, per affermare che qualcosa è significativo e per formulare ipotesi, bisogna raggiungere un ampio livello di familiarità e di intimità con la situazione, nella mia esperienza di ricerca, ci sono stati molti momenti di intimità, determinati principalmente da due aspetti. Il primo dipende dalle mie esperienze personali, molto simili a quelle della maggior parte dei miei intervistati. Un secondo aspetto si riferisce al rapporto amicale che si è creato con alcuni dei miei interlocutori che mi ha permesso di raccogliere informazioni dall'interno, vivendo le esperienze e la vita delle persone che stavo osservando e studiando. Mi sono, in

pratica, trasformato in un membro aggiunto al gruppo da analizzare (Hammersley, Atkinson, 1994), in una ricerca totalmente partecipante che osserva l'identità che si costruisce nella trama degli avvenimenti che il soggetto fa di se stesso.

Ho preso parte personalmente alle attività organizzate dai napoletani o alla presenza di napoletani, utilizzando in tutte queste occasioni la videocamera, per osservare e descrivere gli eventi, realizzando interviste in situ, oppure programmandole in un momento successivo. In questo modo, durante il processo di ricerca, la tecnica dell'osservazione partecipante si è configurata come un'osservazione partecipante visuale. Questo tipo di osservazione ha permesso la costruzione di un discorso che, partendo dagli stessi attori coinvolti nel processo e dall'utilizzo delle immagini come elemento principale della ricerca, ha facilitato una diffusione e una comunicazione anche all'esterno del mondo accademico, in un'esperienza multidimensionale di ricerca e comunicazione (Aguilar, 2011).

La ricerca video-fotografica di campo è infatti un'osservazione partecipante in cui il ricercatore utilizza la videocamera al posto del quaderno di appunti. Attraverso il video, si possono raccogliere dati e prendere appunti visuali. Si registra la descrizione dell'ambiente in cui si svolge l'azione, gli avvenimenti, i partecipanti, etc. Lo strumento audiovisivo permette di rappresentare i processi e i temi più interessanti osservati nella ricerca. Attraverso l'osservazione partecipante visuale si possono mostrare aspetti dello studio in modo diretto. Le immagini costituiscono il principale mezzo di osservazione e riflessione delle idee e conclusioni e creano nel lettore/spettatore un grado più alto di partecipazione.

Come suggerisce Christian Bromberger (1995), il cinema va utilizzato come un mezzo specifico di ricerca e di restituzione, anche se non può essere considerato mera sostituzione di un'analisi etnologica. I video e le immagini sono una parte importante del processo di ricerca e non semplici appendici per visualizzare l'analisi condotta o per ornamento e illustrazione di testi. Essi piuttosto, permettono di osservare i comportamenti e di comunicare immagini e contenuti che senza la videocamera non si potrebbero acquisire. Il video integra la parte scritta e viceversa, entrambi sono strumenti che, pur utilizzando linguaggi differenti, se adeguatamente integrati, permettono di sviluppare nel miglior modo un progetto e dare una visione più ampia del tema in questione.

Nello specifico delle tecniche impiegate, ho privilegiato, con l'aggiunta della videocamera, l'intervista in profondità che spesso è utilizzata dai sociologi per acquisire le conoscenze sulla vita sociale (Benney e Hughes, 1970). È un tipo di intervista flessibile, dinamica, aperta e non strutturata che ho adoperato durante numerosi incontri, attraverso i quali ho cercato di scoprire e di capire meglio il mondo, le esperienze e la prospettiva dei miei interlocutori (Taylor e Bogdan, 2009). Non si tratta di uno scambio formale di domande e risposte, ma assomiglia piuttosto a una conversazione informale. Nel mio lavoro, con eccezione di poche domande chiave articolate nella fase preliminare di ricerca, non avevo definito esattamente le domande da fare (Hammersley e Atkinson, 1994) che sarebbero invece scaturite nel corso della stessa intervista e in relazione alle risposte che avrei ricevuto dall'intervistato. Il lavoro si è sviluppato e definito nel tempo e ha richiesto un disegno di ricerca flessibile anche perché nelle fasi iniziali del progetto, non conoscevo e non potevo specificare in via preliminare, il numero e il tipo di interlocutori.

A questo riguardo, per reperire e selezionare il campione, il metodo seguito per creare un primo contatto è stato quello di cercare elementi comuni con i possibili interlocutori incontrati nei luoghi e nelle circostanze più sopra descritte. Per esempio, conversazioni che riguardavano la città di Napoli, il calcio, la gastronomia, etc., tutti discorsi che, nella maggior parte dei casi, mi hanno permesso di creare un primo contatto per futuri incontri. Sin dalle prime fasi del mio studio, ho cercato di creare relazioni più strette con persone che avessero una vasta conoscenza

e un ruolo rilevante nel collettivo oggetto di studio, per entrare nel migliore dei modi nel contesto della ricerca. Nello specifico, questo tipo di interlocutori sono stati D. e M. Il primo, una persona molto conosciuta, con molti contatti e molto rispettata anche per il lavoro che svolge. È un ristoratore ed è proprietario di un bar ristorante dove si cucinano piatti della tradizione napoletana. Il suo bar, oltre a essere frequentato dalle persone che vivono nel quartiere e in generale da italiani, è un punto di riferimento per molti napoletani perché da anni permette di assistere alle partite di calcio del Napoli trasmesse in televisione. D. è anche il presidente di un'associazione dei commercianti del quartiere e organizza diverse attività culturali e gastronomiche. Mantiene relazioni con differenti tipi e classi di persone e per celia è soprannominato "il sindaco". D. mi ha consentito di entrare in contatto con varie persone in modo diretto, presentate da lui, o indirettamente conosciute nel suo bar.

M., viceversa, è stato un interlocutore completamente differente. Con lui siamo entrati nella "cultura napoletana di origine", e abbiamo cercato di capire come si possono mantenere vive, sviluppare e trasformare le tradizioni napoletane in una nuova esperienza di vita, all'interno di un processo migratorio. Grazie alla sua formazione e ai suoi studi – laureato in scienze politiche, dottorato in storia delle migrazioni, fotografo e archivista – è un profondo conoscitore delle tradizioni napoletane e con lui abbiamo potuto trattare argomenti socioculturali importanti per il mio lavoro, come per esempio i punti in comune tra la tradizione napoletana e quella catalana e organizzare eventi culturali legati a Napoli o alla cultura napoletana a Barcellona.

