

**"Serás eterno como el tiempo y florecerás en cada Primavera".
La squadra di calcio come fenomeno identitario**

*Domenico Branca
Università di Sassari*

Abstract

The following article analyses the football game as an identity phenomenon. Football has ceased to be simply a sport to become something extremely complex and articulated, from a politic, economic, social, and cultural point of view. Its diffusion on a global scale has produced and produces identity forms of affirmation and differentiation. These forms concern the name of the team, the geographical and social-economic position of the club and its supporters, the politic-religious identification and the violence and sectarianism that it usually involves. The last part of the article introduces a research – work in progress – about the self-perception, the meaning and the value that Club Atlético Peñarol from Montevideo has for their supporters. The text concludes willing to prove how football is today stimulated by a dialectical tension between two nowadays processes like globalization and identity. At this point, the article mentions the establishment of non-recognized squads such as the ones formed by nations without a state that, through football, claim their voice.

Key words: football, identity, belonging, Ireland, South America

Il calcio è un fenomeno che coinvolge milioni di persone nel mondo, un evento nello stesso tempo locale e globale. Da tempo ha cessato di essere solo uno sport per assumere significati nuovi, legati a diversi processi della contemporaneità. Marc Augè (1982), tra gli altri, riprendendo il noto concetto di Marcel Mauss, l'ha definito un "fatto sociale totale", rendendo bene l'idea di quanto il calcio sia un fenomeno pervasivo e importante nel mondo di oggi, un fenomeno che declina in sé una moltitudine di aspetti, dall'imponente macchina economica e televisiva (Dei 1998, Simonelli 1998) a opportunità di tipo politico (cfr Franco Júnior 2007), dagli aspetti sociali e culturali a quelli artistici e letterari (Saba 1945, Soriano 1998, Pasolini 1999, Galeano 2002, Hornby 2006). Proprio in virtù di questa sua massiccia presenza nella vita quotidiana degli individui,¹ il calcio è stato ed è

¹ Cfr, per esempio, Guterman 2009. Qui l'Autore mette in evidenza come in Brasile il calcio sia parte integrante della storia del paese e che, quando si parla di calcio, in Brasile si parla non solo di un gioco, ma della storia stessa del Brasile. Per quanto riguarda, ad esempio, il fenomeno del razzismo nel calcio brasiliano, cfr Levine 1980, Filho 2003, Nogueira Balzano *et alii* 2010.

oggetto di riflessione per le scienze sociali che ne hanno indagato le diverse sfaccettature e i molteplici spunti di riflessione (Archetti 1995, Bromberger 1999, Giulianotti 2002, Castells 2006, Foer 2007, Barba 2007, De Toledo, Costa 2009). Diverse letture sono state date per spiegare, a livello simbolico, cosa il calcio significhi per gli individui, così come il suo alto potenziale aggregativo ed identitario (Morris 1982, Brera 1998, Papa e Panico 2002, Gil 2007, Paredes Ortiz 2007).

In questo articolo si analizzerà proprio il valore identitario che un *club* di calcio rappresenta (Fabregas Puig 2001, Dosal Ulloa 2006), a partire da identità storicamente in contrasto che si sono poi aggregate e riconosciute in uno o più *club*, nel nome, nei colori e nel valore comunicativo di questi. Ad esempio si toccheranno i temi relativi all'*Old Firm*, il più importante e sentito *derby* di Scozia, relativo alla città di Glasgow; si affronterà il caso della sparizione dai campi di calcio del *Belfast Celtic F.C.*; sempre in Ulster, per motivi simili a quelli della società di Belfast, ci si concentrerà sul cambio di lega calcistica in cui si è trovato costretto il *Derry City F.C.*, obbligato dalla tensione degli anni Settanta nel Nord Irlanda; il valore identitario che riveste il *Club Atlético Peñarol* di Montevideo.

Come afferma Remotti (2003, 61), "... l'identità [...] si costruisce a scapito dell'alterità". È nella dicotomia "noi" vs "altri" che il problema emerge nelle sue criticità, producendo spesso quella che, sempre Remotti (*Idem*, 65) ha definito "... un'identità armata, irrigidita, assolutizzata". L'identità pone sempre un "noi" diametralmente opposto agli "altri", ma allo stesso tempo sono gli "altri" che creano "noi", come nella dialettica servo-padrone hegeliana: "... se l'Irlanda non fosse esistita l'avrebbero inventata gli inglesi", afferma lo scrittore dublinese Declan Kiberd (1995, 9), a proposito dell'invenzione dell'identità irlandese. Una identità creata da tre componenti: "*L'Irlanda fu inventata dagli irlandesi, dagli inglesi e dal popolo della diaspora irlandese, in un esilio che è la 'scuola della nazionalità'*" (Wilson, Donnan 2006, 1). L' "altro" è, comunque, quello di cui si necessita per costruire se stessi in quanto individui-di-una-comunità (che nel nostro caso è una squadra di calcio); quindi, "... se necesita de "otro" que nos demuestre el **no yo**, y a la vez éste otro se construya a sí mismo. Ésta situación es la que genera las rivalidades, lo que yo soy versus lo que es el otro" (Aragón 2011, 13). Per quanto concerne il calcio, questo tipo di dinamiche appare quasi strutturale: a contribuirvi intervengono diversi fattori quali il nome della squadra, i colori della maglia, la collocazione politica e/o identitaria che la squadra stessa è andata col tempo ad assumere, caricata di attributi e significati impliciti e non. Per queste ragioni l'essenza di un *club* di calcio non si esaurisce nello spettacolo a cui il pubblico assiste per novanta minuti, ma diviene un contenitore di senso che settimanalmente, annualmente, si rinforza, si modifica, si perpetua. Il nome di una squadra, per esempio, si ancora al contesto a cui la squadra appartiene, benché non sia sempre stato così. A mio parere, si potrebbero distinguere cinque "tipi" di nomi che, in diverse fasi storiche e per diversi motivi, hanno caratterizzato le squadre di calcio e la loro creazione, crescita e modificazione; 1) "vaganti"; 2) "valoriali"; 3) "localizzati" 4) "storici" ed "eroici"; e 5) "politici".

Nell'era pionieristica del *football*, diversi *club* assumevano nomi che non richiamaevano esplicitamente un luogo preciso, una città, un quartiere e, anche se questo accadeva, veniva aggiunto un altro nome volto a indicarne la natura errante e vagabonda. Nel 1859, ad esempio, vengono fondati a Londra i *Forest Football Club*, che cambieranno nome nel 1864 chiamandosi *Wanderers Football Club*, semplicemente "vagabondi"; diverse altre squadre conservano questa definizione.² Ancora, i *Bohemians F.C.* di Dublino (letteralmente i *bohemien*), o i *Bristol Rovers* ("erranti"), ad esempio, trasmettevano l'idea di un vagabondaggio per i campi del paese, ma senza quella specificazione identitaria che sarà una costante per tutti gli anni a venire.

Successivamente, quindi, con la dirompente esplosione a livello globale del calcio tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi anni del Novecento, le squadre si fanno portatrici dei valori, reali o presunti, ma comunque fondanti, dello Stato-Nazione che si veniva creando o che necessitava di cementarsi; per questo nascono lo *Sport Club Juventus* nel 1897, la *Pro Patria*, la

² A titolo esemplificativo cito i *Bolton Wanderers F.C.*, *Bray Wanderers F.C.*, *Wycombe Wanderers F.C.*; fuori dal Regno Unito, i *Montevideo Wanderers F.C.* e i *Santiago Wanderers F.C.*, per citarne due.

Robur Siena, la *Vis Pesaro* e le varie *Juventude* e *Juventud* in Brasile, Portogallo e nell'America Latina in generale. Emerge la categoria dei giovani-per-la-patria, corpo sociale che, attraverso lo sport, veicola determinati tipi di valori quali la patria, la giovinezza e la forza fisica. Valori che, col tempo, vengono canalizzati a rappresentare un preciso luogo e/o territorio. Nascono, dunque, squadre che assumono il nome della città in cui sono state create (Torino, Barcellona, São Paulo, ad esempio), ma anche squadre che si arrogano il diritto di rappresentare l'intera nazione (*Nacional*, di Montevideo e di Funchal, in Portogallo) o addirittura che escono dai confini dello Stato-Nazione come l'*Internacional* di Porto Alegre e l'*Internazionale* di Milano. Ancora, *club* come il *Defensor*, con sede a Montevideo, che specificano la vocazione di difensori della patria, definendosi quasi come un'esercito in una battaglia. La squadra comincia a diventare un simbolo identitario, un marcatore differenziale di appartenenza; “noi”, con i nostri valori, contro “voi” con i vostri disvalori. Inoltre, la squadra con il nome della città – in una convergenza tra il *locus* fisico e quello ideale – scatena dinamiche campanilistiche che, soprattutto in Europa, affondano le radici nel passato; ecco perché, ad esempio, la partita tra la squadra di Firenze, la *Fiorentina*, e il *Siena*, è nota come “Derby Guelfi-Ghibellini”, ricerca nella storia e reiterazione della storia stessa.

Allo stesso modo il quartiere, *barrio* in Sud America, diviene, soprattutto per le città più grandi o le megalopoli, il sito dove l'identità si viene marcando in maniera più vistosa; prendiamo ad esempio Buenos Aires, la capitale argentina. A Buenos Aires, città sterminata di oltre 12 milioni di abitanti, non esiste un *club* che si chiami Buenos Aires; questo fatto si deve alla eterogeneità socio-economica dei quartieri, a cominciare dalla presenza di minoranze di diversa provenienza che hanno caratterizzato la crescita della città. Qui il riferimento obbligato è al *Boca Juniors*, del *barrio* della *Boca*, situato nella parte meridionale della città. *Boca* deriva da Boccadasse, una località ligure vicino a Genova; i fondatori della squadra, infatti, erano immigrati genovesi; non a caso, il soprannome dell'istituzione è *xeneixes*, “genovesi”. La *Boca* è uno dei quartieri più poveri di Buenos Aires e la sua squadra disputa il celeberrimo *Superclásico* contro il *River Plate*, originariamente fondato alla *Boca*, ma poi spostatosi, dopo varie vicissitudini, nel *barrio* settentrionale di *Núñez*. Questo incontro, storico, si caratterizza per la forte opposizione identitaria tra le due *hinchadas*, le tifoserie, una delle quali è associata alla classe povera e lavoratrice, quella del *Boca Juniors*, mentre l'altra alle classi elevate e borghesi, il *River Plate*, il cui soprannome è *millonarios*. Sempre nella capitale *porteña* è necessario menzionare il *San Lorenzo de Almagro*; i *barrios* in cui si formò l'*equipo*, Almagro e Boedo, erano inizialmente a forte emigrazione italiana, salvo poi, specialmente negli anni Trenta e Quaranta del Novecento, connotarsi come luogo di emigrazione spagnola, e il San Lorenzo cominciò infatti ad essere identificato “... *fuertemente con la colectividad inmigrante española*” (*Idem*, 7). C'è in questo caso un dato antropologicamente molto rilevante, ossia il valore identitario dello stadio, il *Gasómetro*. Scrive Aragón (*Idem*, 8):

El corazón del barrio, futbolísticamente hablando, era el estadio de San Lorenzo conocido como “Gasómetro”. En la memoria colectiva de los habitantes del barrio, el estadio no se circunscribía a lo futbolístico, en el mismo se desarrollaban numerosas disciplinas deportivas y eventos culturales de toda índole. Debajo de las tribunas se podía disfrutar desde los tradicionales carnavales con orquestas de música popular en vivo, hasta pista de acrobacias automovilísticas, entre otras actividades. Estas cuestiones, los habitantes lo re significan como generador de lazos sociales. En estas interacciones sociales, se conformaban enlaces matrimoniales, se dirimían reyertas personales al mejor estilo de los “malevos tangueros” y se fortalecían los compromisos con “el club del barrio”.