Nel corso del progetto di ricerca, per prendere contatto con un maggior numero di persone, ogni volta che conoscevo un napoletano gli domandavo quanti napoletani conoscesse e se mi potesse mettere in contatto con loro. È una delle tecniche più utilizzate conosciuta come "palla di neve" (Polsky, 1969), un tipo di campionatura che funziona come una catena e si utilizza normalmente negli studi di gruppi piccoli di popolazione o sottogruppi. Nel mio studio, l'osservazione partecipante, il fatto di instaurare una relazione di amicizia con alcune delle persone intervistate, frequentare e, a volte, organizzare iniziative ed eventi e, soprattutto, presentarmi a tutte queste occasioni con una videocamera, mi ha permesso di realizzare video-interviste in modo immediato e naturale, senza forzature e invasioni nella sfera personale degli intervistati. Attraverso una presenza discreta, mia e della videocamera, ho acquisito una posizione aneddotica all'interno del gruppo (Pérez Cuesta, 2014) che mi ha permesso di non essere percepito come una persona esterna al contesto analizzato (Camas, 2008), in quanto si trattava di una partecipazione che non influiva in modo sostanziale sulle azioni. La maggior parte degli intervistati era così abituata a vedermi con la videocamera che non ci faceva più caso. In questo modo, ho potuto dirigere la conversazione concentrandomi su temi specifici o approfondendo gli aspetti che mi sembravano più interessanti, senza perdere la relazione di complicità che avevo creato con gli intervistati. Si trattava quasi di una chiacchiera tra amici. Ho raccolto informazioni per costruire 24 storie, risultato di oltre un centinaio di persone conosciute e intervistate anche brevemente. La durata media di ogni intervista è stata di circa 40 minuti per un totale di 16 ore di interviste, alle quali bisogna aggiungere tutto il materiale registrato e altre interviste su argomenti specifici filmato durante iniziative, eventi, spettacoli e partite di calcio.

Come ricordano Simon Kuper e Stefan Szymanski (2010), la passione per il calcio si può esprimere sia giocando tra amici, sia andando allo stadio, sia assistendo a una partita in televisione. Nel mio lavoro sul campo, è stato molto importante frequentare i bar dove si trasmettevano le partite del Napoli. In questo modo ho potuto conoscere molti napoletani e con alcuni di loro realizzare un'intervista. Mi interessava prevalentemente osservare e registrare le reazioni di queste persone, le dinamiche che si creavano tra di loro, come vivevano la partita

e lo spazio circostante. Le partite sono state il pretesto per scoprire quale legame i miei interlocutori mantenessero, mediante il calcio, con la città di Napoli. Attraverso i momenti di incontro e socializzazione dei napoletani intorno alla partita del Napoli, ho osservato e analizzato da vicino la vita di molte persone che mi hanno permesso di costruire e completare il mio lavoro di ricerca.

3. Calcio e identità

Il calcio è uno dei fenomeni sociali più importanti del ventesimo secolo, è lo sport che annovera il maggior numero di praticanti e “adepti” nel mondo. Si gioca in ogni continente e richiede solo un pallone e due oggetti che delimitino una porta. Secondo alcuni autori (Jacques, 1997), è lo sport più socializzato al mondo e lo si può considerare a livello globale come la pratica culturale dominante degli anni '90, come il rock lo è stato negli anni '60 e '70. È un caleidoscopio di emozioni umane, e non soltanto per i novanta minuti di gioco, ma anche fuori dallo stadio o dal campetto dove si pratica con gli amici. Durante una partita si rappresentano l'allegria, l'esaltazione, il dramma della sconfitta, l'ansia dell'attesa, la felicità o la delusione. In poche parole si rappresenta la vita. Ch., fondatrice con altri del fans club Napoli di Barcellona, da me intervistata alla vigilia dell'incontro calcistico del Barcellona contro il Napoli, così si esprime in maniera inequivocabile

Questa partita significa tutto. Obiettivamente il Barcellona è una grandissima squadra e assistere a una partita del genere per noi napoletani, al di là di una vittoria o di una sconfitta, per veri tifosi come siamo noi, sarà un'emozione grandissima. Da tifosa ti potrei dire che vinceremo però non sarei obiettiva, loro hanno Messi che è un grandissimo giocatore. Ma comunque vada domani, i *culé* allo stadio ascolteranno la più bella musica che potranno mai sentire: il battito dei nostri cuori (Ch.).

Nello studio del calcio si possono leggere elementi collegati alle differenti situazioni che caratterizzano la società. È un fenomeno sociale che si intreccia con una complessa rete di relazioni sociali e interessi spesso divergenti. Il calcio è al tempo stesso uno sport, un gioco, uno spettacolo e si articola su più livelli, come quello sportivo, sociale, economico, politico, comunicativo. Una partita, la storia di una società di calcio, si possono considerare metafore della condizione umana, individuale e collettiva, che si rappresentano attraverso l'alternanza di vittorie e sconfitte delle squadre, l'ascesa e la caduta dei suoi protagonisti. Un campionato può essere la metafora della gioia e del dramma che caratterizza la vita di una persona o di una collettività (Bromberger, Hayot e Marottini, 1995). In un ambito più strettamente identitario, la squadra di calcio si configura come un simbolo attraverso il quale le persone proiettano, dipendendo dalla propria traiettoria di vita, il luogo di nascita, l'ambiente familiare e sociale, i diversi modi di immaginare un'organizzazione ideale della vita collettiva (Bromberger et al., 1995).

La costruzione dell'identità è un processo dinamico che si compone di elementi individuali e collettivi. Si costituisce anche a partire dalla differenza che un attore sociale fa di se stesso riguardo a un gruppo sociale e si completa con la percezione e il riconoscimento esterno che altri fanno di questo attore sociale (Aguado e Portal, 1991). L'identità si definisce per due aspetti principali (Brown e Capozza, 2006): il primo riguarda la necessità di autostima, giacché le persone hanno bisogno di valutarsi ed essere valutate positivamente. Si tratta di una necessità personale o del gruppo cui si appartiene. L'altro aspetto è la valorizzazione del gruppo di appartenenza che si definisce attraverso il confronto con altri gruppi esterni. L'appartenenza al gruppo è rilevante per le persone perché conferisce un'identità sociale e sottende l'auto-

valutazione (Jenkins, 2008). Gli elementi chiave dunque nella costruzione dell'identità sono: l'autocoscienza e il riconoscimento esterno come individuo e come gruppo.

L'identità non si configura semplicemente come una costruzione autoreferenziale, ma si modifica nell'incontro con l'“Altro” ed è condizionata anche dagli sguardi delle altre persone, si definisce nei confronti di altri e si attesta come differente rispetto a quella degli altri. Pertanto l'alterità è parte dello stesso processo di identificazione (Guedes, 2009). “Le identità collettive non si basano su ciò che i suoi membri hanno in comune – è possibile che non abbiano granché in comune, eccetto il fatto di non appartenere agli Altri” (Hobsbawn, 2000, p. 117). Da un punto di vista sociologico, psicologico o biologico l'“Io” non si può pensare senza l'“Altro”; senza l'esistenza degli altri non sarebbe possibile identificare nessuna identità (García Martínez, 2007).

4. Diversi tipi di identificazione nel calcio

Nel processo di costruzione dell'identità, lo sport può assumere un ruolo rilevante dovuto all'identificazione degli individui con le collettività cui appartengono e sono veicoli di costruzione di un “Noi” e di un “Altri”. All'interno di questo processo, il calcio può superare l'ambito meramente sportivo generando e sostenendo identità territoriali (Burgos, 2008). Identificarsi con una squadra, genera nelle persone dei sentimenti gruppalì e il senso di appartenenza (Dunning, 2003). Gli spettacoli sportivi possono rappresentare una disputa simbolica in cui differenti attori cercano di definire la propria identità individuale o di gruppo sociale e diventano scenari del conflitto tra gruppi sociali che cercano di imporre i propri valori agli altri in una disputa per l'egemonia (Villena Fiengo, 2003). L'ambiente calcistico è lo sfondo ideale per osservare la rielaborazione di senso e di lealtà, la creazione e lo sviluppo di identità, intese come costruzioni precarie, multiple, fluide e suscettibili di trasformazioni e offre uno spazio idoneo che permette di esprimere le identità collettive e gli antagonismi locali, regionali o nazionali (Llopis Goig, 2006). Un tifoso si può identificare così profondamente con una squadra che le vittorie o le sconfitte, le sofferenze o i risultati di un club lo influenzano direttamente, come se le visse in prima persona e spesso sono vissute come personali e si ripercuotono sull'umore e su tutte le implicazioni affettive possibili (Ashforth e Mael, 1989). Em., uno dei napoletani residenti a Barcellona da me intervistati¹, sostiene nella sua testimonianza, che quando la squadra del Napoli subisce una sconfitta può sentirsi nervoso durante un giorno intero o fino alla partita successiva.

Il tipo di identificazione più comune attraverso il calcio è l'identità di club. I tifosi – il termine italiano è indicativo poiché implica un contagio febbrile che descrive alla perfezione lo stato del tifoso – non è un caso che Em. parli di *malatia* riferendosi alla sua passione per il Napoli – si identificano con una squadra e si tratta di una identificazione, nella maggior parte dei casi definitiva, irrinconciliabile e spesso in contrapposizione, che si può generare in una città, regione o paese (Antezana e Luis, 2003). Le persone si identificano con le squadre del quartiere, della città, della regione o del paese in quanto si percepiscono come un “simbolo di un'esistenza collettiva” (Bromberger, 2000, p. 262). In questo modo le competizioni si trasformano in spazi simbolici di confronto, a volte scontro, identitario. Il confronto calcistico aggiorna e incoraggia rivalità storiche e si costituisce come un pretesto per sentimenti di rivalità o di supremazia

¹ Il progetto di ricerca da cui prende spunto il presente articolo, è composto anche da un video documentario intitolato *Napoletani en Barcelona* www.youtube.com/watch?v=UKt1qJV16ok. Tutti i miei intervistati hanno firmato una liberatoria con la quale hanno accettato di comparire nel video e nella parte scritta con il proprio nome e cognome.

(Llopis Goig, 2006). Un esempio è il F.C. Barcelona che diviene un elemento in più della rivendicazione catalana in rappresentanza di una nazione senza stato (Bromberger, 2001), in contrapposizione al Real Madrid, suo principale avversario extraregionale, che rappresenta i valori unitari. Nel caso dei tifosi del Napoli, l'antagonista per eccellenza è la Juventus, una delle due squadre di Torino, che rappresenta una rivalità storica, economica e sociale che supera la linea della storia sportiva e trova nel calcio, un ambito nel quale confluire ed esplodere. Per i napoletani, una vittoria contro la Juventus, si considera una specie di rivincita di un "sud subalterno di un nord arrogante" (Bromberger et al., 1995, p. 21).

5. La scelta della squadra del cuore

Il calcio rappresenta un modo per creare relazioni e socializzare. Una persona diventa tifoso di una squadra, si identifica con questi colori e diventa parte della collettività di tutti i suoi tifosi (Flores Álvarez-Ossorio, 2005). La scelta della squadra si converte in poco tempo in una passione e si manifesta l'esigenza di condividerla con gli altri. Per il tifoso, la partita di calcio è un contenitore di forti emozioni condivise, è una storia, ripetitiva e al tempo stesso unica, che si incrocia con le storie di altri individui e comunità. I tifosi condividono emozioni, entusiasmo, allegria, tristezza, la bellezza del gioco, i colori, le gradinate, l'intensità del dramma sportivo, le discussioni nel piazzale dello stadio. L., uno dei tifosi che ho intervistato assistendo alla partita del Napoli in un bar, esprime con poche parole questa sensazione:

Il Napoli è l'unica fede. Sono cresciuto con il Napoli, mio padre mi portava allo stadio da quando ero bambino. Mi ricordo partite incredibili e anche quando si lottava per non retrocedere. Ho vissuto gli anni di Maradona, era la stagione 86/87, l'anno dello scudetto. Ho vissuto grandissime emozioni, per me lo stadio era ed è qualcosa di straordinario. Quel periodo era stupendo perché si vinceva, c'era un'intesa tra la società, la squadra e la tifoseria. Eravamo un'unica entità, un corpo unico. Non so spiegarlo, una delle cose più belle del calcio è che mi avvicina alle persone con le quali condivido la mia passione. La vita è condivisione con gli altri e il calcio ti permette di farlo. Al di là del calcio, per me il Napoli è il legame con la città, con la mia tradizione, con tutto ciò che mi rappresenta...che ne so, *song napoletano c'aggia fa* (L.).

Le parole di L. si possono considerare un compendio degli elementi che ci permettono di evidenziare differenti aspetti che ruotano intorno al calcio. Parla di fede come qualcosa di trascendentale. Subito appare il ricordo familiare e la figura del padre che lo portava allo stadio. Fa riferimento a Maradona e mette in risalto l'importanza del campione argentino per Napoli e i napoletani, giacché la sua epoca fu l'unica in cui la squadra vinse il campionato nazionale. In seguito L. descrive la passione del tifoso condivisa con gli altri e la sensazione di sentirsi un tutt'uno con la squadra. Termina il discorso affermando la sua origine – io sono napoletano – e l'importanza che ha per lui il legame esistente tra la squadra di calcio e la città di Napoli.

Il calcio è capace di creare e/o rinforzare un legame identitario con la propria origine. Per alcune persone non c'è opzione per quale squadra tifare, la scelta avviene in modo naturale, semplicemente per essere nati in un determinato luogo. In molti casi la preferenza per una squadra dipende da fattori esterni all'ambito sportivo. L'origine del tifo per la squadra scozzese del Celtic di Glasgow si ritrova nella riproduzione, nella conservazione e nell'espressione di ciò che c'è di irlandese nei suoi tifosi (Bradley, 2006) ed è un modo per affermare l'identità irlandese. Uno degli intervistati da Bromberger (1995) dichiara "sono di Marsiglia, amo la mia città e per questo tifo per l'Olympique di Marsiglia". Nel caso dei napoletani, spesso, non c'è distinzione tra sostenere la squadra o la città. M., uno dei miei interlocutori, afferma che il

legame tra la città e la squadra del Napoli è indissolubile. Attraverso il calcio si alimenta il legame con la propria origine, per questo motivo per i napoletani, soprattutto per quelli che vivono lontano dalla città, il calcio è così importante. “Sempre comunque e ovunque”. Anche L. esprime questo sentimento:

Ogni volta che brindiamo diciamo forza Napoli. Perché quando uno vive fuori, il legame con la squadra rappresenta il legame che si vuole mantenere con la città, con la tua origine. Sei più legato quando vivi fuori (M.).