Quindi lo stadio non si costituiva come mero spazio dove giocava la squadra e il pubblico del quartiere andava a vedere le partite. Il legame della squadra col *barrio* era molto più stretto e importante di quanto si possa pensare. Continua lo studioso:

Hoy el estadio ya no está, y en su lugar, se erige la gigante estructura de un hipermercado propiedad una cadena multinacional, que sólo guarda una placa que “homenajea” al ya extinto estadio, y poco puede hacer por el rescate del espíritu socio cultural de otros años. Como una trágica metáfora de los tiempos globalizados, el mercado reemplazó a esa sociedad estructurada en

base al trabajo y a la movilidad social ascendente de la clase trabajadora. El Hipermercado reemplazó al espacio de sociabilidades barriales. La pérdida del estadio significó más que una mera pérdida de un escenario deportivo, era la pérdida del espacio de ritos y comunión de los seguidores del equipo y de los vecinos del barrio [...]. Muchos de los lazos que se habían construidos y constituidos en ese escenario, se perdieron, y con ellos, muchos de los constructos culturales que fortalecían la "identidad" del barrio y los actores sociales que allí interactuaban. Por aquellos años, se hablaba de la pérdida del estadio de San Lorenzo como una suerte de pérdida de "la casa propia" para la familia "sanlorencista" (Idem, 8-9).

Il supermercato rimpiazza la casa, quasi l'agorà del quartiere per la gente *sanlorencista*. Una calamità ancora peggiore della semplice perdita di un luogo, per quanto identitario possa essere, consiste nel fatto che quasi tutte le squadre argentine delle prime divisioni posseggono uno stadio di proprietà, la casa dell'istituzione e dei tifosi. Il *San Lorenzo* e i suoi tifosi si sono ritrovati a essere senza una casa ma, cosa forse ancora peggiore, è stato il fatto che, successivamente alla perdita della stadio,³ il *San Lorenzo* è retrocesso; in Argentina, ma si può estendere la considerazione a tutta l'America Latina, una retrocessione, un *descenso*, viene "... *interpretado como la peor humillación deportiva*" (Idem, 10), in accordo con quell'interpretazione della *masculinidad* nel *fútbol* argentino analizzata da diversi studiosi (Archetti 1995, Tylor 1998, Rinke 2007).

Rimanendo nel continente australe, si rivelano di grande interesse i nomi storici o comunque indigeni: ad esempio, il *club* cileno del *Colo-Colo*, il cui nome si rivela come marcatore identitario che si esplica attraverso l'utilizzo e il fregio del nome di un capo araucano⁴ per sottolineare proprio l'appartenenza all'identità nazionale. Il *Colo-Colo* venne fondato nel 1925 a Santiago, ad opera di un gruppo di ex giocatori del *Magallanes*, altra società della capitale cilena; molto interessanti alcuni versi dell'inno dell'istituzione:

*Sucesores gloriosos de Arauco.
Colo-Colo por Dios tutelar,
Nuestro club es pendón de la raza,
más heroica, pujante y tenaz.*

Nell'*himno* si fa riferimento alla componente india pre-coloniale, nonché a un concetto come quello della razza e del nazionalismo molto comune nel paese negli anni Trenta e Quaranta del Novecento (Matamala 2001). In Paraguay il club *Guaraní*, del 1903, prende il nome espressamente da "... *la raza que pobló inicialmente el Paraguay y a la lengua nativa de nuestro país*".⁵ *El Aborigen*, soprannome dovuto alla scelta di chiamare la squadra come la popolazione storicamente stanziata nel moderno Paraguay,⁶ è stato fra i primissimi a utilizzare un nome che omaggiasse una popolazione indigena; comincia una riscoperta cosciente e politica del passato pre-coloniale. Ancora, la nascita del *Club Bolívar* nel 1925; i fondatori intitolarono la nascente istituzione al *Libertador Simón Bolívar*, eroe dell'indipendenza di diversi paesi latinoamericani nella lotta contro l'impero spagnolo. Mi sembra interessante, inoltre, notare che il nome della competizione per *club* più importante del Sud America sia intitolata a *los libertadores de América*, specificando quell'unità sudamericana che era nei sogni di Simón Bolívar prima e di Ernesto Guevara poi. Interessante il caso della Sardegna; qui, all'inizio del Novecento, nascono diverse istituzioni che, similmente all'America Latina, riscoprono ed omaggiano il proprio passato, nell'idea di una riscoperta forte dell'identità sarda. Nascono, infatti, la *Torres*, di Sassari, che riprende il nome di uno dei quattro giudicati indipendenti della Sardegna medievale; ancora, l'*Olbia*, in un periodo in cui la città si chiamava ancora Terranova e i fondatori ripresero il nome della città antica. A Cagliari esistevano le sezioni calcistiche dell'*Amsicora*, eroe sardo-cartaginese, e dell'*Eleonora d'Arborea*, giudicessa di Arborea. Ancora, a Sassari era attiva la *Josto*, dal nome del figlio di Amsicora, mentre a Oristano

3 Stadio che verrà successivamente ricostruito con il nome di *Nuevo Gasómetro* a sottolineare la continuità identitaria.

4 Gli *araucano*, chiamati anche *mapuche*, sono un popolo originario del Cile (Silva 2005).

5 http://www.clubguarani.com.py/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=13, URL consultato il 7/12/11.