Il calcio spesso si collega a un ricordo familiare. La famiglia e soprattutto la figura paterna, è una delle ragioni per cui un bambino si avvicina al calcio e sceglie la sua squadra del cuore. Nella maggior parte dei casi è il padre che orienta il figlio nella scelta della squadra. Il bambino si avvicina al calcio guidato dal braccio del padre, assiste alle partite e tifa per la squadra paterna. Altre volte è uno zio, un fratello o un amico che incidono nella scelta della squadra favorita; si tratta quasi sempre di una figura maschile. Il ricordo di Em. è legato al nonno e ai cibi tipici che si mangiavano nelle domeniche in famiglia. In ogni caso, la scelta, e la conseguente identificazione con una squadra, spesso nascono come un prolungamento di un affetto personale, delle persone che influenzarono l'iniziazione al calcio del tifoso-bambino (Mafud, 1967).

E. descrive il primo momento in cui si è avvicinata al calcio:

Da bambina la domenica andavamo a trovare i miei nonni che mi davano il permesso di svegliare mio zio Mico che doveva recarsi allo stadio ad assistere alla partita del Napoli. Mentre si preparava e indossava la sciarpa della squadra, mi prendeva in braccio e cantava i cori della squadra. Io lo supplicavo di portarmi con lui, ma mi rispondeva sempre con la stessa frase: quando sarai grande. E fu così. Lui vive in Francia e quando il Napoli gioca in Europa andiamo insieme a vederlo... (E.).

La passione per il calcio e la lealtà verso la propria squadra, a volte si ostenta, altre volte si nasconde, e arriva a essere un simbolo di orgoglio o un *karma* personale che si vuole trasmettere alle generazioni successive (Ferreiro, 2003). La squadra si eredita insieme ad altri simboli e valori (Zavala, 2001). Ma. è orgoglioso del figlio H. di 7 anni, avuto con la moglie catalana, perché ha rinunciato a diventare un sostenitore *blaugrana* per scegliere di essere tifoso del Napoli. Confessa che nella sua famiglia sarebbe impossibile avere un figlio che non tifi per il Napoli. Addirittura H. ha convinto un compagno di classe catalano a sostenere il Napoli. La fedeltà per una squadra si alimenta da piccoli anche attraverso azioni simboliche, come regalare ai bambini la divisa in miniatura della propria squadra di calcio. Ed è ciò che ha fatto Ma. che ha regalato una palla e una maglietta del Napoli al figlio H. quando ancora era nella pancia della mamma. La maglietta, la bandiera, la sciarpa e ogni altro genere di prodotto, divengono elementi simbolici con i quali il tifoso si identifica e che danno consistenza all'identificazione con la comunità che si forma attorno alla propria squadra (Bifulco e Pirone, 2014).

In altri casi, quando un bambino non trova nel padre o nel seno della famiglia un riferimento calcistico, può essere l'ambiente circostante, le amicizie o le circostanze che spingono un ragazzo a scegliere una squadra. È indicativo il racconto di M. sulla sua scelta di tifare Napoli:

Quando ero piccolo a casa, il calcio era bandito, era censurato sistematicamente, nonostante questa avversione ne percepivo l'esistenza. Capivo che c'era qualcosa di bello, che ci si divertiva, si giocava, si stava assieme, ma non avevo nessun riferimento familiare o qualcuno cui ispirarmi nella scelta della squadra del cuore perché a mio padre non interessava e non voleva che mi appassionassi. Il momento in cui ho scelto la squadra per cui tifare è stato a otto anni, il primo giorno che andai nel pulmino che

mi portava a scuola. In questo pulmino c'erano due gruppi, da un lato i napoletani e dall'altro gli juventini. Tra i due schieramenti c'era soltanto un unico tifoso della Fiorentina e per solidarietà con questo bambino, senza nemmeno sapere che la Fiorentina fosse la squadra di Firenze dissi che tifavo per i viola. Non sapevo nemmeno quali fossero i colori societari, non sapevo nulla. Dopo un anno questo disgraziato cambiò pulmino e mi lasciò da solo. A questo punto ho dovuto fare di necessità virtù e fui costretto a scegliere una delle due fazioni. I napoletani erano simpatici, ma non li capivo bene, parlavano troppo napoletano, io ero nato all'Arenella, un quartiere "borghesuccio" di Napoli e a casa non si parlava napoletano. Gli juventini mi stavano antipatici, ma volevano a tutti i costi che andassi con loro e quindi, assolutamente poco convinto, scelsi la Juventus. Io però rimanevo con questo deficit culturale nei confronti del calcio e il tifo era più che altro una necessità di sopravvivenza nel pulmino. Poi ci furono due momenti importanti che mi fecero cambiare idea e scegliere con convinzione di tifare Napoli. Il primo fu il tragico giorno dell'Heysel di Bruxelles quando in quei momenti drammatici con le persone che rimanevano schiacciate e 39 morti, vidi la Juventus festeggiare una vittoria in un frangente che mi sembrò del tutto inopportuno. Il secondo momento fu il gol di Platini all'Italia nel mondiale del 1986. Da quel momento dissi – gobbi non voglio più saperne niente di voi, io sono napoletano e tifo Napoli, il mio cuore è biancoazzurro. Quell'anno Maradona vinse i mondiali e poi lo scudetto con il Napoli (M.).

Come testimoniato da M., nel processo di creazione dell'identità, lo sport è un momento di identificazione collettiva in quanto si tratta di una competizione tra due o più squadre o individui che comporta la formazione dentro e fuori dal gruppo, di un "Noi" e di un "Altri" (Elias, 1992b; Ferreiro, 2003; Jenkins, 2008). Sin da piccoli si impara la lealtà verso una squadra – difficilmente, infatti, dopo l'infanzia una persona cambia i "colori del cuore" – e anche un senso identitario in contrapposizione ad altri gruppi rivali. Abbiamo visto che l'identificazione con una squadra genera un senso di appartenenza e, dall'altro lato, rivalità e confronto con altri gruppi. In questa situazione, è fondamentale l'elemento di opposizione, giacché il confronto/scontro tra due o più gruppi o comunità, rafforza l'identificazione all'interno del proprio gruppo. Si rinforza il "Noi" come unità davanti alla presenza e alla competizione con un altro gruppo percepito come gli "Altri" che possono essere una squadra avversaria locale, nazionale o i suoi tifosi (Elias, 1992).

L'ambito calcistico si caratterizza per un forte coinvolgimento emozionale che condiziona la ricerca di una propria affermazione attraverso la creazione di una autoimmagine che si proietta verso gli altri affinché la riconoscano e che, dipendendo dalle circostanze, la rispettino, denigrino, temano all'interno del recinto simbolico dell'arena. Questo riconoscimento si pratica attraverso un rituale di scontro poiché il calcio non permette la neutralizzazione e la pacificazione delle relazioni Noi/Altri (Mignon, 1998), ma le alimenta e in questa situazione si può delineare una visione del mondo determinata dalla distinzione tra amici e nemici (Dal Lago, 1990). In questo scenario in cui si svolge lo spettacolo calcistico, si costruisce e si rappresenta la propria identità e, al tempo stesso, si proiettano, si acquisiscono e si rielaborano le immagini che gli altri hanno di noi e di se stessi (Villena Fiengo, 2003). Durante una partita di calcio, i tifosi hanno la possibilità di articolare gli elementi della propria identità nel modo più efficace. Questo è dovuto alla presenza di molte persone riunite per sostenere la propria squadra, ma anche all'esistenza del gruppo rivale (Bursday e Chappell, 2003). Durante la partita questi due gruppi possono esprimere liberamente gli elementi della propria identità attraverso comportamenti che normalmente, in un altro luogo, non sarebbero accettati (Clancy, 2010). La relazione e lo scontro con l'altro fanno parte del fenomeno calcistico e dei processi identitari che si attivano in esso e che rimandano a conflitti e relazioni presenti nella società. Il territorio urbano si può trasformare in un campo di battaglia nel quale si rappresenta uno spettacolo pubblico proprio dei tumulti dei quartieri poveri, gli scontri con la polizia, le incursioni della

moltitudine che assiste alla partita di calcio, ma che si sviluppa, secondo la versione ufficiale pubblicizzata, nell'ordine routinario della città (Bauman, 1999).

6. Calcio: lealtà e passione

Il concetto di lealtà nel calcio lo riafferma Jocimar Daolio (1998) che osserva come un tifoso non cambia mai squadra, anche se sta attraversando una brutta stagione o subisce una retrocessione. Sin da bambini si inculcano valori e abitudini positivi sulla squadra “familiare” – quella con cui si identifica la famiglia – e negativi riguardo agli avversari. Una persona, durante la sua vita, può cambiare città, opinioni politiche, relazioni affettive, ma è raro trovare qualcuno che abbia cambiato la propria squadra di calcio. La tifoseria soffre e gioisce con la squadra. C. afferma:

Possiamo vincere, perdere o pareggiare, ma i ragazzi devono lasciare l'anima sul campo così come lo facciamo noi tifosi che li seguiamo e sosteniamo in qualsiasi luogo (C.).

È indicativo ciò che afferma C. anche per la forma verbale che utilizza: parla al plurale identificando i giocatori con i tifosi come se fossero un'unica entità, nonostante stia assistendo alla partita in televisione, in un bar, a mille chilometri di distanza. Un'identificazione e una lealtà che si continua ad alimentare da lontano. La partita di calcio produce ore di effervescenza collettiva (Durkheim, 2005) e l'effervescenza collegata al tifo per una squadra di calcio può arrivare a dei livelli di profondità tali che si potrebbe paragonare a un sentimento amoroso (Bifulco e Pirone, 2014). Al. rispondendo alla mia domanda su cosa significhi il Napoli per lui dichiara:

Per me è tutto, è la prima cosa. Lo dico sempre, amerò il Napoli per tutta la vita perché una donna la puoi tradire, la puoi lasciare, puoi divorziare, ma sono convinto che non potrò mai cambiare la mia fede, il mio amore e la mia passione per il Napoli (Al.).

Sulla stessa linea si trova S.:

Glielo dico alla mia fidanzata, il Napoli è il primo amore, dopo vieni tu (S.).

A. recita un coro del Napoli come se si trattasse di una poesia per una donna:

Io lo so cosa sono per te, tu lo sai che io vivo per te, io canto per te, ovunque sarai ci sarò, non ti lascerò mai (A.).

Anche a M. chiedo cosa rappresenti per lui il Napoli:

Il Napoli è più di una fede, è un simbolo di identità, di cultura, di appartenenza. È sentirsi uniti per qualcosa che va al di là delle frontiere e del tempo (M.).

Dalle parole di M. emerge ancora una volta il legame tra una squadra di calcio e lo spettatore. Si tratta di un legame permanente, volontario che si basa su sentimenti condivisi che vanno oltre lo stato sociale di ogni persona. Le tifoserie sono formate da persone di differenti classi sociali, genere, culture, regioni, paesi. “Nonostante ciò, non smettono di essere concepite come un'unità o come una totalità unica in se stessa” (Oliven e Damo, 2001, p. 94). Essere tifoso di

una squadra significa gioire e godere per una vittoria e soffrire per una sconfitta. Il tifoso mantiene la fedeltà alla propria squadra, anche se passano gli anni senza vincere niente. In uno striscione esposto allo stadio San Paolo di Napoli si può leggere “al di là del risultato”. Questa frase si è trasformata in un motto della tifoseria partenopea. L'identificazione raggiunta produce una rappresentatività particolare e il rafforzamento delle istituzioni sportive (Véliz, Gómez-Lobo, Fontaine e Rodríguez, 1997) che comporta la possibilità che esistano squadre che, nonostante non abbiano vinto nessun titolo, mantengono la fedeltà dei proprio tifosi (Ramos Ahumanda, 2008).

L. e M. parlano di appartenenza, sentirsi uniti agli altri per la passione per la propria squadra. In questo modo, il tifoso forma parte di una totalità unitaria e questa relazione tra persone e squadra rappresenta un valore speciale del carattere locale, regionale o nazionale (Estadella, 1975). Si genera una connessione tra la squadra e l'intera comunità che sente di partecipare a un destino unitario (Guttmann, 1986). Lo spettatore non è solo, sa e sente che il giocatore o la squadra lo unisce agli altri spettatori e insieme con loro manifesta ed esprime i suoi sentimenti e opinioni. Questa è una delle caratteristiche che differenziano lo spettacolo calcistico da altri tipi di spettacoli, come il cinema o il teatro. “Lo sport offre un grado di identificazione così alto tra chi lo pratica e chi lo osserva che le masse gridano la loro gioia, sospirano, si spaventano, si zittiscono con tanta umanità che sembra diretta da un direttore di orchestra” (Estadella, 1975, p.85). Un tifoso è parte attiva dello spettacolo calcistico che è il requisito principale affinché si possa vivere fino in fondo il fenomeno. Per sentire pienamente le emozioni bisogna sostenere una delle due squadre (Bromberger, 2001), è una necessità psicologica che Paul Veyne (1988) descrive quando osserva che la partita è un sistema semiotico che funziona pienamente se sosteniamo uno dei contendenti.