6 I *Guaraní* sono una popolazione sudamericana stanziata tra Paraguay, Argentina, Brasile e Bolivia meridionale.

verrà fondata la *Tharros*, storica città sulla costa centro-occidentale della Sardegna. Anche in Sardegna, quindi, si fece massiccio ricorso a nomi storici e di eroi indigeni per fondare una identità che fosse anche sportiva.

Per ultimo i nomi politici. Nei paesi del blocco sovietico si cominciarono ad utilizzare nomi quali *Dinamo*, *Lokomotiv*, *Partizan*, *Stella Rossa*, con preciso riferimento ai valori della Rivoluzione e del lavoro. Ma vorrei concentrarmi su quello che ritengo un *club* con un nome politico, identitario e con grande impatto socio-culturale, per diverse ragioni; il *Celtic* di Glasgow. Per diverse ragioni il *Celtic* assume in sé diverse componenti identitarie, in netta e costante contrapposizione con i suoi rivali, i *Rangers*, sempre di Glasgow (Burdsey, Chappell 2001). In questo caso la parola “rivale” è quanto mai corretta per riferirsi al rapporto tra queste due istituzioni; non tanto tra i rappresentanti dei *club* (anche se i *Rangers* hanno sempre perseguito una politica anti-cattolica, oggi ammorbida). Come nota Craith (2002, 106), “... *football is not the only reason for the rivalry between Glasgow Rangers and Celtic*”. Storicamente, infatti, queste squadre rappresentano due anime contrapposte della società scozzese; da una parte il *Celtic*, il *club* degli immigrati irlandesi, la cui fondazione è avvenuta col patrocinio di “*His Grace the Archbishop of Glasgow and the Clergy of St Mary's, Sacred Heart, and St Michael's Missions, and the principal Catholic laymen of the East End*” nel “*November 1887 by a number of the Catholic of the East End of the City*” (Swift 2002, 145), come riporta un annuncio fatto circolare per Glasgow dalle personalità cattoliche che si erano adoperate per la fondazione del *club*. Dall'altra parte i *Rangers F.C.*, fondati nel 1872, sono, invece, considerati “... *a Protestant team whose identity is primarily anti-Catholic and anti-Irish*” (Craith 2002, 106), e viene “.. *perceived by many people as being one of the most overt anti-catholic institutions in society*” (Bradley 1995, 38). Questa forte connotazione, per entrambe le squadre, affonda le sue radici nella situazione sociale scozzese dell'Ottocento e nel settarismo che divideva – e ancora divide⁷ – gli immigrati irlandesi, in maggioranza cattolici, dagli scozzesi, nella gran parte protestanti (Bradley 2009). Il “noi” contro “voi” è, in questo caso, evidente; due società – nel vero senso della parola – che ricalcano due diversi *status* sociali, politici, economici e culturali della città di Glasgow e non solo, se è vero che l'appartenenza all'uno o all'altro *club* rappresenta nella maggior parte dei casi un'adesione a una delle due ideologie in campo. Una persona che ho intervistato, di un paese vicino a Glasgow, mi ha raccontato che alla fine degli anni Settanta andò in vacanza con un'amica e i genitori di questa in Ulster; la regione era militarizzata dai soldati del Regno Unito e, vedendoli turisti, chiesero loro di dove fossero. Alla risposta che provenivano da Glasgow subito un'altra domanda dei militari: *Celtic* o *Rangers*? Le ragazze si dichiararono disinteressate al calcio, ma questa notizia rende bene l'idea della situazione che imperversava a Derry, ma anche dell'importanza di essere di una delle due squadre. Se si analizzano i colori che distinguono le istituzioni ci si rende conto della forza comunicativa che questi rivestono; il *Celtic* ha una maglia fasciata bianco-verde, mentre i *Rangers* una maglia blu, rossa e bianca. Il verde è considerato storicamente il colore dei celti, mentre il rosso, il blu e il bianco richiamano i colori della *Union Jack*, la bandiera del Regno Unito. Da diverso tempo, inoltre, la maglia del *Celtic* è utilizzata come marcatore identitario e come simbolo di appartenenza, fino ad affiancare o sostituire il tricolore irlandese. A Derry, Ulster, i giovani cattolici, per rimarcare e affermare la propria appartenenza religiosa e, per estensione, politica, indossano maglie del *Celtic* (Clancy 2010). Sempre nell'Irlanda settentrionale, a Belfast, era attiva una società calcistica chiamata *Belfast Celtic*. Fondata alcuni anni dopo il *Celtic* di Glasgow, rivendicava le stesse caratteristiche sociali e culturali dei predecessori scozzesi; anche Belfast, come Glasgow, era – ed è – una città in cui le tensioni sociali e politiche tra le comunità di cattolici e protestanti risultano essere forti. I *Celtic* di Belfast parevano richiamare in tutto quelli di Glasgow; anzitutto nel nome, nei colori sociali – anche loro indossavano una maglia fasciata bianco-verde –

7 Nel gennaio 2003 il Glasgow City Council ha pubblicato un rapporto realizzato dall'Osservatorio Sociale relativo alla percezione del settarismo in città: “... *nel complesso, questi risultati mostrano chiaramente che gli intervistati sono convinti che il settarismo sia ancora prevalente a Glasgow*”. (Sectarianism in Glasgow, Final Report 2003, 9). Il riferimento non è esclusivo alla questione religiosa, ma si riferisce anche alla percezioni degli immigrati in generale.