7. Rituali contemporanei e nuovi idoli

I riti e i miti sono inscindibilmente legati e non appartengono a un tempo passato, ma diversamente intesi ed elaborati, sono presenti nella nostra vita collettiva e personale. Per l'antropologo Bronislaw Malinowski (1976, p.47) “il mito è un ingrediente vitale della civiltà umana; non favola inutile, ma forza attiva costruita nel tempo”. Come ebbe a dire Pier Paolo Pasolini, che per questo sport ebbe una passione illimitata, *il calcio è l'ultima rappresentazione sacra del nostro tempo. È rito nel fondo, anche se è evasione*. Pasolini assimila in modo alquanto originale il calcio a un vero e proprio linguaggio, coi suoi poeti e prosatori, e definisce il football un sistema di segni, cioè un linguaggio, che ha tutte le caratteristiche fondamentali di quello scritto-parlato. C'è sufficiente accordo in letteratura che nella società attuale il gioco del calcio possa essere considerato come uno dei più grandi rituali contemporanei o paragonare a una celebrazione religiosa (Auge, 1982, 1999; Mardones, 1994; Segalen, 1995; Bromberger et al., 1995, 2000). È un momento di festa per chi lo pratica e anche per chi assiste a una partita di calcio in uno stadio pieno di migliaia di persone o per strada, dove i bambini cominciano a giocare. È una festa quando la propria squadra vince un trofeo importante o un giocatore segna un gol spettacolare. “Lo spettacolo calcistico è una festa rituale moltitudinaria che riunisce intere popolazioni” (Medina Cano, 1996, p. 43). Contiene un desiderio veemente e profondo, una forza di partecipazione e di creazione. In questo modo, lo stato festoso non dipende soltanto dall'ambiente calcistico che permette di generare una sensazione di *communitas* che sembra essersi persa nella vita quotidiana (Turner, 1988), ma una partita, una vittoria, una sconfitta, comportano un'intensa partecipazione corporea e sensoriale che è espressione di un senso di comunità.

Incontro Da. a Barcellona. Racconta che il calcio, e il Napoli, la riportano ai ricordi di festa di quando era una bambina. Ha una famiglia numerosa con molti cugini e zii e il calcio le ricorda i momenti di riunione familiare con le tavole imbandite piene di pietanze. Afferma che probabilmente è per questo motivo che continua a seguire con entusiasmo il calcio e che ha bisogno di sapere sempre “cosa ha fatto il Napoli”. Sostiene che è qualcosa che non si può dimenticare perché le viene dalla famiglia, dai momenti di unione, dal primo scudetto vinto. Sono ricordi che si ricollegano ai tempi della celebrazione ed è come se tornasse col pensiero indietro alla sua infanzia. Per Da. l'autenticità del calcio è la festa, scendere per strada e celebrare. Non si festeggiano solo una partita o i giocatori che hanno vinto sul campo, ma si celebra la città:

Noi napoletani sentiamo sempre il bisogno di celebrare la nostra città (Da.).

Il calcio, e in generale tutte le attività collettive di forte intensità emozionale, riempie lo spazio contemporaneo di segnali rituali che si sviluppano in spazi specifici e contribuiscono alla (ri)costruzione delle identità opponendosi all'omogeneizzazione della società. Una partita simbolizza drammi e tappe dell'esistenza sui quali i tifosi proiettano i momenti delle loro vite individuali (Segalen, 2005). Marino Niola (2003) suggerisce che a Napoli la celebrazione del primo titolo nazionale conquistato dalla squadra di calcio, ha risvegliato antiche e nuove passioni in una reazione a catena, in cui la festa si è costituita come un insieme in cui il soggetto e l'oggetto della celebrazione è stata Napoli in tutte le sue dimensioni.

Bromberger (1995) indica che a volte si produce un'identificazione tra i settori sociali più poveri e le città “decadute” come possono essere Marsiglia, Napoli, Liverpool (Bromberger et al., 1995, p.108) e i calciatori. In questo caso si tratta di un'identificazione simbolica tra la frustrazione di un popolo e la vittoria di una partita o di una competizione calcistica (Echeverri, 2002). Spesso i calciatori sono considerati dei veri e propri idoli da amare e glorificare. Il massimo esempio in tal senso è Maradona con cui si identificano i tifosi napoletani e quelli argentini. Maradona è sempre presente nei ricordi e nei racconti di un tifoso del Napoli, non si può dimenticare. A Napoli sono numerosi i murales che rappresentano l'immagine del campione argentino e un bar del centro storico mette in vista, in un gioco tra sacro e profano, l'edicola votiva di Maradona esponendo un suo capello come se fosse una reliquia. In Argentina esiste *la chiesa maradoniana* con un culto proprio e spesso ci si riferisce all'ex calciatore argentino come “la mano de Dios”. Una metafora che evidenzia il sentimento di “trascendenza e casualità” che spesso i tifosi cercano di controllare attraverso comportamenti caratterizzati dalle superstizioni e dall'irrazionalità (Ferrari, 2012, p. 104).

Maradona è amato a Napoli anche perché aveva inteso perfettamente cosa significasse la rivalità con la Juventus. Una sfida che trascende l'aspetto sportivo e calcistico che l'argentino sottolineò in varie occasioni. Durante il mondiale di Italia '90, prima della semifinale tra Italia e Argentina, giocata a Napoli, Maradona dichiarò “chiedono ai napoletani di essere italiani per una notte quando per 365 giorni li chiamano terroni. Mi fischiano perché sono uno di loro”. In un'altra intervista affermò che avevano lottato non solo per vincere una partita, ma affinché in tutta Italia si rispettasse la città di Napoli. Il primo scudetto vinto fu una rivincita per tutti i napoletani: “cambiammo la realtà del sud e del nord”. Maradona è riuscito a cambiare l'immagine della città di Napoli vincendo e dimostrando agli stessi napoletani che era possibile competere e superare le città settentrionali ricche e vincenti. Lo fece attraverso il calcio. L'identificazione del popolo napoletano con Maradona è tale che gli si attribuisce “un'origine napoletana certificata dallo stesso sguardo che si ritrova negli scugnizzi” (Bromberger et al., 1995, p. 137). Alain Ehrenberg (1991, p. 88) cita un articolo del giornale francese *Le Monde*:

Con le gambe corte, il petto in fuori, la bocca da ragazzaccio e il diamante all'orecchio, per noi Diego si è convertito in un vero napoletano. Il suo amore per le belle ragazze e il buon cibo, la pazzia per le macchine...e, al tempo stesso, l'amore per la famiglia, considerata sacra – tutta la sua famiglia vive e prospera a Napoli a carico della società – il suo cattivo carattere, temperamentale, esuberante, ribelle, tutto lo converte in un vero figlio legittimo della città.

Mar. racconta che, nonostante non l'abbia mai visto giocare, parla sempre di Maradona perché il campione argentino oltre a essere stato un grande calciatore, ha dato molto alla città di Napoli, non soltanto in ambito sportivo. Sostiene che durante quegli anni, grazie al calcio, si parlava di Napoli in Italia e nel mondo, per gli aspetti positivi e non per gli stereotipi negativi di camorra e spazzatura. In questo modo, la squadra di calcio può rappresentare un volano economico e sociale e rilanciare positivamente l'immagine della città. Do. esprime lo stesso concetto:

Quando sanno che vengo da Napoli, le prime parole che dicono sono “mafia e camorra”. Meno male che ultimamente, grazie alla Champions, parlano anche di calcio, di Cavani e Lavezzi; è una piccola conquista, ma è già qualcosa, almeno non devo sentirmi dire solo monnezza, mafia e camorra. Sono cose che fanno male quando si vive fuori (Do.)

8. Conclusioni

In tutta Europa esistono club e associazioni di tifosi del Napoli. Da Barcellona a Madrid, da Parigi a Bruxelles, passando per Londra, Manchester, Atene fino a Mosca e Malta, non c'è un paese europeo che non annoveri un club di tifosi napoletani e almeno un bar o un ristorante di riferimento dove poter assistere alla partita della squadra del cuore, gustando prelibatezze napoletane, come pizza o salsiccia e friarielli. Da quanto emerso dalla mia ricerca, il calcio costituisce un momento di riunione e di socializzazione che permette di mantenere e alimentare da lontano il legame con la propria città e origine. Si assiste alla partita con amici, ma anche con persone che si sono appena conosciute. Diventa l'occasione per creare una nuova rete di contatti, scambiarsi opinioni e informazioni e, a volte, per realizzare nuovi progetti. Vedere la partita in un bar o in un ristorante è solo l'inizio di qualcosa, è un'opportunità. Mc., uno dei miei interlocutori, ha potuto avviare un'attività con un socio napoletano conosciuto a Barcellona assistendo alla partita del Napoli in un ristorante napoletano. Questi elementi tipici identitari gli hanno permesso di sviluppare un'attività professionale e creare un'amicizia.

All'interno di una esperienza migratoria e di un processo di costruzione identitaria, il calcio è un elemento che permette di mantenere vivo e saldo il legame con la propria origine e di (ri)scoprire e (ri)affermare la propria identità anche in contrasto e opposizione con altri gruppi. La contrapposizione è una parte importante del processo di costruzione identitario e della consapevolezza del gruppo (Coser, 1967; Simmel, 1998). Un altro dato significativo emerso attiene alla possibilità che attraverso il calcio si contribuisca a dare un'immagine della città di Napoli diversa dagli stereotipi negativi con cui spesso la si rappresenta: vivere con orgoglio i successi della squadra, a livello nazionale e internazionale, significa affermare gli elementi positivi della propria origine e dunque autoaffermarsi ed essere valutati positivamente anche agli occhi degli “Altri”.

Non meno rilevante ai fini della mia indagine è che il calcio permette di alimentare la memoria individuale e familiare. I ricordi calcistici, nella maggior parte dei casi, sono strettamente legati ai ricordi familiari e festivi. In questo modo il calcio si costituisce come un collegamento con il passato e con il luogo di origine. Inoltre il calcio si configura come una passione folclorica

collettiva collegata alle celebrazioni e si converte in un rituale contemporaneo per tutta la città e i suoi cittadini, includendo anche i napoletani che vivono all'estero. La vittoria della squadra è un trionfo dell'intera città di Napoli e si crea un'identificazione indissolubile tra la squadra, i tifosi e la città che si alimenta costantemente anche da lontano. Il calcio assume così i caratteri del rito, nell'accezione in cui esso non attiene solo al sacro, ma anche alla dimensione cosiddetta profana e non appartiene solo al passato ma anche al presente. A parte i riti che sanciscono passaggi importanti della vita delle persone, una sorta di interpretazione di antichi riti iniziatici, come nascita, morte, matrimonio o più semplicemente diplomi e compleanni, tutti rigorosamente celebrati in gruppo, il calcio ne interpreta un ruolo significativo.

In conclusione, dal progetto di ricerca che ho svolto si evince che in un'esperienza di vita in un altro paese, il calcio, così come altri elementi identitari, sono punti di riferimento, quasi immutabili, che servono alle persone per situarsi su un terreno conosciuto che genera una certa sicurezza e la possibilità di condividere una passione. L'identità è un concetto dinamico che si forma e si trasforma in continuazione nel corso del tempo, nelle situazioni in cui si sviluppa la vita e le persone agiscono; dipende dalle esperienze, dagli incontri, dalle circostanze. Anche il rapporto con la propria origine è in costante evoluzione, a volte si rinsalda, si riscopre, in altre occasioni c'è un allontanamento o un rifiuto, non esiste una relazione statica senza cambiamenti. Ciò che invece non muta mai nel corso degli anni è la passione e il tifo per la propria squadra del cuore.

Bibliografia

- Aguado, J.C., Portal, M.A. (1991). Tiempo, espacio e identidad social. *Alteridades*, 1(2), 31-41.
- Aguilar Idáñez, M^a.J. (2011). Usos y aplicaciones de la Sociología visual en el ámbito de las migraciones y la construcción de una ciudadanía intercultural. *Tejuelo*, 12, 100-135.
- Alabarces, P. (1999). Aguante y represión: fútbol, política y violencia en la Argentina. In S. Carvalho, M. Hatje (orgs.), *Revista de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física* (Santa Maria, RS: UFSM), 2(2).
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Antezana, J., Luis, H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. In P. Alabarces (ed.), *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, (pp. 85-98). Buenos Aires: CLACSO.
- Ashforth B. E., Mael F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Auge, M. (1982). Football. De l'histoire sociale à l'anthropologie religieuse. *Le Débat*, 17, 59-67.
- Auge, M. (1999). ¿Un deporte o un ritual?. In S. Seguro (ed), *Fútbol y pasiones políticas*, (pp. 55-66). Madrid: Editorial Debate.
- Bauman, Z. (1999). *La globalización. Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benney, M., Hughes, E.C. (1970). Of sociology and the interview. In N.K. Denzin (ed.), *Sociological Methods: A Sourcebook* (pp.75-98). Chicago: Aldine.
- Bifulco, L., Pirone, F. (2014). *A tutto campo. Il calcio da una prospettiva sociologica*. Napoli: Guida Editori.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Methods*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bradley, J. M. (2006). Sport and the Contestation of Ethnic Identity: Football and Irishness in Scotland. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(7), 1189-1208.
- Bromberger, C. (2000). El fútbol como visión del mundo y como ritual, in M.A. Roque (eds.), *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*, (pp. 253-274). Barcellona: Icaria.
- Bromberger, C. (2001). Fútbol. Significados de la pasión popular por los clubes de fútbol. Buenos Aires: Siruela.