nell'essere la squadra della comunità cattolica in apertissima ostilità nei confronti del *Linfield*, che pare a sua volta ricalcare, in maniera anche più radicale se possibile, i *Rangers* di Glasgow, rivali dei *Celtic*. Anche loro indossano una maglia rossa, blu e bianca a richiamare la *Union Jack* e a sottolineare la loro fedeltà al Regno Unito e anche loro rappresentano la comunità protestante di Belfast. Per comprendere quanto fosse importante questa appartenenza, cito un passo di Kuper (2008, 280): “Negli anni Trenta e Quaranta c'erano colpi di pistola alle partite contro il *Linfield*, e alla fine, dopo che i tifosi invasero il campo e ruppero la gamba di un giocatore nel 1949, il *Belfast Celtic* chiuse i battenti”. Ma questo non fu assolutamente un episodio isolato. A testimonianza dello strettissimo legame tra la società di Belfast e l'Irlanda nel 1920, anno della guerra d'Indipendenza Irlandese, i soldati di Sua Maestà aprirono il fuoco contro tifosi e giocatori del *Celtic* di Belfast. La situazione politica in Ulster è storicamente conflittuale; un altro club nord irlandese, il *Derry City*, fu oggetto di attacchi settari negli anni Settanta del Novecento. È necessario contestualizzare per comprendere nella maniera migliore la situazione che si descrive. L'Ulster, una delle quattro provincie dell'isola d'Irlanda, appartiene politicamente al Regno Unito e la maggioranza dei suoi abitanti sono protestanti e lealisti nei confronti della corona britannica. Nella città di Derry, vicina al confine con la Repubblica, la gran parte della popolazione era, invece, cattolica. La situazione a Derry era insostenibile; per i cattolici i più elementari diritti civili erano inesistenti, il voto di un protestante, ad esempio, valeva molto più del voto di un cattolico. Chiaramente la rappresentanza politica non rispecchiava, quindi, quella sociale. A partire dalla fine degli anni Sessanta nacque in città e nel resto della provincia un importante movimento per i diritti civili. La tensione tra le due comunità era fortissima⁸ e, in occasione di una manifestazione pacifica nel gennaio 1972, l'esercito inglese uccise 14 persone, senza motivazione. Era la famosa *Bloody Sunday*. Il *Derry Football Club* giocava all'epoca nella lega nordirlandese di calcio, ma a causa delle fortissime tensioni e del pericolo di violenze la Fifa, l'organo internazionale preposto al calcio, con una speciale deroga inserì il *Derry* nel campionato della Repubblica d'Irlanda.

La questione identitaria nel calcio non è materia da prendere sottogamba. Le implicazioni politiche che spesso va ad assumere una squadra con i suoi simboli, i suoi colori, il suo orientamento politico, sono materia interessantissima per l'antropologia e per le scienze sociali in generale. Ancora, per quanto riguarda la questione identitaria accennerò ai risultati, ancora molto parziali, di una ricerca che sto conducendo sulla *hinchada* del *Peñarol*, una delle squadre col maggior numero di tifosi d'Uruguay e tra le più importanti dell'intera America Latina; nel 2009 l'Istituto di Storia e Statistica del Calcio (Iffhs) lo ha nominato campione del secolo XX dell'America Latina. Il nome della squadra deriva da un quartiere di Montevideo:

El lugar ya era conocido con el nombre de Peñarol antes de que el pueblo existiera. Como es notorio, allá por 1751 partía rumbo al Plata, de la ciudad de Pinerolo [...] Juan Bautista Crosa, que en nuestro medio incorporaría como sobrenombre el lugar de su nacimiento, aunque deformado el vocablo por el habla popular, al españolizarlo (Tacconi 2009, 8).

Il *Peñarol* trova nel *Nacional* di Montevideo il suo più acerrimo rivale (Morales 2002). In un interessante articolo di Luzuriaga del 2005 vengono ricostruite con puntualità le profonde e antiche motivazioni di questa rivalità: motivazioni politiche ed etniche, in sommo grado. Senza soffermarmi su questo punto, per cui rimando all'articolo citato, voglio concentrarmi sul *sentimiento inexplicable* che *los hinchas de Peñarol* hanno per la propria squadra. Anzitutto la ricerca è iniziata contattando, su un *forum* di tifosi *manyas*,⁹ uno degli utenti; in spagnolo ho detto di essere uno studente di antropologia culturale sardo, di essere tifoso del *Peñarol* e che volevo scrivere un articolo sugli *aurinegros*.¹⁰ Il mio è stato un tentativo, per vedere se potevo cominciare una ricerca cercando di entrare più all'interno dell'ideologia del tifo *manya*. Il tifoso mi rispose subito,

8 Questa stagione che si accese tra la fine degli anni Sessanta e gli anni Novanta del Novecento è nota come *Troubles* (Wilson, Donnan 2006).

9 Termine con cui si autodefiniscono i tifosi *Peñarol*.

10 'Gialloneri', sono i colori della squadra ricavati dai colori della ferrovia.

insperatamente, e in maniera molto gentile ed esaustiva; alla domanda “*Cos’è per te il Peñarol?*” scrisse: “*Soy un 'hincha enfermo' de Peñarol, es algo más allá de un equipo de fútbol, Peñarol es todo para mi y también para todos los que compartimos esta religión carbonera*”. L’email, prima di tante come negli altri casi, era molto lunga e dettagliata, ma questo era l’incipit. Qualche ora dopo, senza scrivere altro a nessuno, un altro tifoso mi disse che aveva visto il mio messaggio e che, se volevo, poteva aiutarmi:

Hola, acabo de leer una pagina de peñarol y encuentre tu nombre, me parece barbaro lo que quieres hacer y en lo que pueda voy a colaborar. Antes que nada te cuento que algunos hinchas de peñarol, no somos "hinchas", somos "creyentes", para nosotros peñarol es mas que un cuadro de futbol, esta en las reuniones, en la familia, entre los amigos, siempre es el tema de conversacion, y lo tomamos como una causa moral, donde vamos llevamos nuestra camiseta, una bandera, un gorrito, de verdad no te puedes imaginar todo lo que significa peñarol en la vida de un manya. La frase mas repetida cuando se pregunta que es peñarol?, es: peñarol es un sentimiento inexplicable.

Ancora, mi ha contattato anche una ragazza dicendo di volermi anche lei aiutare: “*Hola, yo soy hincha del Club Atlético Peñarol, vivo en Montevideo y quería ayudarte con la investigación, voy a pasarte unos videos que explican de alguna manera u otra, lo que es PEÑAROL en Uruguay, para la hinchada y para el mundo*”. In un’altra delle email che ci siamo scambiati, la tifosa mi ha spiegato cos’è per lei *el Decano*:¹¹

Es imposible que te mande todo lo importante que ha logrado mi cuadro, miles son las historias y miles los logros. Dos quinquenios, 5 libertadores, etc etc etc. Y sobre todo el amor que le tiene la gente a este club es inexplicable, las cosas que hacen los hinchas por su club son imposibles de imaginar, desde promesas de tatuajes, hasta abandonarlo todo para ir a verlo, incluso a otros paises, como dijo una señora mayor, en la película Manyas, en la hinchada de peñarol se pasa lista, si no tenes plata, no se come ni se sale a bailar, pero siempre se va a ver a peñarol.

Da queste poche frasi si riesce ad evincere cosa significhi il *Peñarol* per i propri tifosi; è un sentimento inspiegabile che pervade totalmente la vita di colei o colui che ha deciso di essere *hincha* e non si affievolisce assolutamente quando la squadra va male o perde il *Clásico* col *Nacional*. È una passione che accomuna tutte le classi sociali e tutte le età, come mi hanno scritto – spontaneamente – i miei informatori, e come viene sempre specificato su *forum*, *social network* e pagine *internet* dedicate al *Peñarol*. La prima persona contattata, che mi ha risposto, mi scrisse successivamente:

Un equipo que representa al pueblo, que si bien fue fundado por los ingleses administradores de los trenes, ya desde sus inicios, los laburantes, los de la clase medis que laburaban en las vias del ferrocarril, sentian la camiseta como parte de su piel, por eso no se hizo distincion de nada, y se les abrio la puerta de la institucion... no como otros cuadros oligarcas, fundados por la elite de esta sociedad.

“*Otros cuadros oligarcas*” è un riferimento al *Nacional*, considerato la squadra delle classi più elevate di Montevideo. Anche la seconda persona contattata scrive che

... peñarol es un cuadro formado por los obreros y nacional, por estudiantes universitarios. Peñarol junta en una tribuna, al ingeniero, al obrero, al ladron, al comerciante, al doctor, a la señora de su casa, todos por ese rato somos uno, yo voy muchas veces al estadio solo, porque mis nenes son chicos, u otras razones, pero nunca estas solo, entraras solo, pero sentado en la tribuna, se canta entre todos, se conversa, y te terminas abrazando del que tenes al lado, que hace media hora era un desconocido, por un gol.

¹¹ Altro nome con cui è conosciuto il *Peñarol*. Fu fondato nel 1891 con il nome di *Curcc*, mentre nel 1913 assunse l’attuale denominazione. I suoi acerrimi rivali del *Nacional*, fondato nel 1899, rivendicano il ruolo di decano poiché assumono che il *Curcc* non sia la stessa entità del *Peñarol*, sebbene ci sia una continuità geografica, sociale e di tifo tra le due istituzioni.

La persona intervistata risulta essere sulla stessa linea: *“Hay gente de todas las edades, sexos y clases sociales, es una maravilla. Un lugar para encontrarte con amigos y festejar juntos cada fin de semana”*. L'appartenenza, l'*identidad peñarolense*, come incisivamente viene chiamata, assume valori sociali molto forti, tanto da essere l'*axis* sotto cui ci si riunisce per ricreare la propria casa, il proprio mondo anche all'estero, ad esempio a New York.¹² Ma, anche allo stadio, il *Centenario*, dove venne esposta la bandiera più grande del mondo, è possibile rintracciare fenomeni identitari interessantissimi; in una *email* una persona intervistata mi parlò dei *“trapos”*:

... sabes que puede estar bueno para sacar expresiones que dicen cosas interesantes?, te cuento aca se estila que algunos grupos de muchachos que van siempre a ver a su equipo, se juntan a hacer una bandera de su grupito, y sin ser barras bravas del club, hacer que su bandera (ellos le llaman su "TRAPO") no falte nunca y lo llevan a todos lados donde juegue en este caso peñarol, te lo comento, porque ellos seguramente se juntaron y hablaron horas para ver el diseño de su trapo y que significaba para ellos peñarol, y salen cosas interesantes, yo conosco a un amigo que le sugirio al hijo poner en su bandera "siempre juntos", y es como su clave para decirse que siempre estaran junto a peñarol, y cuando por una ley natural el papa no este mas, el hijo sepa que siempre van a estar juntos entre ellos y a peñarol, lo comentaron entre su grupo de amigos y ahí esta siempre esa bandera.

Los trapos son banderas que llevas al estadio, al ser tanta gente, es una forma de identificarte en la multitud. A veces se gravan en los trapos los nombres de los dueños del mismo, o alguna frase que quieras que los jugadores, los dirigentes del club o las personas de otros cuadros lean. Hay todo tipo de leyendas. Muchas veces, los que vamos siempre al estadio, tenemos nuestro lugar fijo en la tribuna, vas a un lugar y solo a ese. Y es por eso que colgando el trapo en ese sitio los hinchas comienzan a identificarte de alguna forma con él. Hay trapos que no faltan nunca en esa tribuna!