- Bromberger, C., Hayot, A., Mariottini, J.M. (1995). *La match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*. Parigi: Éditions de la MSH.
- Brown, R., Capozza D. (2006). *Social Identities: Motivational, Emotional and Cultural Influences*. New York: Psychology Press.
- Burdsey, D., Chappell, R. (2003). Soldiers, sashes and shamrocks: football and social identity in Scotland and Northern Ireland. *Sociology of Sport Online*, 6(1).
- Burgos, R. (2008). Avances de investigación en torno al fútbol y la(s) identidad(es) en Jujuy. 10º Congreso Redcom "Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización, Salta: 4-6 de setiembre de 2008, Universidad Católica de Salta.
- Camas, V. (2008). *Nuevas perspectivas en la observación participante*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Clancy, K. (2010). Celtic Football Club and Irish Identity. *Socheolas: Limerick Student Journal of Sociology*, 2(2).
- Coser, L. (1967). *Le funzioni del conflitto sociale*. Milano: Feltrinelli.
- Dal Lago, A. (1990). *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*. Bologna: Il Mulino, Bologna.
- Dalton, M. (1964). Preconceptions and Methods in Men Who Manage. In P. E. Hammond (ed.), *Sociologist at Work* (pp. 50-95). New York: Basic Books.
- Daolio, J. (1998). Las contradicciones del fútbol brasileño. *Revista Digital Efdeportes*, 3(10), Maggio, <http://www.efdeportes.com/efd10/daolio1e.htm>.
- Dunning, E. (2003). *El Fenómeno Deportivo*. Barcellona: Editorial Paidotribo.
- Durkheim, É. (2005). *Le forme elementari della vita religiosa*. Roma: Meltemi.
- Echeverri González, J. (2002). El fútbol es poesía colectiva. In *Mundo Latino.org*, <http://www.mundolatino.org/textos/poecolec.htm>.
- Ehrenberg, A. (1991). *Le culte de la performance*. Parigi: Calmann-Lévy.
- Elias, N. (1992). Introducción. In N. Elias, E. Dunning (eds.), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, (pp. 9-29). Madrid: FCE.
- Elias, N. (1992b). La génesis del deporte como problema sociológico. In N. Elias, E. Dunning (eds.), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, (pp. 157-184). Madrid: FCE.
- Emerson, R.M. (1983). *Contemporary Field Research*. Boston: Little Brown.
- Estadella, A.F. (1975). *Deporte y Sociedad*. Barcellona: Salvat Editores.
- Ferrari, S. (2012). *Sudafrica 2010: Media, Stadi e Folla. Etnografie e interazioni in un evento globale*. Tesi di dottorato.
- Ferreiro, J.P. (2003). Ni la muerte nos va a separar, desde el cielo te voy a alentar. Apuntes sobre identidad y fútbol en Jujuy. In P. Alabarces (ed.), *Futbología Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, (pp. 57-74). Buenos Aires: CLACSO.
- Flores Álvarez-Ossorio, S. (2005). Fútbol y manipulación social. Xº Congreso de historia del deporte, Sevilla 2-5 de noviembre de 2005.
- García Martínez, A. (2007). La construcción de las identidades. *Cuestiones Pedagógicas*, 18, 207-228.
- Geertz, C. (1983). Tic description: Toward an interpretative theory of culture. In R.M. Emerson (ed.), *Contemporary Field Research* (pp. 37-59). Boston: Little Brown.
- Guedes, S. L. (2009). Las naciones argentina y brasileña a través del fútbol. *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*, 2(6), 167-185.
- Guttmann, A. (1986). *Sport Spectators*. New York: Columbia University Press.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcellona: Paidós.
- Hobsbawm, E. (2000). La izquierda y la política de la identidad. *New Left Review*, 24, 114-125.
- Jacques, M. (1997, 13 Luglio). Worshipping the body at the altar of sport. *The Observer*.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity*. Londra: Routledge.
- Kuper, S., Szymanski, S. (2010). *Calcionomica. Meraviglie, segreti e stranezze del calcio mondiale*. Milano: Isbn Edizioni.
- Llopis Goig, R. (2006). Clubes y selecciones nacionales de fútbol. La dimensión etnoterritorial del fútbol español. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV, 45, septiembre-diciembre, 37-66.
- Mafud, J. (1967). *Sociología del fútbol*. Buenos Aires: Americalee.
- Malinowski, B.K. (1976). *Il mito e il padre nella psicologia primitiva*. Roma: Newton Compton.

- Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. *Intersticios Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 5(1), 107-114.
- Mardones, J.M. (1994). Para comprender las nuevas formas de la región. Estella (Navarra): Editorial Verbo Divino.
- Medina Cano, F. (1996). Al Calor de la jugada: El Fútbol, Signos y Símbolos. *Boletín de Antropología*, 10, 26, 27-63.
- Mignon, P. (1998). *La passion du football*. Parigi: Ed.Odile Bayard.
- Niola, M. (2003). Totem e ragù. *Divagazioni napoletane*. Napoli: Tullio Pironti Editore.
- Oliven, R.G., Damo, A.S. (2001). Fútbol y Cultura. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Pasolini, P.P. (2005). Il calico "è" un linguaggio con i suoi poeti e prosatori. In F. Portinari (ed.), *Il portiere caduto alla difesa. Il calcio e il ciclismo nella letteratura italiana del Novecento* (pp. 53-58). Lecce: Manni.
- Pecchinenda, G. (2008). *Homunculus. Sociologia dell'identità e autonarrazione*. Napoli: Liguori.
- Pérez Cuesta, G. (2014). La Observación Participante en la Investigación Educativa Basada en las Artes Visuales a partir de David Hockney. In R. Marín Viadel, J. Roldán, X. Molinet Medina (eds.), *Fundamentos, criterios y contextos en investigación basada en Artes e Investigación Artística*, (pp. 131-152). Granada: Universidad de Granada.
- Polsky, N. (1969). *Hustlers, Beats and Others*. New York: Aldine Publishing.
- Ramos Ahumada, D. (2008). Deporte e identificación. *Revista Digital Efdeportes*, 13(119), Aprile, www.efdeportes.com/efd119/deporte-e-identificacion.htm.
- Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. México: Siglo XXI.
- Segalen, M. (2005). *Ritos y rituales contemporáneos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Simmel, G. (1998). *Sociologia*. Milano: Edizioni di Comunità.
- Stake, R. (2010). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Taylor, S.J., Bogdan, R. (2009). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcellona: Paidós.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Madrid: Editorial Taurus.
- Véliz, C., Gómez-Lobo, A., Fontaine Talavera, A., Rodríguez, E. (1997). *Deportes Griegos e Ingleses*. *Estudios Públicos*, 65, 1-17.
- Veyne, P. (1988). *Did the Greeks Believe in their Myths? An Essay in the Constitutive Imagination*. Chicago: University of Chicago Press.
- Villena Fiengo, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. In P. Alabarces, (ed.), *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, (257-271). Buenos Aires: CLACSO.
- Zavala, H. (2001). Ser o no ser...ahí está el detalle: El fútbol y la cultura popular en la ciudad de México. *Revista Digital Efdeportes*, 6(30), febbraio, <http://www.efdeportes.com/efd30/mexico.htm>.