Los trapos son la forma que tiene cada hincha de identificarse en la tribuna y cada trapo tiene su lugar en las diferentes tribunas y son fácilmente de ubicar para aquellos que vamos fin de semana tras fin de semana al estadio. La cantidad de trapos que tiene la hinchada de Peñarol no la tienen ninguna en el mundo y me animaría a decir que 1 de cada 20 Carboneros que van a la cancha tiene el suyo por lo que es muy difícil encontrar un espacio para colocar el tuyo ya que siempre esta todos los alambrados y lugares llenos de donde se pueden colgar.

L'importanza della propria squadra per i tifosi è rimarcata anche attraverso i *media*. Nell'ottobre 2011 è uscito in tutte le sale del paese il film *Manyas, la película*, documentario sui tifosi del *Peñarol* diretto dal regista uruguayano Andrés Benvenuto. Il *Peñarol* in Uruguay è un *“fatto sociale”* talmente *“totale”* che il documentario sui suoi tifosi è stato dichiarato di interesse culturale dal *Ministerio de Educación y Cultura* e di interesse ministeriale per il *Ministerio de Turismo y Deporte*; inoltre, *“La Película ha marcado un nuevo récord en taquilla al convertirse en el film Uruguayo de mayor apertura [...] La película de la hinchada tuvo un estreno a su medida ostentando el mayor número de espectadores”*.¹³

Si potrebbe paragonare una squadra di calcio con i suoi simboli, i suoi colori, i suoi tifosi, i suoi miti di fondazione e i suoi eroi a una comunità. L'identità del *“noi”* si crea sotto questo ombrello, si modifica storicamente, si flette e si allunga; la società calcistica è una società all'interno della società, connessa a livello globale e locale: come afferma Castells (2006, 24), *“... el fútbol es más que un deporte e incluso más que un espectáculo. Es una expresión concentrada de los dos procesos que configuran nuestro mundo: la globalización y la identidad”*. L'importanza che riveste nel mondo di oggi, fa del calcio uno dei fenomeni più interessanti per l'antropologia (Caspistegui 2004), che trova in esso un'ulteriore richiesta da parte dei popoli indigeni e delle minoranze senza stato di esistere; questo è l'obiettivo del *Consejo Sudamericano de Nuevas Federaciones* – non affiliato alla Fifa che non li riconosce perché non sono nazioni con Stato – a cui sono affiliate le

¹² http://www.youtube.com/watch?v=sia5AU5p_Go&feature=related, URL consultato il 11/12/11.

¹³ <http://flashes.com.uy/manyas-taquilleros/> URL consultato il 12/12/11.

selezioni calcistiche di: *Rapa Nui, Arcipelago di Juan Fernández, Lican Antai, Quechua, Aymará, Mapuche, Comunità Mbya Guaraní e Fernando de Noronha*:

*El CSANF desea utilizar el Fútbol como iniciativa de intercambio Cultural, de los Pueblos, Naciones, Minorías y de todos aquellos potenciales miembros que cumplan con los requisitos básicos para formar parte de nuestro proyecto futbolístico. A su vez, el deporte, ayudará al progreso y reconocimiento de los Pueblos representados en sus respectivos seleccionados. Colaborando con sus causas sociales.*¹⁴

Bibliografia

- Aragon, S., 2011, "La construcción de identidades y rivalidades futbolísticas, en Buenos Aires", *Esporte e Sociedade*, 6, 17: 1-20.
- Archetti, E.P., 1995, "Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino", *Desarrollo Económico*, 35, 139: 419-442.
- Augé, M., 1982, "Football: de l'histoire sociale à l'anthropologie religieuse", *Le Débat*, 19: 59-67.
- Barba, B., 2007, *Un antropologo nel pallone*, Roma, Meltemi.
- Bradley, J.M., 1995, *Ethnic and religious identity in modern Scotland: Culture, politics and football*, Aldershot, Avebury.
- _____, 2009, "Celtic Football Club: Irish Ethnicity, and Scottish Society", *New Hibernia Review*, 12, 1: 96-110.
- Brera, G., 1998, *Storia critica del calcio italiano*, Milano, Baldini&Castoldi.
- Bromberger, C., 1999, *La partita di calcio. Etnologia di una passione*, Roma, Editori Riuniti (ed. or. 1995, *Le match de football: ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Edition MSH).
- Burdsey, D., Chappell, R., 2001, "'And if you Know your History'. An Examination of the Formation of Football Clubs in Scotland and their Role in the Construction of Social Identity" *The Sports historian*, 21, 1: 94-106.
- Capistegui, F.J., 2004, "¡A por ellos!: Fútbol e identidad", *Comunicación institucional de la Universidad de Navarra*, <http://www.unav.es/noticias/opinion/textos/op190604-02.html>, consultato il 04/12/11,
- Castells, M., 2006, "Fútbol, globalización, identidad", *La Vanguardia*, 06/05/06.
- Clancy, K., 2010, "Celtic Football Club and Irish Identity", *Limerick Student Journal of Sociology*, 2, 2: 75-88.
- Craith, M.N., 2002, *Plural Identities, singular narratives: the case of Northern Ireland*, New York, Berghahn Books.
- Dei, F., 1998, "Il calcio nell'epoca della sua riproducibilità tecnica", *Il calcio!*, numero speciale de *Ilgrandevetro*: 7-10.
- De Toledo, L.H., Costa, C.E., Orgs., 2009, *Visão de jogo: antropologia das práticas esportivas*, São Paulo, Terceiro Nome.
- Dosal Ulloa, R., 2006, "El fútbol: un juego de identidad", <http://efdeportes.com>, *Revista Digital*, 10, 92, consultato il 26/11/11 su <http://www.efdeportes.com/efd92/ident.htm>.
- Fábregas Puig, A., 2001, "Lo Sagrado del Rebaño: el nacimiento de un símbolo", *Deporte, Cultura y Comunicación*, 69, consultato il 3/12/2011 su: <http://www.razonypalabra.org.mx/LO%20SAGRADO%20DE%20REBANO%20E%20NACIMIE%20NTO%20DE%20UN%20SIMBOLO.pdf>.
- Filho, M., 2003, *O negro no futebol brasileiro*, Rio de Janeiro, Mauad.
- Foer, F., 2007, *Come il calcio spiega il mondo*, Milano, Baldini Castoldi Dalai Editore, (ed. or. 2004, *How Soccer Explains the World: an Unlikely Theory of Globalization*, New York, Harper and Collins).

¹⁴ <http://www.csanf.org/mision.php>, URL consultato il 12/12/11.

- Franco Júnior, H., 2007, *A dança dos deuses. Futebol, sociedade, cultura*, São Paulo, Companhia das Letras.
- Galeano, E.H., 2002, *Splendori e miserie del gioco del calcio*, Arezzo, Limina (ed. or. 1998, *El fútbol a sol y sombra*, Montevideo, Ediciones del Chanchito).
- Gil, G.J., 2007, *Hinchas en tránsito. Violencia, memoria e identidad en una hinchada de un club del interior*, Mar de La Plata, Eu Dem.
- Giulianotti, R., 2002, "Soccer Goes Glocal", *Foreign Policy*, 131: 82-83.
- Glasgow City Council, 2003, *Sectarianism in Glasgow*: 1-62.
- Guterman, M., 2009, *O futebol explica o Brasil. Uma história da maior expressão popular do país*, São Paulo, Contexto.
- Hornby, N., a cura di, 2006, *Il mio anno preferito*, Parma, Guanda (ed. or. 2001, *My Favourite Year: A Collection of Football Writing*, Dover, Phoenix; New Ed. Edition).
- Kiberd, D., 1995, *Inventing Ireland: The Literature of the Modern Nation*, London, Jonathan Cape.
- Kuper, S., 2008, *Calcio e potere*, Milano, ISBN Edizioni, (ed. or. 2006, *Soccer Against the Enemy: How the World's Most Popular Sport Starts and Fuels Revolutions and Keeps Dictators in Power*, New York, Nation Books).
- Luzuriaga, J.C., 2005, "La forja de la rivalidad clásica: Nacional-Peñarol en el Montevideo del 900", <http://efdeportes.com>, *Revista Digital*, 10, 88, consultato il 28/11/11 su <http://www.efdeportes.com/efd88/uruguay.htm>.
- Matamala, D., 2001, *Goles y autogoles. La impropia relación entre el fútbol y el poder político*, Santiago, Editorial Planeta Chilena S.A.
- Morales, A., 2002, "Fútbol, política y sociedad", *La Gaceta*, Revista A.P. H.U. Asociación de Profesores de Historia del Uruguay, 24: 1-17.
- Morris, D., 1982, *La tribù del calcio*, Milano, Mondadori (ed. or. 1981, *The Soccer Tribe*, London, Jonathan Cape).
- Nogueira Balzano O. et Alii, 2010, *A retrospectiva histórica da discriminação e inserção dos jogadores de origem negra no futebol brasileiro*, in <http://efdeportes.com>, *Revista Digital*, 15 (149), consultato il 25/01/12 su <http://www.efdeportes.com/efd149/discriminacao-dos-jogadores-de-origem-negra.htm>.
- Papa, C., Panico, G., 2002, *Storia sociale del calcio in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Paredes Ortiz, J., 2007, "Historia del fútbol: evolución cultural" <http://efdeportes.com>, *Revista Digital*, 11, 106, consultato il 26/11/11 su <http://www.efdeportes.com/efd106/historia-del-futbol-evolucion-cultural.htm>.
- Pasolini, P.P., 1999, *Saggi sulla letteratura e sull'arte*, Milano, Mondadori.
- Remotti, F., 2003, *Contro l'identità*, Roma Bari, Laterza.
- Rinke, S., 2007, "¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina en el contexto global", *Iberoamericana*, VII, 27: 85-100.
- Saba, U., 1945, *Goal (1940-1947)*, Firenze, s.e.
- Silva, J.P., 2006, "The Dynamics of Indigenous Identity: The Mapuche and the State", *A Contra Corriente*, 4, 1: 139-145.
- Simonelli, G., 1998, "Come le televisioni trasformano lo sport", in *Lo specchio sporco della televisione*, a cura di Bettetini, G., Grasso A., Torino, Fondazione Giovanni Agnelli: 259-291.
- Soriano, O., 2006, *Fútbol. Storie di calcio*, Milano, Einaudi.
- Swift, R., 2002, *Irish migrants in Britain, 1815-1914: a documentary history*, Cork, Cork University Press.
- Tacconi, E., 2009, "Historia del barrio 'Peñarol'", *Revista Raíces*, consultato il 09/10/11 su http://www.raicesuruguay.com/2011_10/barrio_penarol.html.
- Taylor, C., 1998, *Samba, Coca und das runde Leder: Streifzüge durch das Lateinamerika des Fußballs*, Stuttgart, Schmetterling.
- Wilson, T.M., Donnan, H., 2006, *The Anthropology of Ireland*, Oxford, Berg.

Sitografia

Consejo Sudamericano De Nuevas Federaciones:

<http://www.csanf.org/mision.php>, URL consultato il 12/12/11.

Club Guaraní:

http://www.clubguarani.com.py/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=13,
Url consultato il 7/12/11.

Manyas Taquilleros:

<http://flashes.com.uy/manyas-taquilleros/> URL consultato il 12/12/11.

Peñas de New York:

http://www.youtube.com/watch?v=sia5AU5p_Go&feature=related, URL consultato il 11/12/11.

Domenico Branca è dottore magistrale in Antropologia Culturale ed Etnologia all'Università degli Studi di Sassari, con una tesi su Halloween e il suo scontro/incontro con le tradizioni culturali autoctone. Ha condotto ricerche sul campo in Sardegna e a Derry, Irlanda del Nord.